

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



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ:

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

**СБОРНИК СТАТЕЙ VIII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 15 НОЯБРЯ 2024 Г. В Г. ПЕНЗА**

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2024**

УДК 001.1
ББК 60
Э40

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Э40

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2024. – 110 с.

ISBN 978-5-00236-583-8

Настоящий сборник составлен по материалам VIII Международной научно-практической конференции «**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**», состоявшейся 15 ноября 2024 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

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

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

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

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2024
© Коллектив авторов, 2024

ISBN 978-5-00236-583-8

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

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

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

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	7
ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ И ВНУТРЕННИЙ АУДИТ. ОБЩИЕ ПРИЗНАКИ И РАЗЛИЧИЯ ЕЖОВА АНАСТАСИЯ ДМИТРИЕВНА	8
МЕНЕДЖМЕНТ	12
СОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОТРУДНИКОВ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОГРАММ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ АПРЕЛЕВА ДИАНА ДМИТРИЕВНА, КАРАПЕТЯН ДАВИД АЙКОВИЧ	13
ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙМИНГА КАК КЛЮЧЕВОГО КОМПОНЕНТА ПИЩЕВОГО БРЕНДИНГА В КАЧЕСТВЕ СОВРЕМЕННОГО И ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТРУМЕНТА МАРКЕТИНГА ПРИ УВЕЛИЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ КИЯНИЦА НАДЕЖДА ГЕОРГИЕВНА.....	16
BENEFITS OF GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT FOR ORGANIZATIONS AGHAYEVA KONUL ASAF	20
МЕТОДИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТА БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА «KAIDZEN» В ПРОМЫШЛЕННОСТИ САВИЦКИЙ ИВАН ВЯЧЕСЛАВОВИЧ	24
РОЛЬ И ПОНИМАНИЕ КРІ В ОЦЕНКЕ ТРУДА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПРОЕКТАМИ: ОПЫТ МОСКОВСКИХ ПРОЕКТНЫХ КОМПАНИЙ РОЗАНОВ ВСЕВОЛОД АЛЕКСЕЕВИЧ	28
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, ЕГО ЗНАЧЕНИЕ И ЭТАПЫ НАЙДЁНОВА МАРИНА АЛЕКСЕЕВНА, НЕСВЕТОВА ТАТЬЯНА РОМАНОВНА	39
МАРКЕТИНГ	43
АНАЛИЗ ВИДОВ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ КУДИНОВ ПАВЕЛ СЕРГЕЕВИЧ	44
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	47
ЗНАЧЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ ДОНКОВА НАДЕЖДА ВЛАДИМИРОВНА.....	48
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ	51
ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ LEAN ACCOUNTING В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ ИВАШЕЧКИНА ЛЮДМИЛА ГЕОРГИЕВНА, ДЯТЛОВА АЛИНА ЮРЬЕВНА	52
АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ С УЧЕТОМ ИХ КАЧЕСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН ГУЛОМОВ ЗИКРУЛЛО ТОШМУРОВОВИЧ	55

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	59
НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ И ИНВЕСТИЦИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ: ИНВЕСТИЦИИ В БУДУЩЕЕ (НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ) СЮВАТКИНА ПОЛИНА ДМИТРИЕВНА, ИВАШЕЧКИНА ЛЮДМИЛА ГЕОРГИЕВНА	60
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	65
ГРАДИЕНТНЫЙ МЕТОД ОЦЕНКИ ПЛОТНОСТИ ОТРАСЛЕВОГО ПРОСТРАНСТВА RI-ROE НЕДОСЕКИН АЛЕКСЕЙ ОЛЕГОВИЧ, ЧУХАРЕВА МАРИНА ВИКТОРОВНА	66
ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ АСРУТДИНОВА ДИАНА НАИЛЕВНА, ХАТМУЛИНА ЕЛИЗАВЕТА ЮРЬЕВНА, КОЗЛОВСКАЯ ЯНА СТАНИСЛАВОВНА	72
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	75
ВЛИЯНИЕ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ В РЕГИОНЕ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КЛИМОВ АЛЕКСЕЙ ДМИТРИЕВИЧ	76
ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ САНКЦИЙ БАРАННИК ЮРИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ	82
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	85
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: КАК СОХРАНИТЬ ПРИРОДУ И РАЗВИВАТЬ УСТОЙЧИВЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯ ЕФИМОВА АННА ВЛАДИМИРОВНА	86
КОНКУРС БРЕНДОВ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ СТАРТАПОВ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ СОКОЛОВА АНАСТАСИЯ СЕРГЕЕВНА.....	90
РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА МАГЛАКЕЛИДЗЕ ДАВИД ГУРАМИЕВИЧ	93
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	96
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ФИНАНСОВО-ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ВАЛЬКОВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА	97
КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ	100
ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН КУРБАНОВА САЙЁРА МАДАЛИЕВНА	101

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	105
ПЕРСПЕКТИВЫ ИНСТРУМЕНТОВ ЗЕЛеноЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ В ПЕРИОД РЕКОРДНОЙ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ СОКОЛОВ ДАНИИЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ, ЖИЛЬЧУК ДМИТРИЙ ИВАНОВИЧ	106

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ И ВНУТРЕННИЙ АУДИТ. ОБЩИЕ ПРИЗНАКИ И РАЗЛИЧИЯ

ЕЖОВА АНАСТАСИЯ ДМИТРИЕВНА

магистрант

БУ ВО «Сургутский государственный университет»

*Научный руководитель: Зубарева Любовь Витальевна**д.э.н., профессор**БУ ВО «Сургутский государственный университет»*

Аннотация: В статье рассматриваются ключевые аспекты внутреннего контроля и внутреннего аудита как важнейших элементов системы управления организацией. Внутренний контроль представляет собой процесс, направленный на обеспечение достижения целей компании, защиту её активов и соблюдение законодательных норм. В отличие от него, внутренний аудит фокусируется на оценке эффективности и результативности внутренних процессов, а также на выявлении рисков и предложении рекомендаций по их минимизации. В статье проводится сравнительная характеристика внутреннего контроля и внутреннего аудита: анализируются общие признаки данных понятий и уделяется особое внимание различиям между внутренним контролем и внутренним аудитом.

Ключевые слова: внутренний контроль, внутренний аудит, сравнительная характеристика, общие признаки, различия.

INTERNAL CONTROL AND INTERNAL AUDIT. COMMON FEATURES AND DIFFERENCES

Ezhova Anastasia Dmitrievna*Scientific adviser: Zubareva Lyubov Vitalievna*

Abstract: The article discusses key aspects of internal control and internal audit as critical elements of an organisation's management system. Internal control is a process aimed at ensuring that the company's objectives are achieved, its assets are protected and legal regulations are complied with. In contrast, internal audit focuses on assessing the efficiency and effectiveness of internal processes, as well as identifying risks and offering recommendations to minimise them. The article provides a comparative characteristic of internal control and internal audit: it analyses the common features of these concepts and pays special attention to the differences between internal control and internal audit.

Keywords: internal control, internal audit, comparative characterisation, common features, differences.

В условиях современной экономики, где конкуренция и требования к эффективности бизнеса постоянно растут, важность систем внутреннего контроля и внутреннего аудита не вызывает сомнений. Эти два элемента управления помогают организациям достигать своих целей, минимизировать риски и обеспечивать соблюдение регуляторных требований. Однако, несмотря на их взаимосвязь, внутренний контроль и внутренний аудит имеют свои уникальные признаки и функции.

Цель научной статьи заключается в комплексном анализе и сравнении внутреннего контроля и внутреннего аудита. В статье планируется исследовать и проанализировать их понятия и цели, а также выявить общие характеристики.

Кроме того, будет проведён сравнительный анализ, в котором будут рассмотрены ключевые различия между внутренним контролем и внутренним аудитом, включая функции, методы, ответственность и полномочия.

В первую очередь необходимо сравнить и проанализировать содержание понятий «внутренний контроль» и «внутренний аудит».

Андреев Т. Д. трактует внутренний контроль как систему контрольных процедур, плана организации и методов управления объектом, целью которого является высокоэффективное ведение бизнеса, сохранение активов и своевременное предоставление финансовой информации [1].

Его сущность заключается в быстром обнаружении отклонений от установленных стандартов и норм, а также в оперативном информировании субъектов управления, которые после принимают обоснованные управленческие решения, направленные на устранение выявленных недостатков и минимизацию потенциальных рисков [2, с. 308].

Эффективный внутренний контроль способствует не только поддержанию стабильности и прозрачности в организации, но и повышению ее общей эффективности, что в конечном итоге приводит к улучшению результатов деятельности и укреплению доверия со стороны партнеров и клиентов.

Для достижения максимальной эффективности проводимых контрольных мероприятий внутренним контролем проводится внутренний аудит, распадающийся на этапы (рис. 1).

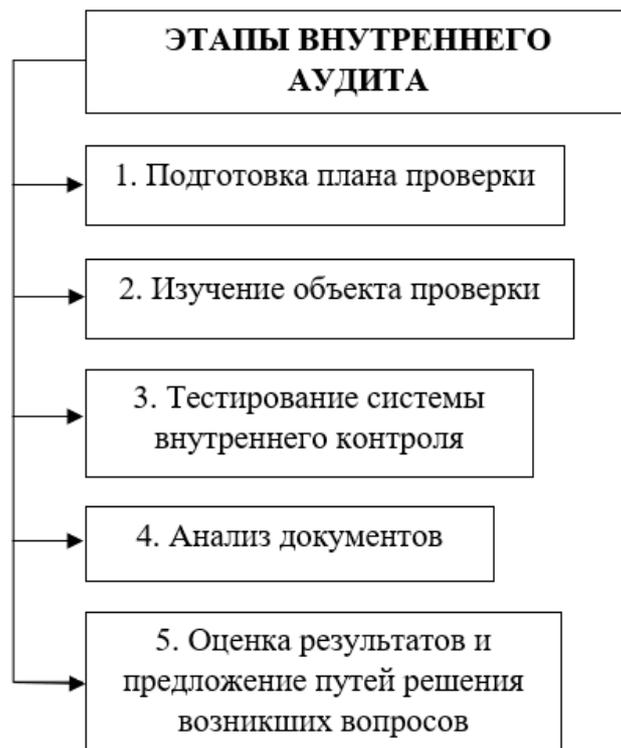


Рис. 1. Этапы проведения «внутреннего аудита»

Источник: составлено автором

По мнению Бурцева В.В. внутренний аудит — это регламентированная внутренними документами организации деятельность по контролю составляющих управления и различных аспектов функционирования организации, осуществляемая представителями специального контрольного органа в рамках помощи органам управления организации [3].

Его сущность заключается в том, что процесс осуществляется внутри организации штатными сотрудниками, которые при этом остаются независимыми от тех подразделений или процессов, которые подвергаются проверке. Внутренний аудит формулирует рекомендации, направленные на оптимизацию работы организации и предотвращение возможных нарушений [4, с. 66].

В ходе изучения различных подходов к понятиям «внутренний контроль» и «внутренний аудит», были выявлены некоторые сходства (табл. 1).

Таблица 1

Общие признаки «внутреннего контроля» и «внутреннего аудита»	
Внутренний контроль	Внутренний аудит
Общие признаки	
Направленность на поддержание надежности финансовой отчетности, соблюдение законов и норм	
Включают в себя идентификацию и оценку рисков, связанных с деятельностью организации	
Непрерывность (регулярный мониторинг)	
Основываются на документации, стандартах и процедурах, которые фиксируют методы работы и результаты проверок	
Независимость, для обеспечения объективной оценки	
Регулярная отчетность о результатах и рекомендациях	
Способствуют постоянному улучшению процессов в организации, выявляя недостатки и предлагая рекомендации по оптимизации	

Источник: составлено автором

Таким образом, можно обобщить и сделать вывод о том, что сходства внутреннего контроля и внутреннего аудита проявляются в целях и задачах, оценке рисков, непрерывности процесса, ориентире на одни нормативные документы, независимости и объективности, регулярной отчетности и направленности на улучшение процессов.

Также были выявлены их различия и уникальные особенности (табл. 2).

Таблица 2

Отличительные признаки «внутреннего контроля» и «внутреннего аудита»	
Категория	Отличительные признаки (развернуто)
Внутренний контроль	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основная направленность внутреннего контроля — обеспечить надежность финансовой отчетности, соблюдение законодательства и защиту активов организации. 2. Внутренний контроль включает в себя процессы, процедуры и политики, направленные на предотвращение ошибок и мошенничества, а также на повышение эффективности операций. 3. Внутренний контроль обычно интегрирован в повседневную деятельность организации и является обязанностью всех сотрудников на различных уровнях управления. 4. Результаты внутреннего контроля не всегда документируются формально, и они могут быть частью регулярных отчетов управления. 5. Внутренний контроль включает в себя различные методы, такие как автоматизация процессов, физическая безопасность, контроль доступа, а также регулярные проверки и ревизии.
Внутренний аудит	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основная направленность внутреннего аудита — оценка эффективности системы внутреннего контроля, а также предоставление независимой оценки управления рисками и соблюдения норм. 2. Внутренний аудит проводит независимые проверки и оценки, чтобы определить, насколько эффективно работает система внутреннего контроля и какие улучшения могут быть внесены. 3. Внутренний аудит, как правило, осуществляется специализированной командой профессионалов, которые обладают необходимыми знаниями и опытом в области аудита. 4. Внутренний аудит приводит к созданию официальных отчетов, которые представляются руководству и, в некоторых случаях, совету директоров. Эти отчеты содержат выводы и рекомендации по улучшению процессов. 5. Внутренний аудит использует аналитические методы и процедуры для оценки эффективности системы контроля, включая выборочные проверки, анализ данных и оценку рисков.

Источник: составлено автором

Проанализировав данную таблицу, отличительные признаки можно поделить на 5 категорий:

1. Направленность действий;
2. Функции;
3. Структурная организация;
4. Отчетность;
5. Подходы и методы в реализации деятельности.

Стоит отметить, что в литературе и практической деятельности термины "внутренний контроль" и "внутренний аудит" часто используют взаимозаменяемо. Оба понятия происходят от термина «контроль» как управленческой функции и реализуются внутри организации [5, с. 830]. Это говорит о том, что как внутренний контроль, так и внутренний аудит имеют своей целью обеспечение эффективного управления, снижение рисков и соблюдение установленных норм и стандартов.

Тем не менее, важно подчеркнуть различия в их целях и подходах, что подчеркивает значимость каждого из этих процессов в системе управления. Внутренний контроль ориентирован на профилактику и выявление ошибок, а также на обеспечение соблюдения процедур и стандартов. В то время как внутренний аудит выполняет независимую оценку и анализ эффективности существующих контрольных механизмов, что позволяет не только выявлять недостатки, но и предлагать рекомендации по улучшению. Таким образом, оба процесса дополняют друг друга, обеспечивая более надежную и эффективную систему управления в организации.

Таким образом внутренний контроль и внутренний аудит играют ключевую роль в управлении организацией. Хотя они и имеют общие черты, их функции, структура и подходы различаются. Понимание этих различий позволяет организациям эффективно интегрировать оба процесса, что в итоге способствует повышению их устойчивости и конкурентоспособности. В условиях динамичного рынка важно не только иметь эффективные системы контроля, но и регулярно их проверять и улучшать с помощью внутреннего аудита, что является залогом успешного ведения бизнеса.

Список источников

1. Тараненко, А. В. Теоретические аспекты внутреннего контроля / А. В. Тараненко // Молодой ученый. – 2019. – № 23(261) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38191608> (12.09.2024)
2. Сафохина, Е. А. Проблемы организации внутреннего контроля и аудита экономического субъекта / Е. А. Сафохина // Вестник экономической безопасности. – 2020. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://elibrary.ru/wfmbjr> (15.10.2024)
3. Давликанова, Е. Н. Научные подходы к определению внутреннего аудита / Е. Н. Давликанова // Молодой ученый. – 2017. – № 12(146) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28875444> (03.10.2024)
4. Миронова Е. В. Сущность и отдельные вариации внутреннего аудита в организации / Е. В. Миронова, С. А. Стрекалова // Вестник науки. 2023. №10 (67) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54688979> (15.10.2024)
5. Сагидуллаева, М. С. Внутренний контроль и внутренний аудит / М. С. Сагидуллаева, Л. В. Джафарова // Экономика и социум. – 2020. – № 4(71) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://elibrary.ru/mogytf> (15.10.2024)

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 33

СОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОТРУДНИКОВ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОГРАММ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

АПРЕЛЕВА ДИАНА ДМИТРИЕВНА,
КАРАПЕТЯН ДАВИД АЙКОВИЧ

студенты

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: Статья посвящена анализу влияния внедрения корпоративных программ устойчивого развития на социальное поведение сотрудников. В работе рассматриваются теоретические основы устойчивого развития, корпоративной социальной ответственности и влияния этих факторов на мотивацию, вовлеченность и корпоративную культуру. На примере российских компаний, таких как Сбербанк, исследуется, как такие программы помогают формировать позитивную организационную атмосферу, стимулируют сотрудников к активному участию в социальных и экологических инициативах и укрепляют их лояльность к компании.

Ключевые слова: корпоративные программы, устойчивое развитие, социальное поведение, мотивация сотрудников, корпоративная культура.

SOCIAL BEHAVIOR OF EMPLOYEES IN THE CONTEXT OF THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SUSTAINABLE DEVELOPMENT PROGRAMS

Apreleva Diana Dmitrievna,
Karapetyan David Aykovich

Abstract: The article analyzes the impact of the implementation of corporate sustainable development programs on the social behavior of employees. The work examines the theoretical foundations of sustainable development, corporate social responsibility and the impact of these factors on motivation, involvement and corporate culture. Using the example of Russian companies such as Sberbank, it examines how such programs help to form a positive organizational atmosphere, encourage employees to actively participate in social and environmental initiatives and strengthen their loyalty to the company.

Keywords: corporate programs, sustainable development, social behavior, employee motivation, corporate culture.

Актуальность исследования социального поведения сотрудников в условиях внедрения корпоративных программ устойчивого развития заключается в том, что устойчивое развитие становится важной частью корпоративной стратегии, влияя на поведение и мотивацию работников. В условиях глобальных экологических и социальных изменений важно понимать, как такие программы формируют корпоративную культуру и социальные нормы внутри компании. Кроме того, успешная интеграция устойчивых инициатив может способствовать улучшению эффективности работы и укреплению корпоративной репутации, что имеет стратегическое значение для долгосрочного развития бизнеса.

Устойчивое развитие в корпоративной среде включает в себя три ключевых компонента: экономический, социальный и экологический, которые должны быть сбалансированы для достижения долго-

срочного успеха компании. В то же время социальная ответственность бизнеса (CSR) ориентирована на соблюдение этических норм и улучшение качества жизни работников и общества в целом. Одним из основополагающих элементов корпоративных программ устойчивого развития является интеграция экологических и социальных инициатив в корпоративную культуру.

Социальное поведение сотрудников напрямую связано с корпоративными ценностями, которые внедряются через эти программы. С точки зрения теории организационной культуры, изменения в организации требуют изменений в восприятии ценностей, норм и поведения сотрудников. Ключевыми факторами, влияющими на изменение социального поведения, являются мотивация, участие в принятии решений и личная вовлеченность в корпоративные инициативы.

Для сбора данных в исследовании могут быть использованы как качественные, так и количественные методы. Качественные методы включают в себя глубинные интервью с сотрудниками, что позволит выявить их личные мнения и восприятие корпоративных программ устойчивого развития. Интервью с руководителями и HR-менеджерами помогут оценить, как руководство воспринимает внедрение таких программ и как это отражается на корпоративной культуре. Количественные методы включают анкетирование сотрудников, что позволит собрать данные о массовом восприятии программ устойчивого развития и их влиянии на мотивацию, вовлеченность и удовлетворенность работой.

Объектом исследования являются сотрудники компаний, которые внедряют программы устойчивого развития, а также руководители, участвующие в разработке и реализации таких программ. Исследование может охватывать различные отрасли, чтобы выявить специфические особенности и универсальные закономерности влияния на поведение сотрудников. Выборка может включать работников разных уровней — от линейных сотрудников до топ-менеджеров, чтобы проанализировать влияние программ на все уровни организации.

Анализ факторов влияния на поведение сотрудников включает оценку ряда ключевых аспектов: мотивация работников, уровень их вовлеченности, восприятие ценностей устойчивого развития и социальная ответственность. Важным фактором является также степень интеграции устойчивых инициатив в повседневную работу и корпоративную культуру компании. Кроме того, следует учитывать влияние внешних факторов, таких как общественные ожидания, законодательные изменения или экономические условия, которые могут усиливать или ослаблять мотивацию сотрудников.

Примером компании в России, внедряющей программы устойчивого развития, может служить **Сбербанк**, который активно развивает инициативы в области социальной ответственности, экологии и корпоративной культуры.

1. Мотивация сотрудников: Сбербанк внедрил различные программы, направленные на повышение экологической осведомленности и вовлеченности своих сотрудников. Например, банк активно развивает корпоративные программы по сокращению углеродного следа, внедряя энергоэффективные технологии и поощряя сотрудников к участию в "зеленых" инициативах. Программы внутреннего волонтерства, где сотрудники могут участвовать в экологических акциях или социальных проектах, повышают чувство гордости за вклад компании в устойчивое развитие. Это мотивирует сотрудников работать не только ради карьерного роста, но и ради социальной пользы.

2. Вовлеченность: Сбербанк активно включает своих сотрудников в процесс принятия решений, связанных с корпоративной социальной ответственностью. В компании функционирует система предложений и обратной связи, где сотрудники могут выдвигать идеи по улучшению экологических или социальных практик. Программы корпоративного волонтерства, участие в социальных проектах (например, помощь в образовательных инициативах), позволяют сотрудникам напрямую влиять на развитие этих направлений. Такая вовлеченность помогает сотрудникам чувствовать свою значимость в масштабах компании, что напрямую влияет на их мотивацию и желание более активно участвовать в жизни компании.

3. Корпоративная культура: Сбербанк активно интегрирует принципы устойчивого развития в свою корпоративную культуру. В рамках внутренних программ обучения и развития сотрудники знакомятся с принципами экологичности и социальной ответственности, что становится важной частью корпоративных ценностей. Это способствует формированию корпоративной культуры, где этические и

экологические ценности становятся основой для принятия решений на всех уровнях компании. Внедрение этих программ способствует укреплению доверия между сотрудниками и руководством, формируя культуру открытости, ответственности и социальной вовлеченности.

В результате таких программ Сбербанк создает атмосферу, где сотрудники не только выполняют свои рабочие обязанности, но и активно участвуют в жизни компании, чувствуя свою причастность к важным социальным и экологическим изменениям.

Внедрение корпоративных программ устойчивого развития оказывает значительное влияние на социальное поведение сотрудников, улучшая их мотивацию, вовлеченность и формируя позитивную корпоративную культуру. Эти изменения способствуют не только повышению эффективности работы, но и укреплению социальной ответственности и доверия между сотрудниками и руководством компании, что в долгосрочной перспективе способствует её устойчивому развитию.

Список источников

1. Вилли Ленси Вольф УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КАК СТРАТЕГИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ // Инновации и инвестиции. 2022. №4.
2. Вукович Н.А., Корпоративные программы благополучия сотрудников: современные подходы и перспективы развития // Векторы благополучия: экономика и социум. 2024. №2 (53).
3. Гололобова Т.М., КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КАК НАПРАВЛЕНИЕ КСО В РАМКАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ // Вестник Московского университета МВД России. 2023. №1.
4. Лахина А.П., Корпоративная социальная ответственность в условиях современной России // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2009. №1.

УДК 33

ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙМИНГА КАК КЛЮЧЕВОГО КОМПОНЕНТА ПИЩЕВОГО БРЕНДИНГА В КАЧЕСТВЕ СОВРЕМЕННОГО И ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТРУМЕНТА МАРКЕТИНГА ПРИ УВЕЛИЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

КИЯНИЦА НАДЕЖДА ГЕОРГИЕВНАмагистрант направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
ФГБОУ ВО Херсонский государственный педагогический университет»*Научный руководитель: Лукьянова Елена Юрьевна**канд. экон. наук, доцент**ФГБОУ ВО Херсонский государственный педагогический университет»*

Аннотация: Статья посвящена изучению правил нейминга, как ключевого фактора в создании пищевого бренда, вызванного необходимостью повышения экономических показателей в условиях перенасыщенности продуктового рынка. Раскрываются некоторые требования, которые предъявляются к названию бренда. Рассматриваются основные виды нейминга и правила, выработанные иностранными нейминговыми агентствами.

Ключевые слова: Брендинг, нейминг, маркетинг, концепция нейминга, уникальность, практичность, уместность.

THE BASICS OF USING NAMING AS A KEY COMPONENT OF FOOD BRANDING, AS A MODERN AND EFFECTIVE MARKETING TOOL WHILE INCREASING THE COMPETITIVENESS OF GOODS

Kiyanitsa Nadezhda Georgievna*Scientific supervisor: Lukyanova Yelena Yurievna*

Abstract: The article is devoted to the study of naming rules as a key factor in the creation of a food brand, caused by the need to improve economic performance in conditions of oversaturation of the food market. Some of the requirements that apply to the brand name are disclosed. The main types of naming and rules developed by foreign rating agencies are considered.

Keywords: Branding, naming, marketing, naming concept, uniqueness, practicality, relevance.

Ни для кого не является секретом, то что глобальную часть мирового рынка занимает рынок продуктов питания, который развивается очень стремительно. Перенасыщенность этого рынка вводит в за-

блуждения потенциального покупателя, привлечь внимание которого довольно сложно, а особенно сложно не просто привлечь внимание, но и стимулировать неединоразово приобрести этот товар или услугу. Именно с этой целью применяются множество уловок маркетологов и очень важным аспектом в этом, не редко главным, является пищевой брендинг.

Пищевой брендинг - это процесс создания в сознании потребителей чёткого образа и эмоциональной связи с продуктом питания или ассортиментом продуктов. Он выходит за рамки простой эстетики; в нем заключены миссия, ценности и уникальные торговые предложения бренда, эффективно объясняющие, почему тот или иной пищевой продукт является более привлекательным выбором, чем другие на рынке.

Сильный пищевой бренд последователен во всех точках контакта, включая упаковку, рекламу, социальные сети и даже взаимодействие с клиентами. Он вызывает у целевой аудитории определённые чувства и ожидания, что может привести к повышению лояльности, повторным покупкам и положительным отзывам.

В рамках данной публикации предлагается рассмотреть нейминг, который является одним из ключевых аспектов в разработке имиджа торговой марки производителя пищевой продукции, при этом за основу брать то, что он помогает сделать продукт более узнаваемым и запоминающимся, выделять его особенности от конкурентов и успешно презентовать его на рынке. В случае тщательно продуманного процесса выбора названия и эффективного анализа данных, можно создать торговую марку, которая своей уникальностью и отличием будет успешно воспринята потребителями.

Цель данной публикации - рассмотреть основные этапы и правила создания ключевого маркетингового хода в борьбе за клиента - нейма бренда.

Буквально ещё в начале 20-го века такого понятия, как «нейминг» не существовало, поскольку не было такого широкого спектра товаров и услуг. У производителей не возникало необходимости применять обширный ассортимент манёвров для привлечения внимания. Всё было очень просто - если создавалась новая торговая марка, то называли его именем и/или фамилией создателя. Некоторые торговые марки и к нынешнему времени пользуются таким методом, но это могут позволить себе только те производители, чьи имена уже являются известным брендом. В России также существуют бренды которые пошли таким путём и стали всемирноизвестными, например : «Фаберже», «Шустов», водка Смирнова», часы "Павел Буре" и т.д.

В реалиях нынешнего времени, разработка названия бренда — это довольно сложный процесс, который основывается не выборе красивого звучания и визуальном образе, а создании уникального инструмента, который непременно будет способствовать прочному, стратегически важному развитию бренда и принесёт компании склонность потребителя и, как результат, прибыль.

Идентификация и индивидуализация продукта, прирост дохода за счёт узнаваемости - цели грамотного нейминга, который выступает катализатором успешного продвижения и выживания компании в жёстких реалиях современного бизнеса.

Суть проблемы заключается в том, что зачастую именно нейминг, как часть брендинга, должен отображать в себе основную идею производителя или торговой марки, стать значимым компонентом бизнес-стратегии по достижению целей поставленных перед компанией. Важным остаётся то, что необходимо быть актуальным для целевой аудитории и быть в «тренде», не отступая от установленных и продуктивных методов ведения бизнеса. При этом немаловажным является то, что у всех или подавляющего большинства на слуху - имя бренда.

Если говорить о нейминговых трендах, то они стремительно развиваются и нужно очень тщательно отслеживать эти изменения. Один из самых популярных трендов лет 5 назад и ранее - это тренд на английский язык. Есть мнение, что именно это делало бренд дороже, популярней и моднее. Но вот за последние несколько лет гораздо востребованней стал тренд на японский язык, поскольку он звучит максимально необычно, а значит есть очень велика вероятность избежать повторений и, конечно же, во всех сферах товаров и услуг прослеживается интерес к этой стране. Ну а совсем новый тренд - на русский язык и кириллицу. Этим трендом на данный момент пользуются абсолютно все, даже те кто недавно стремился к названию на иностранных языках. Конечно же никто не отменял тренды на

фантазийный нейминг, который позволяет претендовать на слово, которое никем не занято и, как результат, очень просто регистрируется. Имя бренда вызывает нужные ассоциации и определяет первое впечатление, которые формируют доверие и повышают лояльность к продукту или услуге, поэтому тренд на интуицию всегда будет на должном месте.

Одна из тенденций современного нейминга заключается в простоте, и русскоязычные названия в одно-два слова с этим успешно справляются, если найти правильный подход. Сегодня русские слова выходят на первый план, но они не всегда создают красивый графический образ, поэтому их часто пишут английскими буквами, как в названии шоколада CACAO CULTURA. Ещё один интересный ход — соединить русские и английские слова, или буквы, в одном нейме. Ну и конечно же юмор - стопроцентный тренд нейминга. Главное, чтобы он был уместен, учитывая сферу бизнеса и аудиторию.

Создание найма бренда состоит из следующих этапов:

1. Конкретизация аудитории - нужно определить, кому интересна продукция и выявить особенности всех возможных влияний на моментальный успех.
2. Изучение конкурентов и рынка сбыта- SWOT-анализ их деятельности и определение возможности выделиться среди них.
3. Генерация массива возможных названий - создание фундамента для выбора.
4. Выбор подходящего названия - в обязательном порядке нужно учитывать особенности товара, при этом не отходить от сути бренда. Рекомендовано исключить сложные названия и негативный подтекст.
5. Дизайн - очень важно на этом этапе, не только оформление, а и удачный слоган, который раскрывает суть бренда более лаконично и ярко.
6. Тестирование - необходимо провести анализ оценки названия целевой аудиторией. Способы для этого могут быть самыми разнообразными, начиная от анкетирования через социальные сети и заканчивая сложным анализом с привлечением профильных специалистов.
7. Проверка на уникальность и регистрация бренда - проверить не является ли ваш бренд плагиатом поможет Роспатент, а вот порядок регистрации можно найти на сайте ведомства.
8. Продвижение бренда - создание плана мероприятий по продвижения бренда, системы рекламы.

В России нейминг только в процессе становления на путь развития, как одного из эффективных инструментов маркетинга. Хотелось бы отметить, что понятие «нейминг» часто путают с «копирайтингом», это совершенно разные понятия. Копирайтер занимается разработкой рекламы и создаёт рекламный вординг (слоганы, сценарии роликов, посты для соцсетей, тексты для буклетов и сайтов), а неймеры делают брендинг и зачастую начинают с названия.

Иностранные нейминговые агентства сформировали основные его правила, которыми можно воспользоваться, при желании, опираясь на их опыт.

1. Избегание повторов. Если воспользоваться поиском в интернете, то можно увидеть огромное количество «Гарантов», «Стандартов», «Авангардов» и т.д. Это говорит о том, что огромное количество компаний имеют одинаковое название, в связи с чем, рекомендовано воздержаться от таких слов, как «про», «глобал», «ультра» - для иностранных компаний, что касается российских брендов, то для них характерно частое употребление слов «интер», «плюс», «стиль», поэтому вряд-ли они помогут создать уникальное имя.
2. Имя должно «рассказывать историю». Ярким примером здесь можно привести марку чая Greenfield или известный бренд молочной продукции «Весёлый молочник».
3. Целый мир в названии. Основная часть мировых брендов имеют универсальное имя. Одним из ярчайших примеров такого нейминга может послужить компания MARS. А все потому, что шоколадный батончик этой фирмы практически во всем мире пишется абсолютно одинаково.
4. Интуиция. По мнению экспертов, внутренний голос - это самый надёжный способ выбора правильного имени, с помощью которого и должно приниматься окончательное решение. При этом весь парадокс заключается в том, что это могут быть не обязательно положительные ощущения, вызываемые названием у потребителей, но и отрицательной реакции - как говорится «чёрный пиар, тоже пиар».

5. Краткость. Человеческий мозг мгновенно обращает внимание на краткое и оригинальное название, выбирая его среди остальных вариантов и мгновенно, возможно навсегда, запоминает его. Вот, например, название «Российский национальный коммерческий банк» запоминаются нами довольно трудно и еще труднее потом передавать такие сложные имена без искажения, поэтому лучшим решением и выходом стало продвижение на рынке аббревиатуры «РНКБ».

6. Значение - это не единственное, что важно при выборе названия. Не менее значимыми являются фонетика и ритмика. Гораздо приятней говорить «Евростиль», чем «Стильевро», или «ПРОновости», чем «НовостиПРО».

Название фирмы или торговой марки не только позволит успешно представить новый бренд на рынке, но и откроет широкие возможности получить реальную прибыль. При разработке названия необходимо помнить, что именно оно будет стимулировать либо отталкивать покупателя от него и формировать имидж бренда в глазах потребителя.

Список источников

1. Продуктовый брендинг: коммуникация с целевой аудиторией // Два слова: брендинговое агентство: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.dvaslova.com/blog/branding-design/FMCG-communication/> (дата обращения: 10.11.2024).

2. Фудбрендинг для интернет-магазина по продаже продуктов – от концепции до первых продаж // InSales: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.insales.com/ua/blogs/blog/fudbranding-dlya-internet-magazina> (дата обращения: 07.11.2024).

3. Шарков Ф. И. Магия бренда: Брендинг как маркетинговая коммуникация: учеб. пособие. – М.: Альфа-Пресс, 2006. – 266 с.

4. Годин А. М. Брендинг: Учебное пособие / А. М. Годин. - 3-е изд., перераб. И доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. - 184 с.

5. Карпова С. В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко; под общ. ред. С.В. Карповой, 2014. - 439 с.

6. Евдокимова, К. В. Технология нейминга / К. В. Евдокимова, И. Р. Кандаурова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. - 2015. - № 11 (91). - С. 826-828. - URL: <https://moluch.ru/archive/91/19388/> (дата обращения: 10.11.2024).

UDC 33

BENEFITS OF GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT FOR ORGANIZATIONS

AGHAYEVA KONUL ASAF

Ph.D., Assoc.Prof.

Azerbaijan University of Architecture and Construction

Annotation. Today, there is an increasing awareness of environmental concerns all over the world. This awareness affects businesses as well as the whole society. Increasing pollution and its negative consequences have led people to seek ways to get rid of pollution, and various applications have been developed for this purpose. Companies have developed applications that include environmental factors as well as economic and social factors. Environmentally friendly initiatives have begun to be implemented for higher productivity, lower costs, better employee loyalty and retention of quality employees. Green HRM applies human resource management practices and policies to support the sustainable use of existing resources used in the business. In the world where green awareness is increasing, the sustainability of green human resources and human management functions has gained importance

Key words. Green HRM, trainings, environmental awareness, initiatives, workers' engagement, employee loyalty.

ПРЕИМУЩЕСТВА ЗЕЛЕНЫМ УПРАВЛЕНИЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Агаева Кёнуль Асаф

к.э.н., доцент

Азербайджанский Университет Архитектуры и Строительства

Аннотация. Сегодня во всем мире растет осведомленность об экологических проблемах. Эта осведомленность влияет как на бизнес, так и на все общество. Рост загрязнения и его негативные последствия заставили людей искать способы избавиться от загрязнения, и для этой цели были разработаны различные приложения. Компании разработали приложения, которые включают экологические факторы, а также экономические и социальные факторы. Экологически чистые инициативы начали внедряться для повышения производительности, снижения затрат, улучшения лояльности сотрудников и удержания квалифицированных сотрудников. Зеленый HRM применяет методы и политику управления человеческими ресурсами для поддержки устойчивого использования существующих ресурсов, используемых в бизнесе. В мире, где растет зеленая осведомленность, устойчивость зеленых человеческих ресурсов и функций управление человеческими ресурсами приобрело важное значение.

Ключевые слова. Зеленое УЧР, тренинги, экологическая осведомленность, инициативы, вовлеченность работников, лояльность сотрудников.

There are many benefits to an organization adopting green HRM. These benefits apply to the organization itself as well as to its employees. Green HRM practices improve the morale, attitudes and behaviors of employees in order to protect the environment. In his study, Deshwal (2015, p. 179-180) listed the benefits of green human resources management for organizations as follows;

- Increases employee morale.
- Helps retain employees and reduces labor turnover.
- Provides lucrative opportunities for qualified human talent.

- It helps to create a company image to attract good human resources.
- It improves the brand image of the company in the market.
- It can also be used as a marketing strategy.
- It increases the overall quality of both internal and external organization.
- It improves the relationship of the company with its stakeholders, namely customers, suppliers, vendors, shareholders, government agencies, employees and media.
 - It reduces the overall cost of the company, as costs are largely affected by the size of the company and the steps taken to make it environmentally friendly.
 - It provides the company with a competitive advantage in the market as well as in the industry.
 - With the increasing global problems, many organizations are becoming cautious about their activities and their impact on the environment.
 - Green management practices are also beneficial for companies as they help save money and reduce the negative impact on the environment, thus avoiding too much government intervention
 - It encourages innovation which facilitates growth, quality improvement and development of procedures and methods.
 - It helps in efficient use of resources and manages risks more effectively.
 - It develops green learning environment in the organization.
 - It leads to improvement of employee behavior to develop environment friendly habits in their personal and professional lives.
 - It serves as a helping hand in realizing the self-actualization needs of an employee.
 - It helps in increasing employment opportunities.

Environmental sustainability has recently gained great interest and importance from politicians, the public, and practicing managers. The increase in environmental awareness has led public actors and regulatory institutions to expand their knowledge of environmental law and companies to invest in environmental management systems to improve their reputation and reduce the risks of environmental negative effects, and consumers have also come to expect companies to increase their environmental awareness. Consumers are interested in the environmental activities of companies and thus direct their company preferences and loyalty. For these reasons, most company managers have begun to see environmental sustainability as a basic priority and keep it as a permanent issue on their agenda. The transformation of environmental management into such a remarkable structure has also led to the attention of human resources' contribution to this process. In this perspective, the role of human resources management has begun to be considered as "the management of work and people towards desired goals" [2]. Green human resources management practices are adopted as a mechanism to facilitate employees' participation in sustainable behaviors

Green human resource management practices offer practical ways to develop human capital in order to increase the environmental performance of businesses [3]. Therefore, green HRM is considered as the key to environmental performance and human resources have a very important role in achieving environmental performance goals [4]. For this purpose, green HRM can be divided into three main activities, namely developing green employee capabilities, motivating green employees, and providing green opportunities. Green HRM, the capability-motivation-opportunity framework, also refers to the impact of human resource management practices at the organizational level, such as the performance of businesses, and is considered a preferred framework. In particular, human resource management practices should be designed to increase people's abilities, motivations and opportunities. At the same time, by using these three functions, the individual's voluntary behaviors can be shaped and improved. In this way, green HRM becomes a key factor in the successful implementation of green strategies and environmental management practices [5].

Green HRM facilitates environmental management through the alignment of human resource management practices such as training performance management, recruitment, participation and rewards with the firm's environmental goals. Human resource management practices, in particular, take into account green behaviors such as hiring employees with specific environmental competencies and general sensitivity to the environment, developing environmental competencies and skills, and including employees in the scope of green behaviors and evaluating employees, and are also used to achieve superior environmental performance by

rewarding these behaviors.

Environmental performance can be defined as the commitment of businesses to protect the environment and demonstrate measurable operational parameters within the defined boundaries of environmental focus. Businesses can obtain significant support in achieving environmental performance targets through recruitment, training, evaluation and motivation functions included in human resources practices. Businesses can more easily obtain employees with compatible values and beliefs by using environmental references in new recruitment procedures. This situation is supported by the fact that university students, in particular, prefer businesses that are pro-environment. Businesses that aim to achieve higher environmental performance tend to hire employees with high environmental competencies and sensitivity [6]. At the same time, adding items related to environmental awareness to job descriptions ensures that job applicants have environmental awareness. While new employees can reach environmental awareness through job descriptions, current employees also develop through environmental training. The aim of these trainings is generally to focus on reducing activities that produce unnecessary pollution and waste. It can be thought that this training provides emotional involvement of employees in preventing process and material waste and improving environmental performance.

In addition to environmental concerns, businesses can also use green HRM practices to respond to stakeholder pressures on environmental issues and thereby improve firm environmental performance. This finding is supported by recent theoretical and empirical studies. In the theoretical framework, companies that respond effectively to their stakeholders show improvements in their environmental performance levels as a result of stakeholder pressures on environmental performance.

The concept of sustainability has brought new professions to working life. While there was a structure in which blue-collar and white-collar professions were dominant in the industrial society and afterwards, it has been observed that "green-collar" professions have gained importance in recent years with the effect of sustainability. The terms green jobs or green-collar jobs have become among the terms used by companies that want to emphasize opportunities to reduce climate change and get rid of threats arising from similar environmental policies. With the increasing level of importance given to sustainability, the era of green collars has begun. According to the definition in the United Nations Environment Program, green-collar professions are located in the manufacturing, agriculture, service and R&D sectors and are professions that strive to prevent environmental threats faced by humanity. However, green-collar professions do not only include those engaged in environmentally friendly work, but also cover a wide range of professions from non-governmental organizations working for the benefit of society to professions that give importance to sustainability [6].

The works carried out to protect biodiversity and ecosystems, to reduce material, energy and water consumption through highly efficient strategies, to decarbonize the economy and to minimize all kinds of waste and pollution have recently started to attract great attention. In particular, UNEP's definition of green work emphasizes that it has an impact on nature. And it directs the attention of society to sectors that cause environmental degradation. The focus here is to ensure the transition from non-green work to green work.

References

1. Deshwal, P. (2015). Green HRM: An organizational strategy of greening people. *International Journal of Applied Research*, 1(13), s. 176-181.
2. Aravamudhan, N. R. (2012). Green HR getting into the business of green. *HRM Review*. 12, 31-40. ISSN:1053-4822.
3. Bangwal & Tiwari (2017). Green HRM, Work-life and Environment performance. *International Journal of Environment, Workplace and Employment*, 4(3), 244-268.
4. Behrend, T. S., B. A. Baker, & L. F. Thompson, (2009). Effects of pro-environmental recruiting messages: the role of organizational reputation. *Journal of Business and Psychology*, 24(3), 341-35.
5. Carter, C., & Dressner, M. (2001). Purchasing role in environment management: Cross Functional development of Grounded theory. *Journal of Supply Chain Management*, 12-27.

6. Chesbrough, H. W. (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, Harvard Business School Press, and Boston (PDF) Reviewing the concept of Green HRM (GHRM) and Its Practices Application (Green Staffing) with Suggested Research Agenda: A Review from Literature Background and Testing Construction Perspective.

УДК 658.5

МЕТОДИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТА БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА «KAIDZEN» В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

САВИЦКИЙ ИВАН ВЯЧЕСЛАВОВИЧ

студент
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М.Ф. Решетнева»,
г. Красноярск, Россия

Научный руководитель: Рубинская Анастасия Владиславовна
доцент кафедры экономики предприятий и отраслей
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М.Ф. Решетнева»,
г. Красноярск, Россия

Аннотация. Технологии бережливого производства получили широкое распространение в мире благодаря своей эффективности и экологической направленности. Одним из наиболее популярных инструментов в этой области является методика «Kaizen», что в переводе с японского означает «постоянное улучшение». Эта философия фокусируется на вовлечении всех сотрудников в процесс оптимизации, что позволяет не только повысить производительность, но и создать культуру непрерывного улучшения внутри организации.

Ключевые слова: бережливое производство, Lean-технологий, Кайдзен, Кайдзен-предложения, устранение потерь, бизнес-процессы.

THE METHODOLOGY FOR APPLYING THE LEAN TECHNOLOGIES TOOL «KAIDZEN» IN INDUSTRY**Savitskiy Ivan Vyacheslavovich***Scientific adviser: Rubinskaya Anastasia Vladislavovna*

Abstract: Lean manufacturing technologies have become widespread in the world due to their efficiency and environmental orientation. One of the most popular tools in this area is the Kaizen methodology, which means “continuous improvement” in Japanese. This philosophy focuses on involving all employees in the optimization process, which allows not only to increase productivity, but also to create a culture of continuous improvement within the organization.

Keywords: lean production, Lean technologies, Kaizen, Kaizen suggestions, waste management, business processes.

В настоящее время существует большое количество инновационных подходов к оптимизации производственных процессов, одним из таких подходов является концепция бережливого производства. Бережливое производство (Lean-технологии) это философия, которая базируется на демонстрации бизнеса как непрерывного потока создания ценности для потребителя, обнаружении и минимизации потерь, постоянном совершенствовании всех видов деятельности компании через вовлечение и развитие персонала. [1, с. 60]

Одним из инструментов этой концепции является KAIZEN. Кайдзен (KAIZEN) – это философия постоянных и непрерывных улучшений шаг за шагом бизнес-процессов организации в целом или каждого отдельного процесса в частности. Данный инструмент позволяет рассмотреть общую методику работы над процессами и может быть использован в любой сфере. Основа Кайдзен заключается в том, что каждый сотрудник, имея определенную ценность и неся определенную ответственность, стремиться совершенствовать тот процесс, в котором он задействован. Философия стимулирует персонал предлагать улучшения и осуществлять их в оперативном режиме. [2, с. 121]

Преимущества философии Кайдзен:

- 1) инструмент применим для компаний любого масштаба (от маленьких до больших);
- 2) перемены не видны вне организации, так как шаг превращений не слишком большой. Конкуренцы не всегда увидят изменения и улучшения в вашей компании, даже когда будут очень внимательно за ними наблюдать;
- 3) незначительные финансы для реструктуризации предприятия, так как главные изменения осуществляются на местах;
- 4) вовлеченность сотрудников в процесс перемен/совершенствований (если цель изменений ясно донесена до работников);
- 5) совершенствование качества продукции, отношений, сервиса и т.д. [3, с. 11]

Ключевой момент Кайдзен состоит в огласке того, что все должно подвергаться регулярному пересмотру. Ничто не может быть статичным, равновесия не существует. Перемены сводятся к маленьким модификациям, но систематически. Именно это позволяет гарантировать постоянный прогресс.

Идея системы заключается в том, что сотрудники предприятия могут вносить предложения, направленные на улучшение производственного процесса и условий труда автора предложения, влияющего на сокращение времени его трудовых операций и/или повышающее качество его трудового процесса. Рассмотрим элементы системы «Кайдзен-предложений» при внедрении данного инструмента на производстве.

Объектами кайдзен-предложений является состав собственного рабочего места и факторов условий труда, инструменты и другие рабочие приспособления, улучшение которых позволит увеличить эргономику рабочего пространства и сократить время на выполнения трудовых операций в собственной работе. [4, с. 215]

Так же объектом может являться трудовой процесс, который представляет собой совокупность действий, осуществляемых исполнителем в процессе выполнения конкретных работ (функций), в т.ч. пересмотр и актуализация действующих инструкций, регламентов и стандартов Общества. [5, с. 187]

Подача Кайдзен-предложений должна осуществляться при помощи бланка, который содержит информацию о сотруднике, объекте улучшения, его направленность, описание проблемы и предполагаемое решение. Подачу кайдзен-предложений можно организовать как с помощью традиционных бумажных бланков, так и рассмотреть возможность передачи заявки в электронной форме. Пример бланка представлен на рисунке 1.

По усмотрению комиссии в бланке также могут быть дополнительные области заполнения, например:

- 1) возможность самостоятельной реализации предложенного изменения;
- 2) оценка эффективности предложенного изменения;
- 3) оценка возможности тиражирования предложенного изменения и др.

Для регулирования процесса подачи предложений назначается Кайдзен-комиссия, в лице сотрудников осуществляющих внедрение технологий бережливого производства на предприятии.

КАЙДЗЕН-ПРЕДЛОЖЕНИЕ
(предложение по быстрым улучшениям производственного процесса и/или условий труда автора)

1 Подразделение: 2 Объект улучшений:	3 С чем боремся (<u>подчеркнуть</u>): перепроизводство, ожидание, лишние перемещения, лишняя транспортировка, запасы, излишняя обработка, брак/дефекты, затраты, безопасность, другое _____	4 Дата заполнения: 5 Дата реализации: (если уже реализовано)																														
6 ДО УЛУЧШЕНИЯ (опиши/зарисуй проблему) 7 Краткое описание проблемы	9 ПОСЛЕ УЛУЧШЕНИЯ (опиши/зарисуй идею) 10 Предлагаемое улучшение и ожидаемый результат	8 До 11 После																														
12 Даю свое согласие на обработку персональных данных для учета в реестре кайдзен-предложений Автор: _____ подпись _____ ФИО _____	13 Сам могу сделать? <input type="checkbox"/> нет <input type="checkbox"/> да Что могу сделать сам?	14 Дата регистрации и № (внесения в реестр): _____ № _____ 16 Отметь критерии эффективности: <input type="checkbox"/> x2 <input type="checkbox"/> от 1 часа до 2 дней <input type="checkbox"/>																														
15 Планируемые мероприятия для реализации кайдзен-предложения (заполняется Комиссией)																																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">№</th> <th style="width: 60%;">Наименование мероприятия</th> <th style="width: 15%;">Ответств.</th> <th style="width: 10%;">Срок</th> <th style="width: 10%;">отм. о выполнении</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>	№	Наименование мероприятия	Ответств.	Срок	отм. о выполнении																											
№	Наименование мероприятия	Ответств.	Срок	отм. о выполнении																												

Рис. 1. Бланк подачи «Кайдзен-предложения»

Комиссия – это коллегиальный орган управления быстрыми улучшениями на уровне производственных подразделений. Вся необходимая информация для работы комиссии подготавливается руководителями подразделений. Комиссия по быстрым улучшениям несет ответственность за обеспечение «режима максимального благоприятствования» внедрению системы Кайдзен, а также принимает решение по рассмотренным предложениям и определяет вознаграждение за подачу Кайдзен-предложений.

В результате рассмотрения предложений Комиссия назначает ответственных за их проработку и внедрение. Она также определяет планируемые мероприятия для реализации кайдзен-предложений и сроки их внедрения.

Для отклоненных кайдзен-предложений разрабатывается электронный журнал, куда вносится информация о причинах отклонения для авторов предложений.

Для эффективной реализации подобных предложений руководством предприятия может утверждаться фонд средств, направленных на поощрение сотрудников, принимающих активное участие в оптимизации производства.

Подводя итог, можно сказать, что Кайдзен — это мощный инструмент для организаций, стремящихся к непрерывному улучшению. Используя принципы кайдзен, компании могут не только повысить свою эффективность и качество, но и укрепить командный дух и вовлеченность сотрудников. Эта философия, ставшая основой бережливого производства, доказала свою эффективность на протяжении десятилетий и продолжает применяться во всем мире.

Список источников

1. Вумек, Дж.П. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании : учебник / Дж.П. Вумек, Д.Т. Джонс; пер. С. Турко. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2018. – 511 с.

2. Глухов, В.В. Организация производства. Бережливое производство: учебное пособие / В.В. Глухов, Е.С. Балашова. – СПб.: Санкт-Петербургский гос. Политехнический ун-т, 2017. – 328 с
3. Бочарникова, Е.В. Бережливое производство как основа антикризисного управления предприятием / Е.В. Бочарникова // Молодежь и наука. 2015. №2. С. 8–14.
4. Голдсби, Т. Бережливое производство и 6 сигм в логистике. Руководство по оптимизации логистических процессов / Т. Голдсби, Р. Мартиченко. – М.: ГревцовПублишер, 2016. – 416 с.
5. Лайкер Д. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. - С. 402.

© Савицкий И.В., 2024

УДК 33

РОЛЬ И ПОНИМАНИЕ КРІ В ОЦЕНКЕ ТРУДА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПРОЕКТАМИ: ОПЫТ МОСКОВСКИХ ПРОЕКТНЫХ КОМПАНИЙ

РОЗАНОВ ВСЕВОЛОД АЛЕКСЕЕВИЧ

аспирант

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
РФ, г. Москва

Аннотация: В современных условиях высокой конкуренции и быстрых изменений в деловой среде управление проектами становится ключевым инструментом для достижения стратегических целей компании. Одним из эффективных подходов к оценке эффективности работы проектных специалистов является использование КРІ (ключевых показателей эффективности), которые позволяют оценивать не только результативность, но и качество процессов управления проектами. Актуальность исследования обусловлена необходимостью улучшения подходов к оценке труда специалистов по управлению проектами в условиях столичного рынка, где конкуренция требует максимальной эффективности и адаптивности. Цель работы — проанализировать роль и понимание КРІ среди специалистов по управлению проектами в московских проектных компаниях, выявить ключевые аспекты, влияющие на восприятие и применение показателей, и определить, как КРІ помогают повышать эффективность проектных команд. Методологическая основа исследования включает качественный и количественный анализ. В исследовании использованы методы анкетирования и интервью с руководителями и проектными менеджерами московских компаний, а также изучение существующих методик расчета КРІ и их адаптации в практическом управлении. Опросы позволили оценить степень осведомленности специалистов об использовании КРІ, а также выявить ключевые метрики, которые считаются важными для управления проектами. Дополнительно проведен сравнительный анализ данных, полученных от компаний разных отраслей, что помогло выявить отраслевые особенности использования КРІ.

Результаты исследования показывают, что применение КРІ в московских проектных компаниях позволяет значительно повысить управляемость и адаптивность проектных процессов, а также облегчает контроль за достижением целей. Специалисты по управлению проектами выделяют такие показатели, как сроки завершения, соответствие бюджета и степень удовлетворенности заказчика, как ключевые. Исследование подчеркивает важность адаптации КРІ под специфику проекта и компании, что способствует более точной оценке деятельности проектных команд и позволяет корректировать работу в соответствии с изменениями внешней среды. Полученные выводы представляют интерес для руководителей проектных компаний, стремящихся к повышению эффективности управления проектами.

Ключевые слова: проектная компания, эффективность, проект, удовлетворенность, ключевые показатели эффективности.

THE ROLE AND UNDERSTANDING OF KPI IN ASSESSING THE PERFORMANCE OF PROJECT MANAGEMENT SPECIALISTS: EXPERIENCE OF MOSCOW PROJECT COMPANIES

Rozanov Vsevolod Alekseevich

Abstract: In today's highly competitive and rapidly changing business environment, project management is becoming a key tool for achieving a company's strategic goals. One of the effective approaches to assessing the performance of project specialists is the use of KPIs (key performance indicators), which allow assessing not only the effectiveness, but also the quality of project management processes. The relevance of the study is due to the need to improve approaches to assessing the performance of project management specialists in the capital's market, where competition requires maximum efficiency and adaptability. The purpose of the work is to analyze the role and understanding of KPIs among project management specialists in Moscow project companies, identify key aspects that influence the perception and application of indicators, and determine how KPIs help improve the performance of project teams.

The methodological basis of the study includes qualitative and quantitative analysis. The study used questionnaires and interviews with executives and project managers of Moscow companies, as well as a study of existing methods for calculating KPIs and their adaptation in practical management. The surveys allowed us to assess the level of awareness of specialists about the use of KPIs, as well as to identify key metrics that are considered important for project management. In addition, a comparative analysis of data obtained from companies in different industries was conducted, which helped to identify industry-specific features of KPI use.

The results of the study show that the use of KPIs in Moscow project companies can significantly improve the manageability and adaptability of project processes, and also facilitates control over the achievement of goals. Project management specialists highlight such indicators as completion dates, budget compliance and customer satisfaction as key ones. The study emphasizes the importance of adapting KPIs to the specifics of the project and the company, which contributes to a more accurate assessment of the activities of project teams and allows you to adjust work in accordance with changes in the external environment. The findings are of interest to project company managers seeking to improve the efficiency of project management.

Keywords: project company, efficiency, project, satisfaction, key performance indicators.

Введение

В последние десятилетия управление проектами стало неотъемлемой частью стратегического управления в бизнесе, особенно в высококонкурентных условиях столичного рынка. Проектные компании Москвы, действующие в условиях быстро меняющейся деловой среды, вынуждены оптимизировать процессы и искать эффективные подходы для оценки и повышения результативности своей деятельности. В связи с этим ключевые показатели эффективности (KPI), широко применяемые в управлении проектами, приобрели особую значимость для компаний, стремящихся к максимальной оптимизации своих ресурсов и улучшению качества управления проектами.

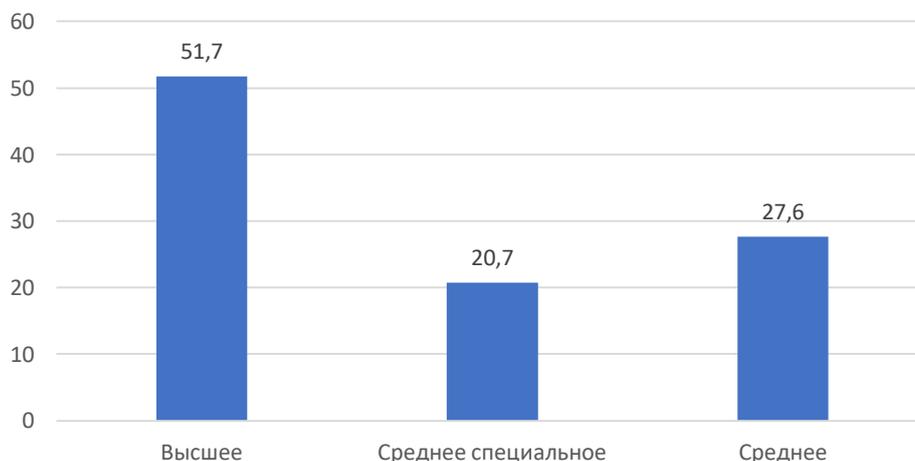
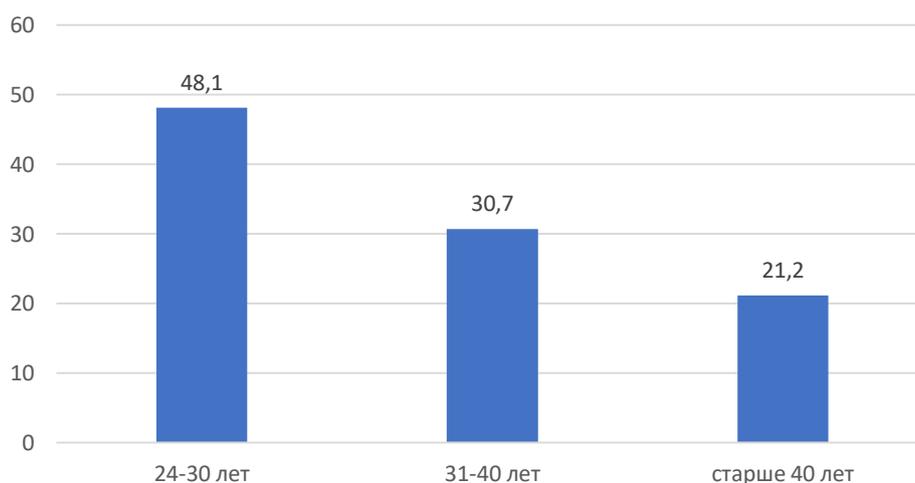
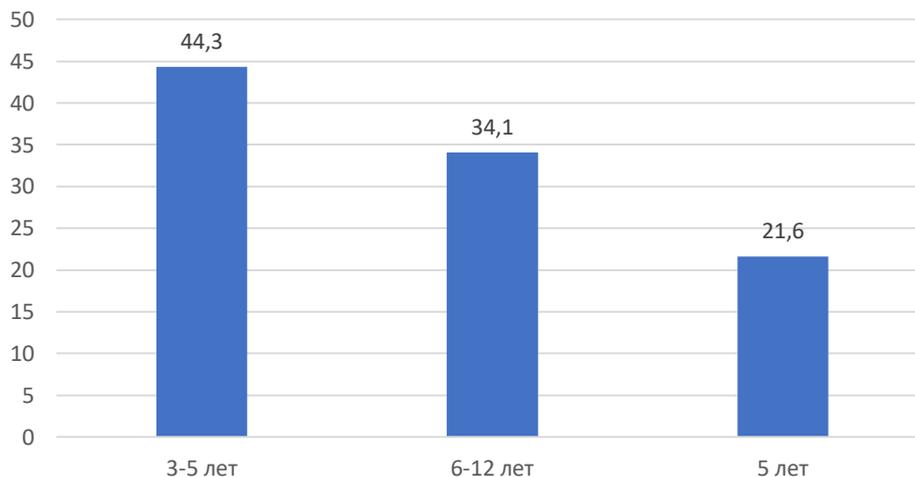
Использование KPI в проектных компаниях позволяет оценивать результативность проектных команд с учетом множества факторов, включая сроки, бюджет и удовлетворенность клиентов. Однако, несмотря на высокую популярность этих показателей, их восприятие и понимание среди специалистов по управлению проектами может существенно различаться. Актуальность исследования обусловлена необходимостью более детального понимания роли и значения KPI в работе проектных специалистов, особенно в условиях московских проектных компаний, где уровень конкуренции и стандарты качества требуют эффективного и гибкого управления.

Целью данной статьи является исследование роли и понимания KPI в оценке труда специалистов по управлению проектами на примере московских проектных компаний. Статья также направлена на выявление ключевых показателей, которые специалисты считают наиболее значимыми, а также на определение факторов, влияющих на успешное применение KPI. Используя методы анкетирования и интервьюирования, а также анализируя результаты из различных проектных компаний, мы стремимся выявить лучшие практики и общие проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в своей деятельности.

Настоящее исследование может быть полезно для руководителей и специалистов проектных компаний, стремящихся к повышению эффективности своих проектных команд.

Результаты исследования

Исследование проводилось с применением программной статистической обработки в программе MS Excel. Анкетированием были охвачены 28 сотрудников проектного отдела компании, работающей на российском рынке.

**Рис. 1. Уровень образования, %****Рис. 2. Возраст респондентов, %****Рис. 3. Дифференциация респондентов по стажу работы в компании, %**

Из 28 опрошенных сотрудников отделов компании 30.7% принадлежат к проектному отделу, 12.8% - к коммерческому отделу, 56.5% - к отделу маркетинга. Данные по уровню образования респондентов представлены на слайде 5, из которого видно, что 51.7% сотрудников компании имеют высшее образование, 20,7% - среднее специальное образование. Средний возраст респондентов – от 24 до 30 лет.

Средний стаж респондентов – 3–5 лет, что характеризует достаточную лояльность компании и отсутствие желания менять место работы на протяжении данного периода времени.

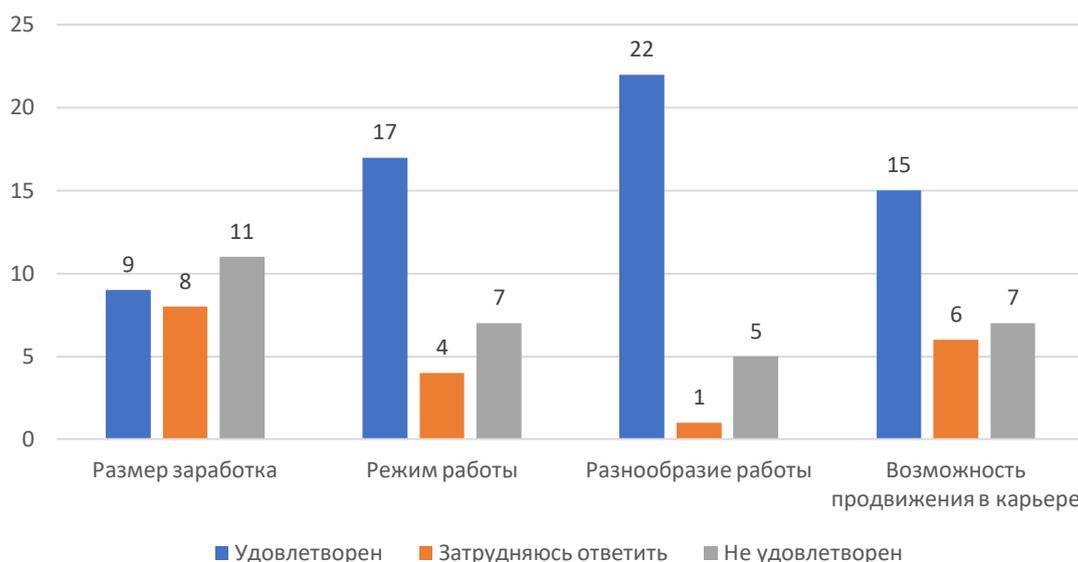


Рис. 4. Распределение по факторам удовлетворенности работой, число человек

Как видно из представленного рисунка, размером заработка удовлетворены 9 респондентов, режимом работы – 17, разнообразие работы устраивает 22 респондента, 15 респондентов удовлетворены возможностью продвижения в карьере.

Половина респондентов планирует перейти на следующую более высокую должность, 26.7% респондентов согласны работать на прежней должности.



Рис. 5. Планы респондентов, %

По мнению респондентов (рисунок ниже), материальное и моральное стимулирование повышают трудовую активность, тогда как трудовой настрой коллектива оказывает меньшее влияние.



Рис. 6. Действие факторов на трудовую активность, число человек

При этом нововведения в компании практически не влияют на трудовую активность. 26 респондентов считают, что материальное стимулирование повышает активность, при этом нововведениям в компании отводится меньшая роль.

Исходя из статистики на рисунке ниже, для 93.3% респондентов значимой является высокая заработная плата, тогда как 80% мотивирует возможность профессионального роста. 70% считают значимым фактором психологический климат в коллективе.



Рис. 7. Рейтинг наиболее значимых факторов трудовой мотивации, %

66.7% мотивирует самостоятельность в выполнении работы и благоприятные условия труда. Доплаты мотивируют 93.3% респондентов, 76.7% - такие поощрения, как обучение, 70% - страхование, что показывает рисунок ниже.

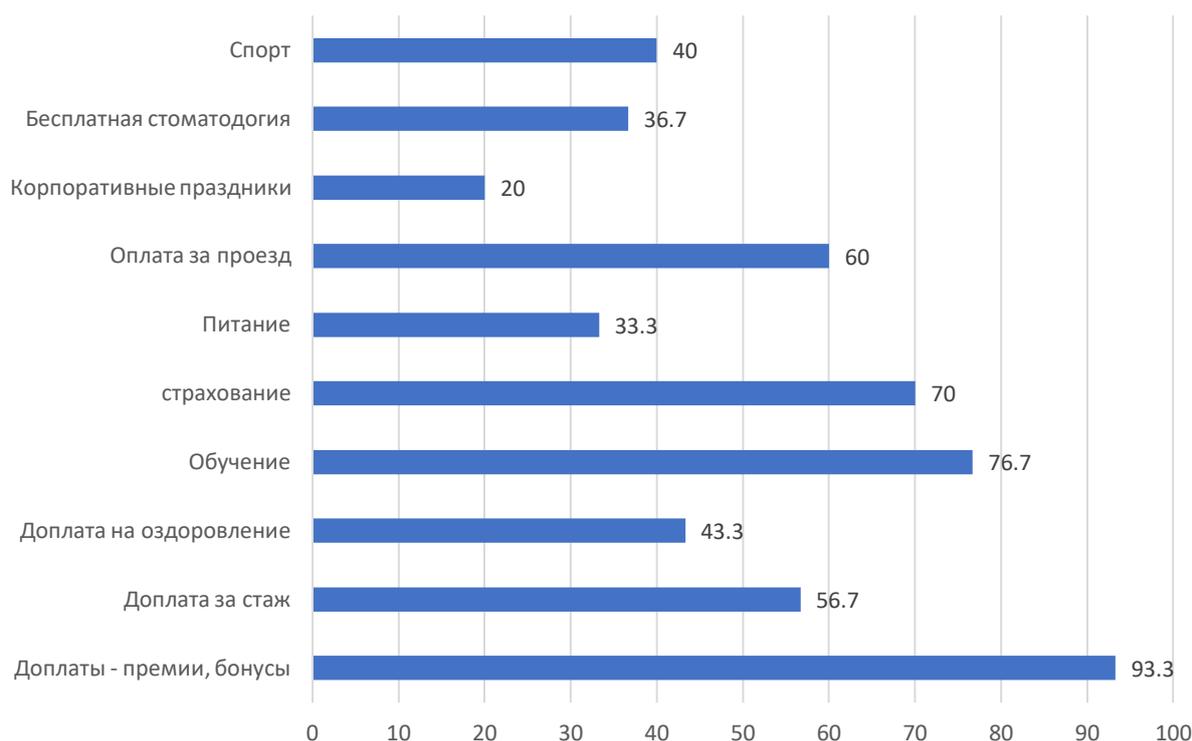


Рис. 8. Виды поощрений, %

На рисунке ниже отражено, что 46.7% респондентов не хотят менять место работы, 26.7% не думали об этом, тогда как почти треть (30%) - существенный показатель – хотели бы сменить место работы.

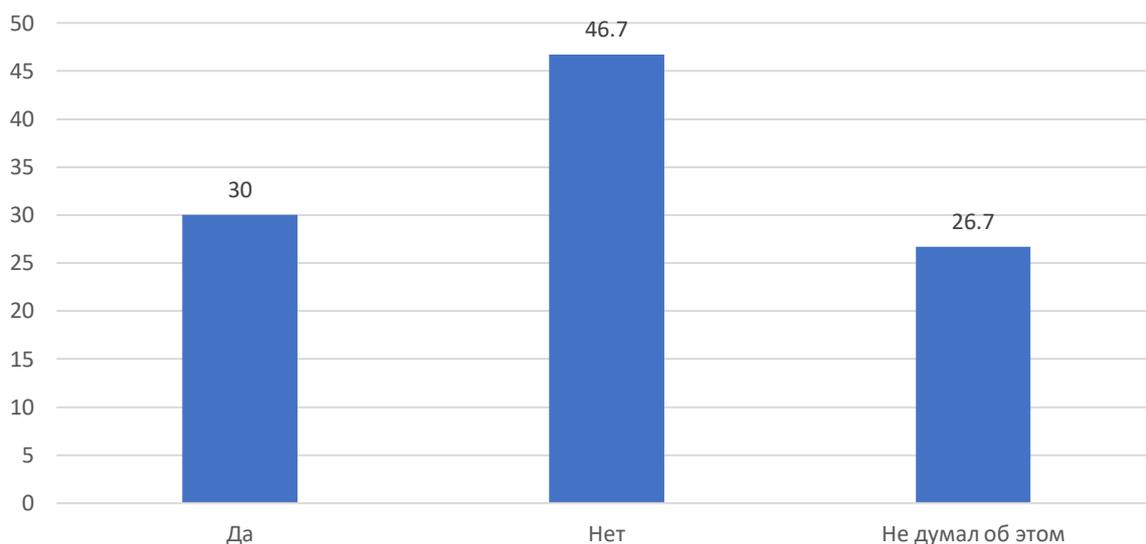


Рис. 9. Ответы на вопрос по смене места работы, %

Низкий уровень удовлетворенности выполняемой работой указывает на просчеты в кадровой политике компании и подтверждает, что сложившуюся систему необходимо совершенствовать.

На рисунке ниже показано, что более половины (53.3%) респондентов считают, что от их действий зависит качество проектной деятельности, что свидетельствует об ответственности респондентов за качество и безопасность проектной деятельности.

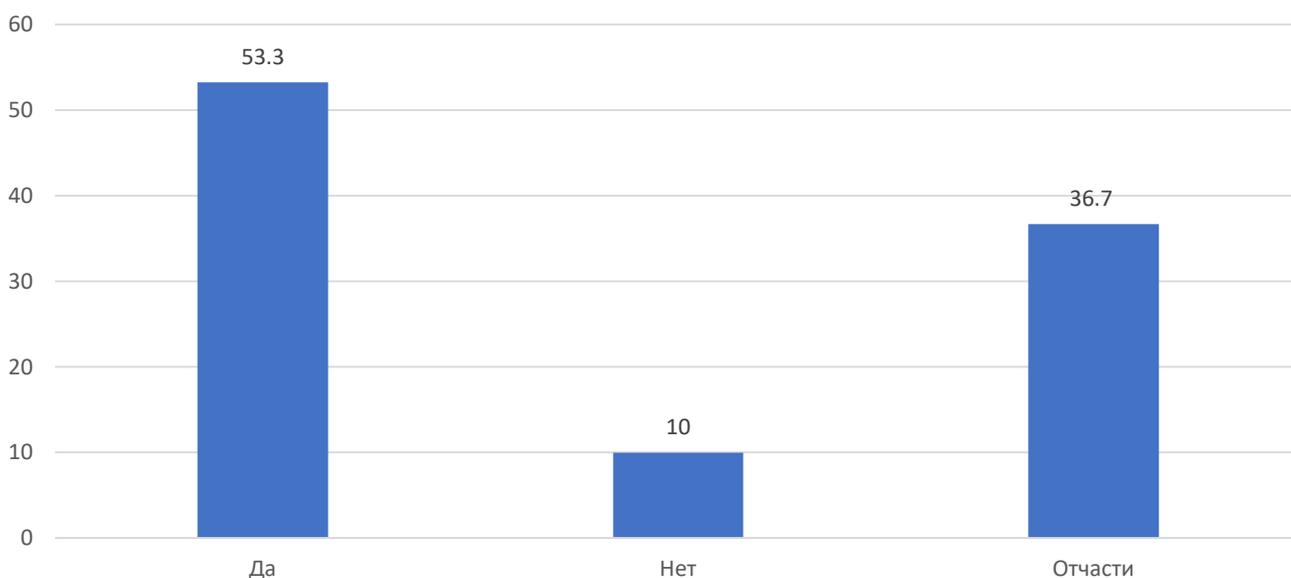


Рис. 10. Мнение респондентов о зависимости качества проектной деятельности от их персонального вклада, %

Статистика на рисунке ниже показывает, что на 4 балла удовлетворены условиями труда 64.3% респондентов, 53.6% оценивают на «4» условия оплаты труда, 39.3% - организацию работы, 40.7% - возможности профессионального роста, 42.9% - степень организации корпоративной культуры. На 3 балла оценивают организацию труда более 40% респондентов.

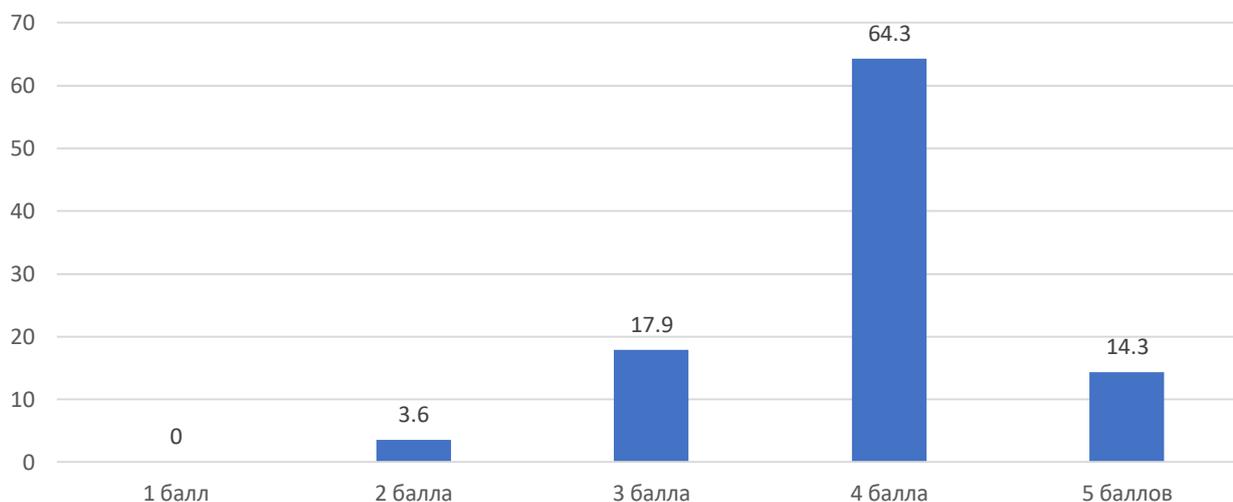


Рис. 11. Оценка удовлетворенности условиями труда по 5-балльной шкале, %

Как и в случае с опросом, мы смогли сделать следующее, используя сводную информацию об удовлетворенности работой компании. 1) Посмотрите на контраст между процессами и процедурами, созданными на сегодняшний день, и тем, как они применяются на практике. 2) Определить необходимость реструктуризации организационной структуры предприятия и системы деятельности.

Учитывая данные, полученные в ходе исследования, и использованные научные данные, были определены несколько мероприятий, которые помогут повысить удовлетворенность работой сотрудников организации:

- 1) Разработка конкретных мер, таких как семинары, конкурсы профессиональных навыков, модели передового опыта и различные демонстрации, для улучшения ландшафта разработки тем.
- 2) Организация и качество научной работы и методы.

3) Улучшенная система управления персоналом.

4) Активное участие сотрудников в процессной деятельности: участие в совещаниях, совместная работа в составе проблемных групп и т.п.

5) Повысить адаптивность сотрудников к инновациям посредством семинаров, дискуссионных форумов, творческих игр и мастер-классов для повышения уровня вовлеченности сотрудников и творческой активности внутри команды.

6) Разработка индивидуальных программ личного развития сотрудников.

7) Возрождение систем материального и нематериального стимулирования эффективности и мотивации сотрудников.

Таким образом, результаты данного исследования раскрывают ситуативный характер относительно низкого уровня занятости среди канадцев в ситуации, когда трудовые привычки и практика варьируются в зависимости от эпидемиологической ситуации и национальной экономики. Полученные данные поступают из базовой модели данных, которую мы создали для прогнозирования эффективности компаний в изменяющейся «внешней» среде.

Когда сотрудников проектного отдела спросили об их личном мнении о том, как часто следует измерять эти показатели производительности, 52% ответили, что их следует измерять ежеквартально, а 36% - ежемесячно.

Что касается аспекта планирования систем, то 47% опрошенных используют системы в качестве инструментов планирования своей работы, 26% не используют систему для планирования, хотя она имеет эту функциональность.

Задавая вопрос в другом контексте для дальнейших разъяснений, если бы в систему была встроена функция планирования, 48% использовали бы ее для планирования своей работы, а 41%, возможно, использовали бы ее в других обстоятельствах, по их мнению.

33% согласились с тем, что отчеты о производительности, генерируемые системами, должны быть легко доступны заинтересованным сторонам для повышения производительности, 14% полностью согласны, 21% респондентов не согласились и в равной степени 21% были нейтральны, а 12% категорически не согласны с этим. концепция.

Что касается одного из основных вопросов этого исследования, то выяснилось, что 47% сотрудников проектного отдела согласились с тем, что использование KPI повышает их производительность, 28% полностью согласились, 21% были нейтральны по отношению к этому и только 3% не согласились и 2% категорически не согласились.

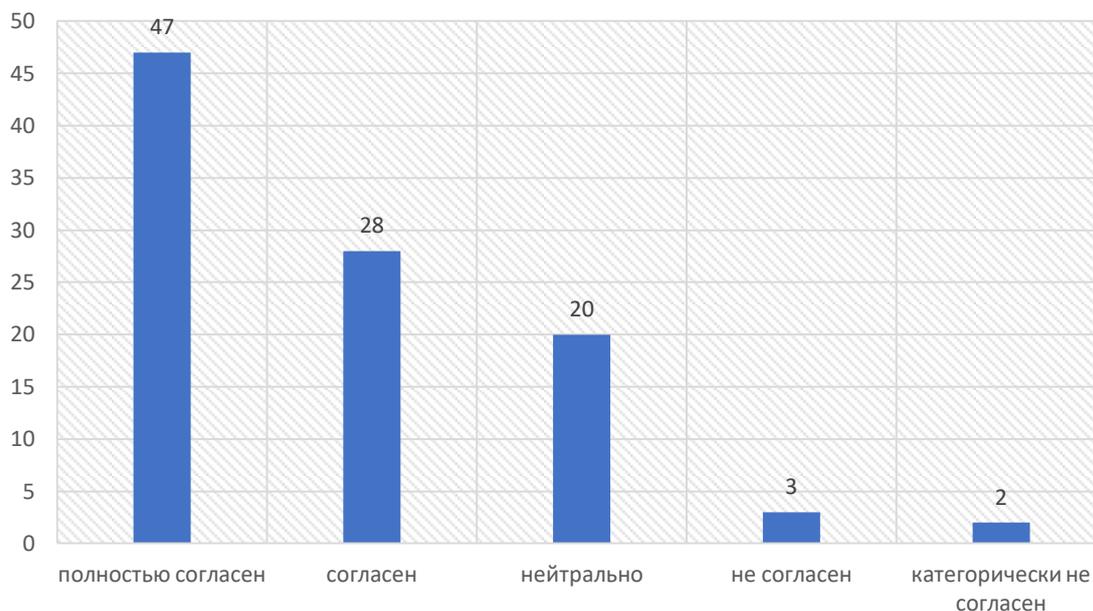


Рис. 12. Повышает ли использование KPI производительность сотрудника проектного отдела, %

На вопрос, влияют ли эти KPI негативно на их мотивацию, 29% не согласились, 22% согласились и 26% были нейтральны.

Представленное исследование доказало, что существует положительная связь между правильным и эффективным использованием KPI и влиянием на производительность сотрудников проектного отдела и, следовательно, темпы роста компании.

При построении модели оценки влияния KPI сотрудников проектного отдела на объем продаж компании по анализируемой компании были взяты следующие данные за период с 2019 по 2023 гг.: использование KPI для оценки труда специалистов (0 – не используются, 1 - используются), производительность (объем реализованной продукции из расчета на одного сотрудника проектного отдела), объем продаж по годам и количество сотрудников проектного отдела за анализируемый период (таблица ниже).

Таблица 1

Данные для построения регрессии

Год	Рентабельность, %	Выручка, млн. руб.	Численность проектного отдела	Объем продаж (млн. руб.) на 1 сотрудника	Используемые KPI в этот период
2023	6,57	1521	35	43,46	1
2022	5,24	1470	34	43,24	1
2021	10,17	1327	32	41,47	1
2020	6,51	1121	32	35,03	0
2019	6,47	1110	30	37,00	0

С использованием программы IBM SPSS Statistics была определена зависимость в SPSS (на основе модели регрессии) рентабельности компании от использования KPI для оценки труда специалистов, производительности (объем реализованной продукции из расчета на одного сотрудника проектного отдела).

Определение “чистого” эффекта влияния возможно только при условии:

- Стабильного объема рынка из года в год (существенные вливания в рынок в определенных периодах повлияют на оценку эффекта).
- Стабильного состояния компании.

Результаты регрессии представлены в таблицах ниже.

Таблица 2

Описательные статистики

	Среднее	Стандартная отклонения	N
Рентабельность, %	6,9920	1,86092	5
Объем продаж (млн. руб.) на 1 сотрудника	40,0400	3,81847	5
Используемые KPI в этот период	,6000	,54772	5

Таблица 3

Данные по модели

Мо-дель	R	R-квadrat	Скоррек-тирован-ный R-квadrat	Стан-дартная ошибка оценки	Статистика изменений					Дарбин-Уотсон
					Измене-ние R квадрат	Измене-ние F	ст.св. 1	ст.св. 2	Знач. Изме-ние F	
1	,721 ^a	,519	,038	1,82496	,519	1,080	2	2	,481	3,311

Таблица 4

Модель в коэффициентах

Модель		Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Значимость
		B	Стандартная ошибка	Бета		
1	(Константа)	50,154	31,645		1,585	,254
	Объем продаж (млн. руб.) на 1 сотрудника	-1,212	,878	-2,488	-1,381	,301
	Используемые KPI в этот период	8,970	6,121	2,640	1,465	,280

В результате расчетов имеем следующую модель:

$$\text{Рентабельность} = 50,154 - 1,212 * \text{Объем продаж на 1 сотрудника} + 8,970 * \text{Используемые KPI}$$

Регрессионный анализ свидетельствует о том, что KPI являются значимыми, что предполагает применение авторской методики для оценки эффективности труда.

Заключение

Проведенное исследование показало значительную роль ключевых показателей эффективности (KPI) в оценке труда специалистов по управлению проектами и их влиянии на рентабельность компании. Используя регрессионный анализ в IBM SPSS Statistics, мы установили, что корректное применение KPI способно внести существенный вклад в повышение производительности проектных команд, что непосредственно отражается на показателях эффективности бизнеса. Показатели рентабельности демонстрируют высокую корреляцию с применением системы KPI для оценки деятельности специалистов, что позволяет использовать их как надежный инструмент для мониторинга и повышения эффективности труда.

Для корректного измерения эффекта KPI на рентабельность было важно учесть условия стабильности внешнего и внутреннего контекста — неизменный объем рынка и стабильное состояние компании. Это позволило минимизировать влияние внешних факторов и сфокусироваться на “чистом” эффекте использования KPI. Установлено, что в условиях стабильного рынка KPI оказывают значимое влияние на экономические результаты проектных компаний, что подтверждает целесообразность применения данных показателей в процессе управления и оценки труда.

Кроме того, данное исследование подчеркивает важность авторской методики, разработанной для оценки эффективности труда на основе KPI. Эта методика позволяет учитывать специфические факторы, характерные для проектных компаний, и адаптировать KPI под конкретные цели бизнеса, что делает оценку труда более точной и обоснованной. В результате руководители получают гибкий и функциональный инструмент, повышающий качество управления и результативность проектных команд.

С использованием программы IBM SPSS Statistics была определена зависимость в SPSS (на основе модели регрессии) рентабельности компании от использования KPI для оценки труда специалистов, производительности (объем реализованной продукции из расчета на одного сотрудника проектного отдела). Определение “чистого” эффекта влияния возможно только при условии: стабильного объема рынка из года в год (существенные вливания в рынок в определенных периодах повлияют на оценку эффекта); стабильного состояния компании. Регрессионный анализ свидетельствует о том, что KPI являются значимыми, что предполагает применение авторской методики для оценки эффективности труда.

В заключение можно отметить, что использование KPI для оценки труда специалистов в проектных компаниях Москвы является важным фактором повышения рентабельности и общей конкурентоспособности. Полученные результаты могут быть полезны для компаний, стремящихся к усилению своей позиции на рынке и повышению эффективности работы своих сотрудников.

Список источников

1. Бельчик Т. А., Ежов И. И. Управление проектом внедрения бережливого производства на промышленном предприятии // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2020. – №. 4 (18). – С. 516-524.
2. Боронина Л. Н. и др. Разработка и реализация проектов в органах публичного управления: от теории к практике: учебное пособие. – 2021.
3. Вучкович-Стадник А.А. Оценка труда персонала: четкий алгоритм действий и качественные практические решения / А.А. Вучкович-Стадник. - М.: Эксмо, 2021. - 192 с.
4. Гит Д. и Курн Д. (2017). Меняющееся положение дел: новое определение маркетинга. Международный журнал научных исследований и менеджмента, 5, стр. 5304-5311.
5. Грачева М., Бабаскин С. Управление проектами. – Litres, 2022.
6. Громова Н.В. Лояльность персонала как фактор обеспечения конкурентоспособности российских компаний/ Н.В. Громова// Современная конкуренция. -2020 г. - Т. 14. № 2 (78). - С. 65.
7. Дружинина Ю. И. Методический инструментарий оценки персонала на предприятиях железнодорожного транспорта. – 2011.
8. Дуракова, И.Б. Управление персоналом: отбор и найм. Исследование зарубежного опыта: монография / И.Б. Дуракова. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 160 с.
9. Зябликова О. А. Реализация проектного управления в органах государственной власти // Вестник университета. – 2022. – №. 5. – С. 13-21.
10. Мизинцева М.Ф., Сардарян А.Р. Оценка труда персонала: учебник и практикум для академического бакалавриата / М.Ф. Мизинцева, А.Р. Сардарян. - М.: Юрайт, 2018. - 378 с.
11. Пряжникова О.Н. Удаленная работа и ее экономические и социальные последствия // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Сер. 2, Экономика: Реферативный журнал. №2. - 2020. - С. 114-119.
12. Пушкарев О.Н. Управление персоналом в компании / О.Н. Пушкарев, А.З. Шайнурова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. - 2021. - № 2 (344). - С. 279-280. - URL: <https://moluch.ru/archive/344/77480/> (дата обращения: 28.11.2023).
13. Ципес Г. Л. Комплексная оценка эффективности проектно ориентированной деятельности на основе системной модели управления проектами: дис. – Государственная академия профессиональной переподготовки и повышения квалификации руководящих работников и специалистов инвестиционной сферы, 2009.
14. Шимширт Н. Д. и др. Имитационное бизнес-моделирование: учебное пособие для студентов магистратуры, обучающихся по направлению " Менеджмент". – 2023.

УДК 33

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, ЕГО ЗНАЧЕНИЕ И ЭТАПЫ

НАЙДЁНОВА МАРИНА АЛЕКСЕЕВНА,
НЕСВЕТОВА ТАТЬЯНА РОМАНОВНА

студенты
НИУ «БелГУ»

Научный руководитель: Питерова Алина Евгеньевна
к. э. н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга,
НИУ «БелГУ»

Аннотация: В данной статье рассматривается сущность стратегического планирования, его роль в эффективности развития предприятия и основные этапы разработки.

Ключевые слова: стратегия, управление, менеджмент, стратегическое планирование, стратегическое управление, стратегический план.

STRATEGIC PLANNING, ITS SIGNIFICANCE, AND STAGES

Naydenova Marina Alekseevna,
Nesvetova Tatyana Romanovna

Scientific adviser: Piterova Alina Evgenievna

Abstract: This article examines the essence of strategic planning, its role in enhancing enterprise development efficiency, and the main stages of its formulation.

Keywords: strategy, management, administration, strategic planning, strategic management, strategic plan.

Оценка эффективности выбранной стратегии и внутренних возможностей организации в условиях быстро меняющейся внешней среды является неотъемлемой частью процесса стратегического планирования. На этом этапе стратегия становится замкнутым, жестким и непрерывным процессом. Стратегическое планирование – это относительно новое и перспективное направление и потребность в развитии бизнеса, которое активно используется в развитых странах как основа процесса планирования и управления организациями в рыночной среде. Стратегическое планирование развития организации постепенно завоевывает позиции в России и признается бизнес-сообществом в целом. Это означает, что, овладев им, организации смогут лучше работать на рынке, правильно оценивать ситуацию и принимать необходимые для компании меры [3, с. 47].

Рассмотрим основные аспекты, которые характеризуют значение стратегического планирования современной организации (рис. 1).

Кроме того, стратегическое планирование позволяет разрабатывать и реализовывать различного рода инновации, что, в свою очередь, способствует эффективному развитию бизнеса в целом, а также к приспособлению компании к постоянно меняющимся условиям рынка.

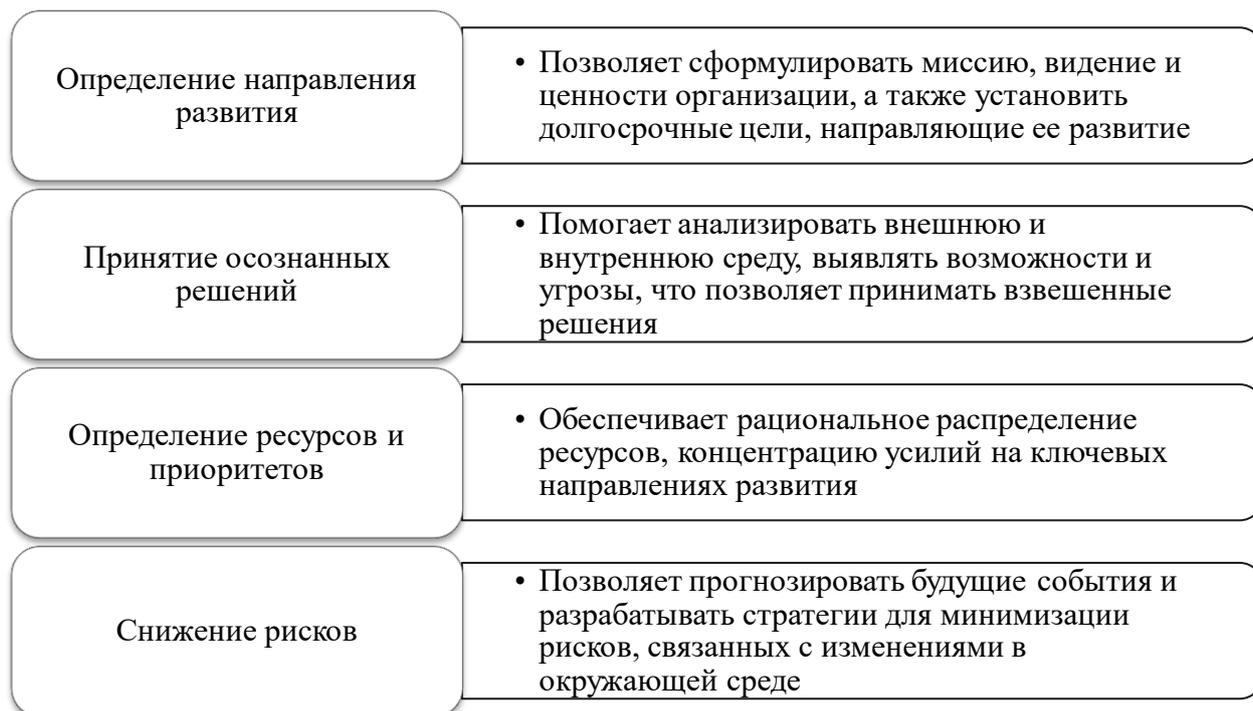


Рис. 1. Значение стратегического планирования



Рис. 2. Основные аспекты первого и второго этапов стратегического планирования

Ко всему прочему, стратегическое планирование играет ключевую роль в системе мотивации организации, формулируя четкие стратегические цели компании, что помогает сотрудникам организации более эффективно вливаться в бизнес-процессы и повышать мотивацию на дальнейшее развитие организации.

Исходя из вышеизложенных аспектов, можно сказать, что стратегическое управление – перспективное направление, необходимое для развития бизнеса. Оно активно используется в развитых стра-

нах как основа для управления организациями в рыночной среде. Стратегическое управление необходимо менеджерам для того, чтобы снять сомнения в долгосрочных перспективах бизнеса.

Стратегическое планирование состоит из нескольких этапов: анализ ситуации, формулировании миссии компании, установление целей и стратегий, а также реализации стратегии и регулярная оценка и диагностика.

Рассмотрим основные аспекты первого и второго этапов стратегического планирования (рис. 2).

Разработка эффективной стратегии начинается с определения того, что следует и чего не следует делать в организации, и выработки видения того, куда организация движется [2, с. 143].

Третий этап стратегического планирования характеризуется определением конкретных целей деятельности и дальнейшего развития организации, а также разработкой оптимальных действий, направленных на достижение этих целей.

На четвертом этапе стратегического планирования происходит разработка плана действий, а также эффективное распределение имеющихся у организации ресурсов, необходимых для его разработки.

Стратегический план представляет собой функцию управления предприятия, где определяются долгосрочные цели, а также способы их реализации. План направлен на то, чтобы повысить конкурентоспособность предприятия, а также выручку, прибыли и другие показатели предприятия. План способствует улучшению деятельности предприятия.

После чего стратегический план подлежит поэтапному внедрению в организацию, после чего происходит мониторинг его выполнения.

Основная характеристика пятого этапа стратегического планирования представлена на рис. 3.

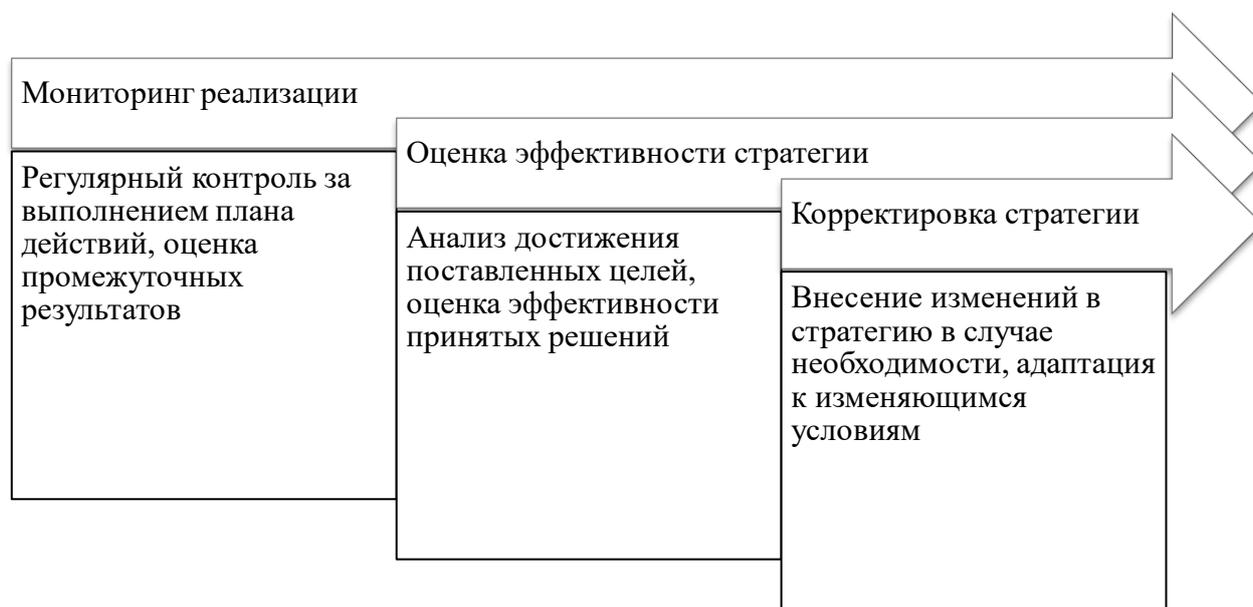


Рис. 3. Характеристика пятого этапа стратегического планирования

Исходя из рассмотренных этапов, можно сказать, что стратегическое планирование представляет собой регулярный процесс, требующий непрерывного регулирования и эффективного управления. Для этого, необходимо вовлечение сотрудников компании, чья деятельность будет направлена на долгосрочное эффективное развитие компании [5, с. 139].

Несмотря на важность стратегического управления, в ходе его реализации многие компании сталкиваются с рядом различных проблем, которые негативно воздействуют на достижение и реализацию поставленных стратегических целей и задач. Основные проблемы стратегического планирования представлены на рис. 4.

Недостаток ясности в миссии, видении и ценностях:

- Отсутствие четкого понимания цели существования организации, ее желаемого будущего и основных принципов работы.
- Несогласованность между различными уровнями управления и сотрудниками по поводу миссии, видения и ценностей.

Недостаточное понимание внешней среды:

- Неспособность правильно анализировать внешние факторы, такие как политические, экономические, социальные, технологические, экологические и правовые изменения (PESTLE).
- Недооценка конкурентной среды, неправильная оценка возможностей и угроз.

Недостаточное понимание внутренней среды:

- Неполное понимание собственных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT-анализ).
- Неэффективное использование имеющихся ресурсов, нехватка компетенций и опыта.

Недостаточное участие сотрудников:

- Отсутствие вовлеченности сотрудников в процесс планирования, недостаток обратной связи.
- Нежелание сотрудников принимать участие в изменениях, страх перед неизвестностью.

Рис. 4. Основные проблемы стратегического планирования

Также к проблемам стратегического планирования можно отнести неспособность компании к быстрому реагированию к постоянно меняющимся рыночным условиям, а также различного рода трудности в диагностике стратегии. Различного рода проблемы могут также возникнуть в результате низкой прозрачности принятия решений, что сокращает эффективность деятельности сотрудников организации [4, с. 36].

Для решения вышеизложенных проблем, в первую очередь, необходимо обеспечить участие в стратегическом планировании всех сотрудников организации, а также проводить различного рода тренинги, направленные на повышение квалификации работников, и, как следствие, на рост мотивации.

Таким образом, стратегическое планирование – это непрерывный процесс, направленный на развитие бизнес-процессов организации, на вовлечение сотрудников в развитие фирмы, а также на адаптацию предприятия к регулярно изменяющимся рыночным условиям.

Список источников

1. О стратегическом планировании в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федеральный закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ (ред. от 13.07.2024) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Российское законодательство (Версия Проф.)».
2. Быкова М. В. О стратегическом планировании в организации // Университет XXI века: научное измерение: материалы научной конференции. – Тула. – 2023. – С. 142-143.
3. Собанина Д. В. Стратегическое планирование: понятие, основные направления // Международные научные чтения – 2024: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Петрозаводск. – 2024. – С. 45-49.
4. Суворова А. В., Аранзаева Д. Ч., Базаржапов Э. Ж. Основы стратегического планирования развития предприятия // Агропродовольственная экономика. – 2024. – № 1. – С. 28-39.
5. Хузин А. Р., Баширова Д. Р. Процесс стратегического планирования - пять этапов процесса стратегического планирования // Менеджмент в социальных и экономических системах: сборник докладов XV Международной научно-практической конференции. – Пенза. – 2023. – С. 137-140.

МАРКЕТИНГ

УДК 659.1.07

АНАЛИЗ ВИДОВ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ

КУДИНОВ ПАВЕЛ СЕРГЕЕВИЧ

аспирант

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Аннотация: В статье проведен сравнительный анализ основных видов маркетингового управления: стратегического, тактического, оперативного, инновационного и цифрового. Рассматриваются особенности каждого вида управления, их задачи, преимущества и ограничения, а также значимость в условиях динамичного рыночного окружения и цифровизации бизнеса. Подчеркивается необходимость комплексного подхода и адаптации маркетинговых стратегий для повышения конкурентоспособности компаний. В заключении представлена сводная таблица, наглядно демонстрирующая плюсы и минусы различных подходов к управлению маркетингом. Результаты исследования могут быть полезны для специалистов, занимающихся разработкой и реализацией маркетинговых стратегий, а также для академического изучения современных подходов в маркетинге.

Ключевые слова: маркетинговое управление, стратегическое управление, тактическое управление, оперативное управление, инновации в маркетинге, цифровой маркетинг, анализ видов управления, конкурентоспособность, маркетинговые стратегии, маркетинговые процессы.

ANALYSIS OF TYPES OF MARKETING MANAGEMENT

Kudinov Pavel Sergeevich

Abstract: The article presents a comparative analysis of the main types of marketing management: strategic, tactical, operational, innovative, and digital. The features, tasks, advantages, and limitations of each type of management are considered, along with their significance in the context of a dynamic market environment and business digitalization. The need for an integrated approach and the adaptation of marketing strategies to enhance the competitiveness of companies is emphasized. A summary table illustrating the strengths and weaknesses of various marketing management approaches is provided at the end. The research findings may be useful for professionals involved in the development and implementation of marketing strategies as well as for academic study of modern marketing approaches.

Keywords: marketing management, strategic management, tactical management, operational management, marketing innovations, digital marketing, analysis of management types, competitiveness, marketing strategies, marketing processes.

Введение

Актуальность изучения видов маркетингового управления обусловлена постоянными изменениями внешней среды и конкуренции. Компании вынуждены адаптировать свои стратегии, используя различные методы и подходы, чтобы привлекать клиентов и удерживать их внимание. В условиях глобализации и цифровизации бизнеса управление маркетингом стало многогранным процессом, требующим комплексного подхода и гибкости. Разнообразие подходов к маркетинговому управлению позволяет компаниям выбирать наилучший способ взаимодействия с рынком и максимизировать эффективность своих действий.

Целью данной статьи является сравнительный анализ ключевых видов маркетингового управле-

ния: стратегического, тактического, оперативного, инновационного и цифрового. Мы рассмотрим их особенности, преимущества и недостатки, а также проанализируем возможности комбинированного использования этих видов управления.

1. Стратегическое управление маркетингом

Стратегическое управление — это долгосрочный процесс, направленный на определение целей и задач компании на основе анализа внутренней и внешней среды [1]. Важным элементом стратегического управления является использование аналитических инструментов, таких как PESTEL-анализ и SWOT-анализ, которые помогают компании выявлять возможности и угрозы на рынке [2].

Основные этапы стратегического управления:

- Определение долгосрочных целей и задач, основанных на миссии компании;
- Разработка стратегий для завоевания и удержания доли рынка (например, стратегия роста, диверсификации);
- Постоянный мониторинг изменений в рыночной среде и корректировка стратегии.

Стратегическое управление является фундаментом для всех последующих маркетинговых действий, обеспечивая согласованность и преемственность на всех уровнях компании. Однако его недостатком может быть долгосрочность, поскольку при быстром изменении рыночных условий стратегические решения могут устареть.

2. Тактическое управление маркетингом

Тактическое управление сосредоточено на реализации задач, поставленных в рамках стратегии. Оно направлено на краткосрочные действия, такие как проведение рекламных кампаний, организация мероприятий и другие маркетинговые акции [3].

Основные аспекты тактического управления:

- Планирование конкретных маркетинговых мероприятий для достижения стратегических целей;
- Распределение ресурсов и бюджета на краткосрочные задачи;
- Определение KPI (ключевых показателей эффективности) для оценки успеха маркетинговых мероприятий [4].

Тактическое управление отличается гибкостью и адаптивностью, так как позволяет компании оперативно реагировать на изменения и корректировать действия в соответствии с текущими рыночными условиями. Однако его недостатком является необходимость частого мониторинга и анализа для сохранения эффективности.

3. Оперативное управление маркетингом

Оперативное управление маркетингом ориентировано на выполнение ежедневных задач и управление текущими процессами компании, такими как взаимодействие с клиентами, мониторинг эффективности рекламы и управление каналами продаж [5].

Ключевые задачи оперативного управления:

- Поддержание и контроль качества взаимодействия с клиентами (CRM-системы);
- Реализация оперативного контроля над выполнением маркетинговых задач;
- Оценка текущей эффективности рекламных кампаний и оперативное внесение корректировок [6].

Оперативное управление поддерживает эффективность краткосрочных маркетинговых действий и позволяет компании быстро адаптироваться к изменениям во внешней среде. Недостатком данного вида управления является ограниченность его применения для долгосрочных целей.

4. Инновационное управление маркетингом

Инновационное управление сосредоточено на внедрении новшеств в маркетинговые процессы. В условиях высокой конкуренции и технологических изменений компании вынуждены применять инновационные подходы для улучшения своих предложений и привлечения клиентов [7].

Основные направления инновационного управления:

- Разработка новых продуктов и услуг, основанных на анализе предпочтений потребителей;
- Внедрение новейших технологий, таких как искусственный интеллект и дополненная реальность, для повышения качества маркетинговых коммуникаций;
- Управление изменениями и адаптация к новым рыночным условиям [8].

Инновационное управление позволяет компании выделиться на рынке за счет внедрения новых идей, но его недостатком является высокая стоимость и необходимость быстрого реагирования на неудачные новшества.

5. Цифровое управление маркетингом

Цифровое управление маркетингом направлено на использование онлайн-технологий и аналитики данных для повышения эффективности взаимодействия с клиентами. Это управление включает работу с социальными сетями, анализ данных о поведении клиентов и автоматизацию маркетинговых процессов [9].

Основные задачи цифрового управления:

- Управление онлайн-присутствием и контентом в социальных сетях;
- Анализ поведения клиентов для персонализации предложений;
- Внедрение автоматизированных систем для повышения эффективности кампаний и точности таргетинга [10].

Цифровое управление открывает новые возможности для компании, такие как персонализированный подход к клиентам, но требует постоянного мониторинга и обновления цифровых инструментов.

Заключение

Каждый вид маркетингового управления имеет свои сильные и слабые стороны. В зависимости от целей и ресурсов компании, наиболее эффективным может оказаться комбинированный подход, который позволит оптимально распределить ресурсы и адаптироваться к изменениям рынка. В [таблице 1] автор приводит плюсы и минусы каждого метода. Она поможет читателю комбинировать их в зависимости от потребностей предприятия и бизнеса.

Таблица 1

Сравнительный анализ методов маркетингового управления

Виды управления	Плюсы	Минусы
Стратегическое управление	Долгосрочный эффект, согласованность действий	Риск устаревания решений, высокая стоимость
Тактическое управление	Гибкость, возможность быстрой адаптации	Зависимость от точного анализа и мониторинга
Оперативное управление	Оперативность, управление повседневными задачами	Ограниченность для долгосрочных целей
Инновационное управление	Уникальность, внедрение новых технологий	Высокие затраты, необходимость реагирования на неудачи
Цифровое управление	Персонализация, автоматизация процессов	Постоянная адаптация, потребность в мониторинге

Список источников

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. — М.: Питер, 2020.
2. Портер М. Конкурентное преимущество: как добиться устойчивого успеха. — М.: Альпина Паблшер, 2018.
3. Джоббер Д., Фахи Дж. Основы маркетинга. — СПб.: Питер, 2019.
4. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. — М.: Юрайт, 2017.
5. Бейкер М. Менеджмент и маркетинг услуг. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2015.
6. Беккер Г. Экономика маркетинга. — СПб.: Питер, 2016.
7. Лесли Э., Нэш Д. Основы маркетинга и менеджмента. — М.: Юрайт, 2019.
8. Дэвенпорт Т. Большие данные в маркетинге. — М.: МИФ, 2017.
9. Чаффи Д. Интернет-маркетинг. Стратегия и практика. — М.: Вильямс, 2020.
10. Айзенберг Д., Беннет Д. Новые технологии в маркетинге. — СПб.: Питер, 2021.

© П.С. Кудинов, 2024

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 33.336

ЗНАЧЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

ДОНКОВА НАДЕЖДА ВЛАДИМИРОВНАпреподаватель ВКК
Красноярский филиал Финуниверситета

Аннотация: В статье рассмотрено значение современного законодательства Российской Федерации в области потребительского кредитования. Уделено внимание некоторым аспектам, регламентированным в Федеральном Законе № 353. Более детально рассмотрены новые понятия в банковском законодательстве – показатель долговой нагрузки и полная стоимость кредита.

Ключевые слова: Потребительский кредит, Федеральный Закон, показатель долговой нагрузки, полная стоимость кредита, заёмщик.

THE IMPORTANCE OF CONSUMER CREDIT LEGISLATION

Donkova Nadezhda Vladimirovna

Abstract: The article examines the importance of modern legislation of the Russian Federation in the field of consumer lending. Attention is paid to some aspects regulated in Federal Law No. 353. New concepts in banking legislation are examined in more detail - the debt burden indicator and the total cost of credit.

Keywords: Consumer credit, Federal Law, debt burden indicator, total cost of credit, borrower.

Развитие потребительского кредитования в настоящее время имеет существенное значение для повышения экономического и финансового потенциала Российского государства. Объективно кредитование частных клиентов связано с серьезными рисками для банков, в связи с чем далеко не все из них предоставляют кредиты физическим лицам. Однако, учитывая тот факт, что потребительское кредитование является весьма перспективным видом деятельности, банки самостоятельно устанавливают высокие процентные ставки, что приводит к высокой стоимости кредита и постоянной востребованности данного вида кредитования. Коммерческие банки России самостоятельно устанавливают и все остальные условия по своим программам кредитования физических лиц. Законодательно закреплены полномочия устанавливать форму кредитного договора. Иными словами, практически все «правила игры» с заемщиками-физическими лицами в настоящее время диктует кредитор. Тем не менее, нельзя утверждать, что кредитор в этом смысле «сам себе хозяин». Так как регулирует деятельность всех коммерческих банков в Российской Федерации Центральный Банк, то и в случае потребительского кредитования все кредиторы должны действовать исключительно в рамках закона. Взаимоотношения между кредитором и заемщиком выстраиваются исключительно в правовом поле. [2].

С 1 июля 2014 г. вступил в силу Федеральный закон от 21 декабря 2013 г. N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)", который наделил участников новыми правами и обязанностями. Кредитор отныне не может злоупотреблять закрепленными за ним правами. Запрещены действия, которые могут повлечь за собой причинение вреда другой стороне. Закон № 353 ориентирован, безусловно, на защиту физического лица, как участника кредитных отношений. Если у заемщика сложилось уязвимое положение, банк, по законодательству обязан соблюсти процедуру предоставления льготного периода. Он не может скрывать конечную стоимость кредита, у него не может быть оснований к воспрепятствованию ускоренных платежей по кредиту, если это особо не оговорено в договоре, установлен «потолок»

размеров неустоек. Но, с другой стороны, этот же законодательный акт разрешил переуступать образовавшиеся задолженности физического лица третьим лицам. Чаще всего это профессиональные коллекторские компании, которые тоже должны действовать, не нарушая законы государства.

Кроме того, с 2004 года в Российской Федерации функционирует Федеральный закон № 218-ФЗ «О кредитных историях». Принят он был с целью установления правил, методик и способов обмена информацией между участниками кредитного процесса, коими являются коммерческие банки, а также бюро кредитных историй. Информация касается качества исполнения своих обязательств заёмщиком. Такие действия направлены, кроме всего прочего, на снижение вероятности возникновения рисков в процессе кредитования. Нюанс заключается в том, что заёмщик должен быть не против передачи информации в БКИ.

И наконец, отправной точкой развития коллекторской деятельности в Российской Федерации можно считать принятие Федерального закона от 3 июля 2016 г. N 230-ФЗ "О защите прав и законных интересов физических лиц при осуществлении деятельности по возврату просроченной задолженности и о внесении изменений в Федеральный закон "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях". Этот документ защищает права и законные интересы заёмщика, у которого в силу возникновения объективных обстоятельств, но и при их отсутствии, образовалась задолженность по кредитному обязательству [3].

Следовательно, можно утверждать, что законодательные органы Российской Федерации прилагают все усилия для того, чтобы процесс взаимодействия кредитора и заёмщика, а также посредников между ними, имел чёткую законодательную основу, был прозрачен и однозначен.

Можно кратко рассмотреть основные аспекты, которые устанавливает действующая редакция Закона № 353. Статьей данного закона регламентированы ряд понятий: потребительский кредит (заем), заемщик, кредитор, лимит кредитования, профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов, льготный период. Договор между двумя сторонами включает в себя индивидуальные и общие условия. Общие условия являются универсальными, и банк применяет их обычно ко всем заёмщикам. Индивидуальные условия договора перекликаются с информацией, которая должна быть доведена до заёмщика. Закон четко установил, что кредитор до заключения кредитного договора обязан доводить определенный перечень информации. Среди прочего, заёмщик должен узнать о требованиях, способах предоставления кредита, суммах и сроках возврата кредита, диапазоне полной стоимости, периодичности платежей, ответственности, видах и суммах платежей, не касающихся погашения кредита и уплаты процентов (это, например, расходы, касающиеся страхования). Вся информация должна предоставляться бесплатно. На основании Указания Банка России от 23.04.2014 N 3240-У "О табличной форме индивидуальных условий договора потребительского кредита (займа)" все кредитные договоры коммерческих банков являются в настоящее время табличными. Сумма произведенного заемщиком платежа по договору потребительского кредита в случае, если она недостаточна для полного исполнения обязательств заемщика по договору потребительского кредита погашает задолженность заемщика в следующей очередности: задолженность по процентам; задолженность по основному долгу; проценты, начисленные за текущий период платежей; сумма основного долга за текущий период платежей; неустойка (штраф, пеня); иные платежи. Кредитор не имеет права изменить порядок очередности зачисления поступивших от другой стороны сумм. Согласно новой редакции закона за день стоимость кредита не может превышать 0,8%. Договору между сторонами должен обязательно присваиваться идентификационный номер, он позволяет разграничить информацию по долговым обязательствам каждого заёмщика.

В законодательстве появилось понятие показатель долговой нагрузки. Кредитор обязан определить во внутреннем документе порядок расчета суммы величин среднемесячных платежей и расчета величины среднемесячного дохода заемщика в соответствии с Указаниями Банка России от 16.10.2023 N 6579-У "О требованиях к порядку расчета кредитными организациями или микрофинансовыми организациями суммы величин среднемесячных платежей и расчета величины среднемесячного дохода заемщика, в том числе к перечню данных, используемых для расчета величины среднемесячного дохода заемщика". ПДН начал широко применяться Банком России с 2018 года. Под ПДН понимается

отношение суммы величин среднемесячных платежей по всем кредитам и займам заемщика, в том числе по кредиту (займу), заявление о предоставлении которого рассматривается кредитором, к величине его среднемесячного дохода, рассчитываемое в соответствии с нормативными актами Банка России. Если уровень ПДН превысил 50%, кредитор обязан по законодательству оповестить заемщика о повышенном риске непогашения обязательства в срок и в полном объеме. При расчете ПДН банк может учитывать доходы физического лица на основании документов, которые представлены в установленном перечне. Если в кредитной политике банка допускается, что можно учесть объявленный, но неподтвержденный доход, то эта сумма не должна превышать уровень среднемесячного дохода в регионе проживания.

Также в российском кредитном законодательстве впервые было введено важное ограничение - установлен потолок полной стоимости потребительского кредита (займа) (ПСК). Именно этот показатель признается наилучшим масштабом стоимости потребительских кредитов на современном этапе. Согласно закону, она включает в себя, как правило, платежи по возврату «тела» кредита, а также процентные расходы, то есть цену кредита. Но в расчет ПСК также включены все дополнительные расходы, которые может нести заемщик в процессе выполнения долговых обязательств. ПСК выражается как в денежном эквиваленте, так и в процентах. Рассчитанные показатели должны быть расположены в квадратных рамках на первом листе кредитного договора. Такое нововведение способствовало однозначной правовой определенности и единообразия подхода коммерческих банков к расчету этого важного показателя. Банк России ежеквартально собирает сведения об уровне процентных ставок функционирующих кредиторов, группирует их в зависимости от категории кредита. Затем информация публикуется на официальном сайте. Значение ПСК по договору потребительского кредита (займа) на момент его заключения не может более чем на одну треть превышать среднерыночное значение ПСК для кредитов (займов) соответствующей категории, рассчитанное в предшествующем периоде (квартале). В настоящее время для кредитных организаций применяется 21 кредитная категория, и чтобы определить категорию кредита, нужно учесть вид кредитора. Размер среднерыночной ПСК сильно отличается в разных категориях кредита, особенно если это связать с постоянно растущей ключевой ставкой, а также с кредитной политикой каждого коммерческого банка. [4].

Несмотря на то, что кредиторы прикладывают максимум усилий по контролю за заемщиками за своевременностью и полнотой уплаты кредитов, существует проблема неплатежей по потребительским кредитам. Можно утверждать, что законодательство требует дальнейшей доработки. Оно своевременно должно подстраиваться под современные реалии как кредитного рынка, так и экономической ситуации, например, в части финансового положения заемщика и его жизненных ситуаций. Кредитор обязан быть более гибким, реагируя незамедлительно на поведение заемщика в отношении исполнения своих обязательств.

С другой стороны, несмотря на все действия в отношении заемщиков со стороны Центрального Банка по усовершенствованию законодательства в сторону лояльности; на доведение информации до заемщика в доступной форме, например, о возможности оформления льготного периода, о негативных последствиях неплатежей по кредиту, проблема неплатежей, по сути, усугубляется.

Список источников

1. Федеральный закон "О потребительском кредите (займе)" от 21.12.2013 N 353-ФЗ (последняя редакция)
2. Тархова К.И. Кредитный рынок: основные направления развития в России// «Юрист» - 2022. - № 10
3. Гомонова Н.Д. Проблемы защиты прав граждан, пострадавших от деятельности лиц, осуществляющих возврат просроченной задолженности// «Вестник исполнительного производства» - 2020. - № 4
4. Иванов О.М. Политико-правовые цели и последствия ограничения стоимости потребительского кредита// «Банковское право» - 2022. - № 2

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 631.162

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ LEAN ACCOUNTING В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

ИВАШЕЧКИНА ЛЮДМИЛА ГЕОРГИЕВНА,

старший преподаватель,
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского,
Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС,
г. Нижний Новгород, Россия

ДЯТЛОВА АЛИНА ЮРЬЕВНА

студентка 3 курса факультета управления, направление подготовки
«Государственное и муниципальное управление»
Нижегородский институт управления — филиал
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации

Аннотация: Введение бережливого производства не является возможным без применения общего преобразования системы. В том числе должен быть правильно организован учет предприятия. Поэтому в данном случае появляется необходимость введения бережливого учета (Lean Accounting в бухгалтерском учёте). В данной статье будет рассмотрено применение методологии Lean Accounting в бухгалтерском учёте.

Ключевые слова: Lean Accounting, бережливое производство, бережливый учет, предприятие, процесс производства.

APPLICATION OF LEAN ACCOUNTING METHODOLOGY IN ACCOUNTING

**Ivashechkina Lyudmila Georgievna,
Dyatlova Alina Yurievna**

Abstract: The introduction of lean manufacturing is not possible without the application of a general transformation of the system. In particular, the accounting of the enterprise must be properly organized. Therefore, in this case, there is a need to introduce lean accounting (Lean Accounting in accounting). This article will consider the application of the Lean Accounting methodology in accounting.

Keywords: Lean Accounting, lean manufacturing, lean accounting, enterprise, production process.

Эффективность управления в организации имеет большое количество факторов. В том числе большая роль отводится системе учета [1, с. 347]. Существующая на сегодняшний день система бухгалтерского учета ставит своей целью работу на благо внешней среды [2, с. 59].

Lean Accounting представляет собой систему упрощения, упорядочивания и согласования основных финансовых процессов для создания более простых и более эффективных операций.

Помимо этого, Lean Accounting может значительно повысить скорость, гибкость и качество в рамках финансовых функций и позволить финансовым группам предоставлять услуги в большем диапазоне и с большей для клиента ценностью.

Целью бережливого учета является совершенствование технологии финансового отдела компании.

Основной задачей бережливого производства является устранение потерь. Бережливый учет (Lean Accounting) призван сократить количество данных потерь.

Бережливый учет помогает решить на предприятии такие задачи как:

1. Излишняя трудность и бюрократия многих процессов, которые оказывают влияние (часто негативное) на ведение учета и усложняют процесс передачи информации.
2. Большое количество затрат трудового и временного характера, в результате чего персонал вынужден перерабатывать.
3. Отсутствие участия среднего персонала в развитии предприятия.
4. Содержание в учете финансового и оперативного характера большого числа лишних транзакций.
5. Содержание одинаковых или схожих операций на разных этапах обработки.

Одним из методов данного учета является система «5С». Данная система помогает организовать рабочее место. Ее базой является визуальный контроль.

Вторым методом, который имеет право на существование, является «Офис бережливого характера» [3, с. 193]. Рассмотрим данные методы (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика методов Lean Accounting

Критерий	Метод Lean Accounting	
	Система «5С»	Офис бережливого характера
1. Принципы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сортировка - важно отделять необходимые инструменты и документацию от того, что не пригодится. Это выполняется с целью использования только того, что будет использовано, а другое не будет мешать. 2. Создание своего рабочего места – предполагает маркировку деталей и инструментов на рабочем месте таким образом, чтобы выполнение работы было удобным. 3. Содержание рабочего места в чистоте и порядке. 4. Обязательная стандартизация. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Правильное выполнение задач с первого раза, Поскольку исправление ошибок и опечаток в документах отнимает время. 2. Содержание офиса и рабочего места в чистоте и порядке, что обеспечит быстрый доступ к нужным канцелярским предметам, архивным папкам и документам. 3. Сокращение времени ожидания. Время, которое тратится на ожидание звонка или визита клиента, можно потратить на выполнение рабочих задач. 4. Создание потока работы – предполагает, что каждый сотрудник должен знать свои обязанности и качественно их выполнять 5. Постоянное совершенствование.
2. Цели	<ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение результативности работы. 2. Снижение количества часов, которые персонал вынужден перерабатывать. 3. Вовлечение всех сотрудников организации в улучшения, которые должны происходить непрерывно. 4. Приведение учетного процесса к единой форме. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение анализа всех структур работы бухгалтера (бухгалтеров). 2. Определение и расчет трудовых затрат, которые требуются на выполнение той или иной конкретной работы. 3. Выявление факторов, которые оказывают прямое влияние на неравномерность распределения работы сотрудников, в результате чего появляются переработки. 4. Приведение работы бухгалтера к стандарту.

Бухгалтерия в отношении ведения бережливого производства имеет несколько целей:

1. Формирование у сотрудников «бережливого мышления».
2. Привлечение работников предприятия к настрою на достижение главной цели предприятия.
3. Создание четкого и прямого контакта между учетом производства и его управлением.

Мышление, настроенное на бережливость, подразумевает применение в работе правил, которые приводят достижению успешного результата в улучшениях:

1. Стремление к улучшению должно быть всегда.
2. Улучшения не могут находиться в рамках.
3. Не существует постоянного и четкого плана для работы, то есть на любом этапе можно изме-

нить решение, если оно приведет к улучшениям в результате.

4. На улучшения никогда нельзя тратить большое количество денег.

5. По возможности улучшения нужно производить сразу.

6. Важно помнить, что совершенства невозможно достигнуть сразу.

7. Важно постоянно думать о том, как выполнить поставленную задачу, а не о том, по каким причинам это невозможно [4, с. 30].

На сегодняшний день технологию Lean Accounting используют некоторые российские банки. К ним относится ОАО «Сбербанк России». Благодаря данной технологии оптимизации подверглась работа со сберегательными книжками, выплата по компенсациям, а также благодаря технологии оптимизировали процесс обмена валюты. Для клиентов было сокращено время ожидания операции. Производительность труда выросла на 25%.

Данную систему ввел в практику и АО «Альфабанк». По результатам применения данной программы банк сэкономил 6,5 миллионов долларов США.

Банк «Хоум Кредит» завершил свой проект по технологии Lean Accounting и тем самым сократил сроки доставки банковских карт в офисы. Также банк благодаря технологии смог увеличить число своих точек по продажам. Количество страниц договора сократилось с 7 до 1 страницы. По результатам применения программы банк смог заработать 160 миллионов рублей за первый год.

Таким образом, применение Lean Accounting в бухгалтерском учете является довольно актуальным, поскольку данная система учета имеет ряд таких минусов, как:

1. Трудности учета и сложность в восприятии отчета.

2. Данная система учета не имеет будущего.

3. Направленность учета только на финансовые показатели. Отчет не дает представления о всей работе на предприятии [5, с. 116]. Данные минусы требуют дальнейшей корректировки рассматриваемой системы.

Также применение вышеописанных методик помогут бухгалтеру стать универсальным специалистом, который будет владеть знаниями по всем участкам, а также будет анализировать всю информацию по предприятию, что приведет к успешному результату в организации «бережливого производства».

Список источников

1. Фесенко П.А. Примеры оптимизации деятельности методом бережливого производства // Приоритетные направления развития экономики страны в условиях глобализации: теория и практика. Материалы всероссийской научно-практической конференции. – 2021. – С. 346-350.

2. Симикова И.П., Захарова А.В. Кайдзен технологии как современный метод организации производства // Современные технологии в науке и образовании – СТНО. – 2019. – С. 58-62.

3. Касенов Д.М. Международный опыт внедрения Кайдзен технологии в сферу государственного управления // Российская наука в современном мире. – 2020. – С. 191-194.

4. Бочков И.Ю. Система Кайдзен. Применение в отечественном производстве. Трудности, возникающие при внедрении технологии // Стандартизация и сертификация: опыт стран Европейского союза и перспективы сотрудничества для России. – 2018. – С. 29-32.

5. Строкова А.В. Возможность применения японских технологий Кайдзен в современной российской экономике // Неделя круглых столов. – 2019. – С. 115- 117.

© Л. Г. Ивашечкина, А.Ю. Дятлова, 2024

УДК 657.6

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ С УЧЕТОМ ИХ КАЧЕСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

ГУЛОМОВ ЗИКРУЛЛО ТОШМУРОДОВИЧдоцент кафедры бухгалтерского учета и аудита
Международный университет туризма и предпринимательства Таджикистана

Аннотация. Исследуется современное состояние рынка аудиторских услуг в Республике Таджикистан. Изучаются факторы, влияющие на снижение интереса к аудиторским услугам и низкому качеству аудита в стране. Выявлены некоторые особенности аудиторских услуг.

Ключевые слова: аудит, аудиторские услуги, обязательные аудиторские проверки, аудиторская организация, индивидуальный аудитор, качество аудита.

ANALYSIS OF THE STATE OF AUDIT SERVICES TAKING INTO ACCOUNT THEIR QUALITY IN THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN

Gulomov Zikrullo Toshmurodovich

Abstract. The current state of the audit services market in the Republic of Tajikistan is examined. The factors influencing the decline in interest in audit services and the low quality of audit in the country are studied. Some features of audit services are identified.

Keywords: audit, audit services, mandatory audits, audit organization, individual auditor, audit quality.

Появление новых тенденций в мировом развитии аудита и национальной экономики при подведении итогов развития аудиторских услуг в Республике Таджикистан заставляет исследователей и специалистов в области аудита выявить относительно важные проблемы и угрозы, а также найти пути их преодоления с учетом требований общественности к качеству аудиторских услуг. Анализ основных показателей, характеризующих состояние рынка аудиторских услуг показал формирование нежелательных тенденций, создающих угрозу существованию и развитию аудиторских услуг в стране. Данное обстоятельство подтверждается публикациями таджикских ученых Б.Х. Каримова [1; 2; 3], Э.К. Миршарипова [4], Р.С. Тохировой [5], К.Х. Хушвахтзода [6] и др.

Одним из нежелательных проявлений является снижение заинтересованности владельцев и инвесторов отечественных предприятий в аудите. Хотя законодательством предусмотрены ежегодные обязательные аудиторские проверки для хозяйствующих субъектов с публичным интересом [7], количество аудиторских проверок в последние годы не имеет тенденции к увеличению.

Наши исследования показали, что основными причинами отсутствия интереса к аудиторским услугам в Республике Таджикистан являются:

- непонимание владельцами бизнеса и инвесторами важности аудита как единственного способа получения правдивой информации о достоверности финансовой отчетности и другой нефинансовой информации хозяйствующих субъектов, как эффективного средства контроля защиты активов и отражения финансово-экономических результатов и хозяйственных рисков этих субъектов;

- неблагоприятные изменения инвестиционной среды в стране и проявления кризиса, приведший

к общему снижению экономической активности в большинстве сфер национальной экономики, в результате чего хозяйствующие субъекты стараются сократить всякие «ненужные», как считают их руководители, расходы, в том числе и расходы на проведение аудита;

- отсутствие реальной заинтересованности в результатах обязательного аудита со стороны государства - одного из важнейших возможных пользователей этих результатов, что выражается, в том числе, в его снисходительном отношении к субъектам, не выполняющим взятые на себя обязательства по проведению обязательного аудита;

- «лояльное» отношение аудиторов к своим клиентам с целью сохранения клиентской базы, выражающееся в искажении информации и изменении аудиторского заключения по требованию клиента (иногда с целью привлечения инвестиций или получения банковского кредита клиент просит аудитора «изменить» аудиторское заключение);

- отсутствие соответствующей методологической базы в аудиторской деятельности, неготовность части аудиторов работать в условиях повышенного спроса на качество аудиторских услуг в результате внедрения международных стандартов аудита;

- недостаточный профессионализм и опыт отдельных аудиторов, особенно в банковском, инвестиционном и страховом секторах.

Приоритет внешних элементов регулирования и контроля качества обусловлен также количеством нежелательных результатов оценки состояния дел в аудиторской деятельности. В стране действия по регулированию и контролю аудиторской деятельности в основном возложены на государственные органы. Хотя по законодательству Республики Таджикистан в стране предполагается деятельность профессиональных организаций аудиторов, их существования и нормального функционирования пока не заметно.

Согласно законодательству, одной из основных задач профессиональной организации аудиторов является осуществление внешнего контроля качества услуг на основании договора с аудиторскими организациями и индивидуальными аудиторами. Для выполнения данной задачи аудиторским организациям и индивидуальным аудиторам рекомендуется быть членами профессиональной организации аудиторов. Так, статья 12 Закона Республики Таджикистан «Об аудиторской деятельности» предусматривает, что аудитор обязательно должен быть членом профессиональной организации аудиторов. Однако в законодательстве нет никаких указаний или положений о членах такой профессиональной организации аудиторов.

Следствием существования перечисленных факторов является, конечно же, низкое качество аудита. Они представляют прямую угрозу существованию и дальнейшему развитию аудита и аудиторских услуг в стране. Более опасными последствиями подобных угроз могут стать следующие события:

- дальнейшее сокращение количества аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов, снижение качества и эффективности их работы с соответствующими социально-экономическими последствиями;

- снижение социальной репутации аудиторской профессии, что является основным фактором бегства профессиональных специалистов из сферы аудиторской деятельности и нежелания молодых специалистов заниматься аудиторской деятельностью;

- снижение конкурентоспособности большинства аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов на рынке аудиторских услуг и выход на этот рынок иностранных аудиторских организаций.

Исходя из вышеизложенного, мы считаем, что миссия аудиторской деятельности в Республике Таджикистан заключается в предоставлении общественности достоверной информации о ситуации, рисках и других важных аспектах, в том числе нефинансовых аспектах деятельности хозяйствующих субъектов, что является одно из необходимых условий повышения инвестиционной активности и эффективности национальной экономики. Основной целью совершенствования аудиторской деятельности и повышения качества аудиторских услуг в Республике Таджикистан является формирование рынка аудиторских услуг, участники которого отвечают высоким профессиональным требованиям и способны успешно выполнять возложенную на них миссию. Поэтому основной задачей совершенствования аудиторской деятельности является обеспечение повышения качества аудиторских услуг.

В результате исследования рынка аудиторских услуг Республики Таджикистан нами выявлены следующие особенности данной услуги:

1) Основной причиной проведения аудиторской проверки является риск применения санкций со стороны надзорных органов. Контролирующие органы серьезно относятся к любым нарушениям требований законодательства и нормативно-правовых актов в области бухгалтерского учета и финансовой отчетности, пожарной охраны, экологии и другим нарушениям, выявленным в результате проверок. Одним из видов санкций, которые могут составлять крупные финансовые суммы, являются штрафы. Опыт отечественных предприятий показывает, что при отсутствии санкций, скорее всего, потребность в аудиторских проверках снизится. Эту особенность следует учитывать в случае предварительной работы с клиентом, например, аудиторская организация предлагает клиенту гарантии защиты интересов перед третьими лицами. В связи с этим мы считаем необходимым расширить область применения инициативного аудита в связи с формированием потребности в аудиторских услугах.

2) Аудиторские услуги имеют устанавливающую регулятивную функцию. Эта особенность выражается в подтверждении доказательств хозяйственной деятельности предприятия и их соответствия требованиям законодательства. То есть в ходе проверки устанавливается степень законности хозяйственной деятельности проверяемого предприятия.

3) Отсутствие безусловного влияния на деятельность предприятия. Руководство предприятия может использовать или не использовать результаты аудиторской деятельности.

4) Возможность конкретизации услуг в зависимости от потребностей клиентов, что должно быть отражено в комплексе маркетинговых мероприятий. Возможности конкретизации аудиторских услуг ограничены законодательством, что с одной стороны позволяет отразить эту особенность в маркетинговой деятельности в доступной для потребителя форме, с другой стороны - ограничивает возможность творческого подхода при внедрении данного вида услуг на рынке.

Качество аудиторских услуг определяется следующими факторами: законодательные требования к получению услуг; изменения законодательства; развитие и совершенствование рынка; темпы роста инфляции; общественное мнение об аудиторских услугах; отсутствие уверенности в правильности ведения учета и составления финансовой отчетности; длительная продолжительность аудита; наличие доступной системы продаж; доходы потребителей услуг; стоимость услуги; требования третьих лиц; совокупное действие факторов.

Аудиторские организации и их руководители, индивидуальные аудиторы, проверяемые лица и лица, подлежащие обязательной проверке, несут уголовную, административную и гражданскую ответственность в соответствии с действующим законодательством Республики Таджикистан. Проверяемое лицо обязано создать условия для проведения аудиторской проверки, предоставить аудитору всю необходимую для проведения проверки информацию и оплатить стоимость выполненных работ. В свою очередь аудитор обязан провести проверку в сроки, предусмотренные договором о проведении аудита, и представить заказчику соответствующее аудиторское заключение.

Особое положение в сфере регулирования рынка аудиторских услуг занимают стандарты аудиторской деятельности. Стандарты разрабатываются на разных уровнях, основная цель которых – способствовать высокому качеству аудиторских услуг и обеспечивать объективность и отсутствие неправомерного интереса в ходе аудита.

Как показывают исследования качества аудиторских услуг в Республике Таджикистан за последние годы, научная проблема изучения факторов, формирующих качество аудиторских услуг, имеет методологическое происхождение. Это признается на международном уровне необходимостью проведения мониторинга в области соблюдения требований по контролю качества, формирования системы обеспечения качества аудиторских услуг, разработки основополагающих принципов надзора со стороны государства и членов сообщества, важное значение приобретает регламентация особенностей проведения контрольной деятельности аудиторов организаций, значимых с точки зрения общественности. Не только на международном уровне наблюдается устойчивая тенденция к необходимости оценки качества аудиторских услуг. Аналогичные меры принимаются на национальном уровне. Однако единая

методика оценки в этой области до сих пор не разработана, что обуславливает необходимость дальнейших исследований по данной теме.

Исследования, проведенные нами в направлении определения факторов, влияющих на повышение качества аудиторских услуг, позволили прийти к выводу, что, несмотря на большое количество работ, посвященных анализу качества аудиторских услуг, усилий государственных регулирующих органов, поддержки международных организаций, а также принятии международных аудиторских стандартов в качестве национальных норм проведения аудита, в стране еще не существует единая и полная методика проведения аудиторских услуг. Оценка качества и эффективности аудиторских услуг еще не разработана. Это, в свою очередь, замедляет процесс предоставления качественных аудиторских услуг конечному потребителю, следовательно, отрицательно влияет на финансово-хозяйственную деятельность предприятия, а в ряде серьезных случаев может создать угрозу существованию предприятия.

Развитие аудита как науки и как сферы предпринимательской деятельности в Республике Таджикистан базируется в основном на фундаментальных исследованиях зарубежных ученых и анализе мирового опыта аудиторской деятельности, ориентировано на подготовку и переподготовку кадров, а также на другие важные инфраструктурные направления практического аудита. Все области инфраструктуры практического аудита - регулирование аудиторской деятельности, законодательство аудиторской деятельности, разработка стандартов аудита, экономика аудита, страхование гражданской ответственности аудитора, санкции за некачественно проведенная аудиторская проверка и другие - недостаточно освещены в работах ученых страны. Вопросы качества аудиторских услуг в нашей стране до сих пор не освещены детальными научными исследованиями в связи с относительно длительным периодом деятельности самого аудита. Поэтому возникает необходимость разработки методических основ оценки качества всех элементов аудиторской услуги, как клиентом, так и аудитором.

Список источников

1. Каримов, Б.Х. Хусусиятҳои баҳисобгирӣ ва аудити дохилии андоз аз даромади шахсони ҳуқуқӣ / Б.Х. Каримов // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Бахши илмҳои иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва ҷамъиятӣ. - 2022. - № 8. – С. 121-130
2. Каримов, Б.Х., Ғуломов, З.Т. Рушди назорати дохилӣ чун воситаҳои баландбардории самаранокӣ ва сифати хизматрасониҳои аудиторӣ / Б.Х. Каримов, З.Т. Ғуломов // Паёми Донишгоҳи давлатии тибқорати Тоҷикистон. – 2020. – № 3 (32). - С. 71-76
3. Каримов, Б.Х., Ғуломов, З.Т. Баландбардории сифат ва самаранокии хизматрасониҳои аудиторӣ: истифодаи таҷрибаи байналмилалӣ / Б.Х. Каримов, З.Т. Ғуломов // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Бахши илмҳои иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва ҷамъиятӣ. – 2021. - № 3-2. – С. 47-54
4. Миршарипов, Э.Қ., Каримов, Б.Х. Асосҳои танзимкунии аудити дохилӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон / Э.Қ. Миршарипов, Б.Х. Каримов // Паёми Донишқадаи омӯзгории Тоҷикистон дар ноҳияи Рашт. – 2023. - № 4 (16). – С. 200-206
5. Каримов, Б.Х., Тоҳирова, Р.С. Ҳамкориҳои аудитор бо дигар шахсон барои гирифтани шаҳодатҳои аудиторӣ / Б.Х. Каримов, Р.С. Тоҳирова // Паёми Донишгоҳи давлатии тибқорати Тоҷикистон. – 2020. – № 4/1 (33). - С. 56-61
6. Хушвахтзода, Қ.Х., Тоҳирова, Р.С., Каримов, Б.Х. Аудити дохилӣ. Китоби дарсӣ / Қ.Х. Хушвахтзода, Р.С. Тоҳирова, Б.Х. Каримов. – Душанбе: Эр-Граф, 2022. – 596 с.
7. Закон Республики Таджикистан «Об аудиторской деятельности» [Электронный источник] / Режим доступа: URL: <https://ncz.tj/content/закон-республики-таджикистан-об-аудиторской-деятельности>

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 336

НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ И ИНВЕСТИЦИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ: ИНВЕСТИЦИИ В БУДУЩЕЕ (НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

СЮВАТКИНА ПОЛИНА ДМИТРИЕВНА,

студентка

Нижегородского института управления – филиал РАНХиГС

ИВАШЕЧКИНА ЛЮДМИЛА ГЕОРГИЕВНА

старший преподаватель,

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет

им. Н.И. Лобачевского

Аннотация: статья посвящена исследованию налоговых льгот как инструмента стимулирования инвестиций в развитие инфраструктуры на примере Нижегородской области. В условиях стремительного роста потребностей региона в модернизации и создании новых объектов инфраструктуры, налоговые льготы выступают важным механизмом привлечения частных инвестиций. Исследуются виды налоговых льгот, действующих в Нижегородской области, их влияние на динамику инвестиционных потоков, а также на социально-экономическое развитие региона. Особое внимание уделяется успешным примерам реализации инфраструктурных проектов, инициированных в рамках налоговых послаблений.

Ключевые слова: инвестиции, инфраструктура, налоговые льготы, приоритетные проекты, развитие территории.

TAX INCENTIVES AND INVESTMENTS FOR INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT: INVESTING IN THE FUTURE (USING THE EXAMPLE OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION)

Syuvatkina Polina Dmitrievna,**Ivashechkina Lyudmila Georgievna**

Annotation: The article is devoted to the study of tax incentives as a tool to stimulate investment in infrastructure development on the example of the Nizhny Novgorod region. In the context of the rapid growth of the region's needs for modernization and the creation of new infrastructure facilities, tax incentives are an important mechanism for attracting private investment. The types of tax incentives operating in the Nizhny Novgorod region, their impact on the dynamics of investment flows, as well as on the socio-economic development of the region are studied. Special attention is paid to successful examples of the implementation of infrastructure projects initiated within the framework of tax breaks.

Keywords: investments, infrastructure, tax benefits, priority projects, territory development.

В Российской Федерации одним из инструментов государственной поддержки инновационной деятельности является дифференцированная налоговая политика, преимущественно на начальных этапах развития предприятий по предоставлению различных льгот и преференций в сфере налогообложения [5].

Российское правительство предлагает ряд налоговых льгот для стимулирования инвестиций в развитие инфраструктуры: льготы по налогу на имущество до 1 января 2030 года даёт возможность для компаний уменьшать налог на имущество на сумму инвестиций в строительство объектов воздушного транспорта, а также судоводных и портовых сооружений; льготы для объектов электроэнергетики с 1 января 2025 года, освобождающие системообразующие территориальные сетевые организации от уплаты налога на имущество; льготы для производителей «зелёной» энергии с 2025 года планируется ввести для компаний, основным видом деятельности которых является производство электроэнергии из возобновляемых источников энергии, от уплаты налога в отношении имущества, входящего в состав солнечных электростанций [2].

Нижегородская область является одним из регионов Российской Федерации, демонстрирующих наиболее высокую динамику развития. Благоприятное географическое расположение, значительный промышленный, научный и кадровый потенциал региона создают предпосылки для его успешного роста. Повышающийся ежегодный интерес со стороны бизнеса к реализации масштабных проектов в Нижегородской области свидетельствует о её востребованности и перспективности. В настоящее время Нижегородская область позиционирует себя как регион, который ценит крупных инвесторов и стремится к минимизации их рисков. Правительство региона прилагает постоянные усилия по совершенствованию инвестиционной инфраструктуры, создавая максимально благоприятные условия для деятельности инвесторов [1]. Рассмотрим структуру инвестиций в нефинансовые активы в регионе (см. табл. 1).

Таблица 1

Структура инвестиций в нефинансовые активы в Нижегородской области (млн.руб.)

Направление инвестиций	2021	2022	2023
Инвестиции в нефинансовые активы-всего	268201,0	329005,3	462220,9
инвестиции в основной капитал	266148,6	328042,0	459463,0
инвестиции в непроектируемые нефинансовые активы	2052,4	963,3	2757,9

В 2023 году рост инвестиций в нефинансовые активы составил 41% к 2022 году, -и 73% к 2021 году, что может быть свидетельством начала проектов, отложенных ранее с связи с санкциями, увеличение внутреннего спроса на инновационные проекты, повышения инновационной активности и использованием налоговых льгот для дальнейшего развития инновационного производства и устойчивого развития [6]. Далее также рассмотрим инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в области (см. табл. 2).

Таблица 2

Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в Нижегородской области (тыс.руб.)

Вид экономической деятельности	2021	2022	2023
Водоснабжение и водоотведение	3584863	3968525	5659328
Строительство	1873347	2552751	2728449
Транспортировка и хранение	31046732	113906247	159154121
Деятельность гостиниц	698939	816369	1883593

В 2023 году объем инвестиций в основной капитал крупных и средних предприятий Нижегородской области, в части развития инфраструктуры региона, достиг почти 170 миллиардов рублей. По сравнению с 2022 годом показатель вырос на 40 %, по сравнению с 2021 годом +355%. Наибольший скачок в инвестициях можно наблюдать в «Транспортировка и хранение»: в 2023г. +40% к 2022г. и +412% к 2021г., что связано с поддержкой транспортных предприятий, компенсацию транспортным предприятиям перевозки льготников, компенсации части затрат на перевозку пригородными поездами, развитие электротранспорта, развитие дорожного хозяйства и транспорта в рамках Национального

проекта «Безопасные качественные дороги» [9].

Строительство универсального спортивного комплекса с искусственным льдом в г. Нижний Новгород	<ul style="list-style-type: none"> • 2022г. – 2 000,00 / 2023г. – 2 000,00 / 2024г. – 847,10 • Мощность 69,8 тыс.м2. На конец 2023г. -техническая готовность 35%
Строительство экопромышленного парка в Нижегородской области	<ul style="list-style-type: none"> • 2022г. – 124,21 / 2023г. – 487,61 / 2024г. – 790,24 • Мощность 18 га. На 01.10.2023г. получено разрешение на строительство.
Строительство гостиницы в г. Нижний Новгород Советский район, деревня Кузнечиха	<ul style="list-style-type: none"> • 2022-2025гг. - 700,00 • Комплекс включает в себя два корпуса высотой 11-18 этажей. Площадь корпусов составит 16,5 тыс. м2 и 18,0 тыс. м2
Строительство складского комплекса в Нижегородской области Автозаводской район	<ul style="list-style-type: none"> • 2022-2026гг. - 2 700,00 • Складские помещения для хранения непродовольственных товаров, подключение объекта к электросетевой инфраструктуре. Площадь 70 тыс. м2.

Рис. 1. Приоритетные инвестиционные проекты Нижегородской области в части развития инфраструктуры (млн.руб.) [7]

Приоритетный инвестиционный проект Нижегородской области — проект, прошедший экспертизу и конкурсный отбор, реализация которого обеспечивает положительный экономический и (или) социальный эффект для Нижегородской области, утверждаемый в соответствии с порядком, установленным Правительством Нижегородской области. Инвесторы, осуществляющие приоритетные инвестиционные проекты в Нижегородской области, могут воспользоваться рядом налоговых льгот (см. рис. 2).

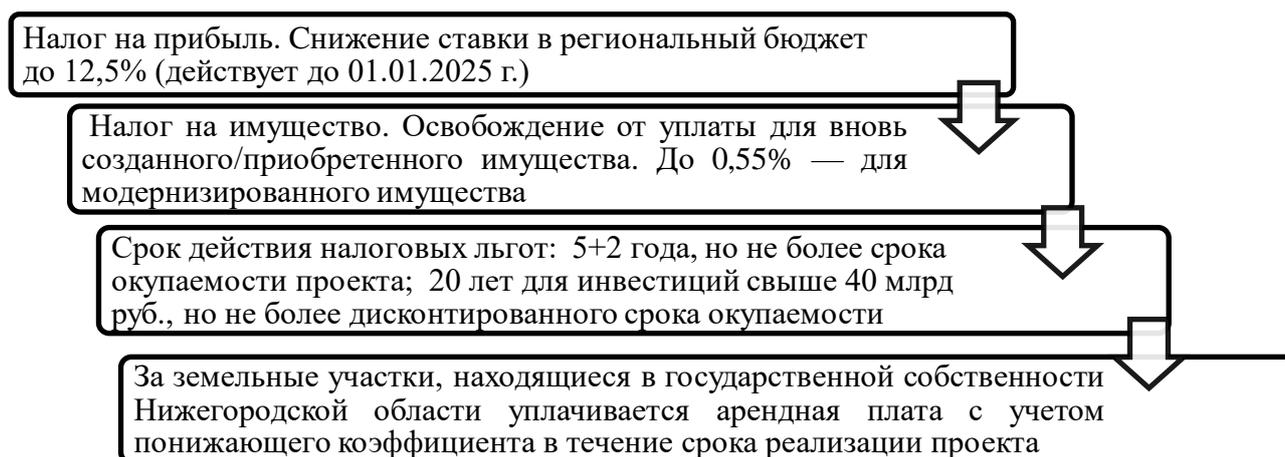


Рис. 2. Финансовые меры поддержки инвестиционных проектов

Для инвесторов и предпринимателей в Нижегородской области территории опережающего развития: «Саров», «Володарск» и «Решетиха» предусмотрена целая система финансовых мер поддержки и преференций, которые позволяют снизить затраты при реализации проекта. Причём в части налоговых послаблений в Нижегородской области предоставляются максимально допустимые законодательством Российской Федерации льготы (см. табл. 3) [8].

Таблица 3

Налоговые льготы на преференциальных территориях

Налоговые льготы	Налог на прибыль	Налог на имущество	Налог взимается в связи с УСН
Федеральный бюджет	1-5 лет - 0% 6-10 лет -3%	-	
Региональный бюджет	1-5 лет- 5% 6 – 10 лет – 10%	0% (10 лет)	1% - объект налогообложения – доходы 5% объект налогообложения – доходы, уменьшенные на величину расходов

На преференциальных территориях действуют 24 резидента. Планируемая сумма инвестиций по проектам составляет 13,7 млрд.руб. Также для резидентов определен земельный налог – 0%; арендная ставка в год – 1%.

Политика Нижегородской области, в части поддержки инвестиционных проектов, направленных на развитие инфраструктуры, обусловили положительную динамику развития экономики Нижегородской области. В регионе реализуются 255 инвестиционных проекта на сумму 246 млрд.руб., что будет способствовать созданию 30 тыс. новых рабочих мест, впервые в России применили категорирование по срокам подключения к теплоснабжению и водоснабжению новых объектов, что позволило сократить срок подключения в среднем в 1,5–2 раза [4].

Согласно стратегии социально-экономического развития Нижегородской области до 2030 года в 2025-2027 гг. в регионе ожидается экономический рост на уровне 103,3% в сопоставимых ценах ежегодно, а также возвращение уровня инфляции в среднегодовом исчислении к целевому ориентиру 4% в 2027 г. [3].

Таким образом, можно наблюдать, что системная политика Нижегородской области по предоставлению налоговых льгот приоритетным инвестиционным проектам, направленным на развитие инфраструктуры, приводит к высоким результатам. Так, по итогам 2024 г. прогнозируется прирост ВРП на уровне 4%. При этом номинал ВРП в текущем году составит более 3 трлн руб., что почти в 2 раза больше, чем в 2020 году. По итогам января-сентября 2024 г. рост валового регионального продукта (ВРП) Нижегородской области уже составил 3,5%.

Формирование инвестиционного климата приводит к темпам роста реальной заработной платы на уровне 104,1-107% ежегодно за счёт создания новых рабочих мест. В 2025-2027 гг. в Нижегородской области инвестиционная активность прогнозируется с ростом 3,3-5% в сопоставимых ценах ежегодно. В целом можно отметить, что налоговые льготы для развития инфраструктуры в Нижегородской области являются действенным инструментом, обладающим долгосрочной экономической эффективностью.

Список источников

1. Закон о государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Нижегородской области № 180-З от 31 декабря 2004 года (с изменениями 07.06.2022 г.) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/944922163> (02.11.2024).
2. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726> (02.11.2024).
3. Постановление Правительства Нижегородской области «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года (с изменениями на 17 апреля 2023 года) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru/> (07.11.2024).

4. В Нижегородской области спрогнозировали рост инвестиционной активности на 3,3-5% ежегодно. URL: <https://nn.dk.ru/news/237212675> (07.11.2024).
5. Гурнак А.В. Налоговое стимулирование экономического роста в России: проблемы перспективы / А.В.Гурнак, Н.А.Назарова // *Налоги и налогообложение*. 2023. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovoe-stimulirovanie-ekonomicheskogo-rosta-v-rossii-problemy-i-perspektivy> (07.11.2024).
6. Инвестиционные возможности и инвестиционный потенциал Нижегородской области. URL: https://nn-invest.ru/upload/iblock/63f/1m91ssx0xqnv98hw4afrex02mrxqqu56/Prezentatsiya-Nizhegorodskoy-oblasti_2024.pdf (дата обращения: 07.11.2024).
7. Приоритетные инвестиционные проекты. URL: <https://budexport.by/wp-content/uploads/2023/11/Приоритетные-инвестиционные-проекты-промышленного-и-гражданского-строительства-в-Нижегородской-области.pdf> (07.11.2024).
8. Статус приоритетного инвестиционного проекта Нижегородской области – URL: <https://nn-invest.ru/support/status/?ysclid=m2znh6xjni808421972> (02.11.2024).
9. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. URL: <https://52.rosstat.gov.ru/folder/32684> (07.11.2024).

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 330

ГРАДИЕНТНЫЙ МЕТОД ОЦЕНКИ ПЛОТНОСТИ ОТРАСЛЕВОГО ПРОСТРАНСТВА RI-ROE

НЕДОСЕКИН АЛЕКСЕЙ ОЛЕГОВИЧ,д.э.н., к.т.н., академик МАНЭБ
ведущий программист ООО «Комтурия»**ЧУХАРЕВА МАРИНА ВИКТОРОВНА**

студент

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация:

Цель. Изображающая точка компании в отраслевом пространстве «устойчивость – эффективность» совершает хаотические перемещения, и исследователи хотят ответить себе на закономерный вопрос, в какой мере эта динамика сказывается на конкурентоспособности данной компании. Чтобы прояснить ситуацию, необходимо делать замеры плотности отраслевого пространства.

Методы. В фокусе оценки находится триада показателей: RI – индекс устойчивости, ROE – отдача на собственный капитал по уровню чистой прибыли и SCI – сводный индекс стратегической конкурентоспособности. Производится оценка градиентов динамики всех указанных показателей. При интерпретации полученных результатов рассматриваются две техники отраслевого сканирования: слои по Парето и ниши по Люцко. Расчёты произведены при поддержке программного комплекса 1C: Анизотропия © на платформе 1C: Предприятие 8.3.

Результаты. Выделены 4 варианта динамики предприятия, сопряжённые с различными итогами изменения конкурентоспособности в связи с изменением валюты баланса компании. Рассмотрены поясняющие примеры.

Заключение. Аналогичные исследования необходимо распространить на отрасль российской металлургии (порядка 100 крупнейших компаний).

Ключевые слова: экономическая устойчивость, матричный агрегатный вычислитель (MAB), сводный индекс стратегической конкурентоспособности (SCI).

GRADIENT METHOD FOR ESTIMATING THE DENSITY OF THE INDUSTRY SPACE RI-ROE**Nedosekin Alexey Olegovich,
Chukhareva Marina Viktorovna****Annotation:**

Objective. The image point of a company in the industry sustainability-performance space makes chaotic movements, and researchers want to answer themselves the legitimate question to what extent this dynamic affects the competitiveness of a given company. To clarify the situation, it is necessary to make measurements of the density of the industry space.

Methods. The focus of the evaluation is on a triad of indicators: RI - sustainability index, ROE - return on equity on net income and SCI - composite index of strategic competitiveness. The gradients of the dynamics of all these indicators are assessed. When interpreting the obtained results, two industry scanning techniques are considered: Pareto layers and Lyutsko niches. Calculations are made with the support of the program complex 1C: Anisotropy © on the platform 1C: Enterprise 8.3.

Results. 4 variants of enterprise dynamics, associated with different totals of competitiveness change in connection with the change of the company's balance currency, are singled out. Explanatory examples are considered.

Conclusion. Similar research should be extended to the Russian metallurgy industry (about 100 largest companies).

Keywords: economic sustainability, matrix aggregate calculator (MAV), composite strategic competitiveness index (SCI).

Введение.

Рассматривая отраслевое пространство в координатах «устойчивость – эффективность», как это принято за основу в рамках исследований нашей научной школы FE (Fuzzy Economics), мы наблюдаем отрасль под углом зрения отраслевой анизотропии. Феномен отраслевой анизотропии является практически новым для изучения. Прорывными пионерскими работами в этом направлении следует считать публикации [1-3]. При этом основным измерителем эффективности мы берём отдачу на собственный капитал по уровню чистой прибыли (ROE, в процентах годовых), а основным измерителем экономической устойчивости – индекс экономической устойчивости RI (от 0.1 до 0.9), который оценивается по технологии матричного агрегатного вычислителя (MAV) [4, с. 83]. Также для нас, в связи с обозначенной темой, нужно научиться правильно оценивать сводный индекс стратегической конкурентоспособности (SCI, [5, с. 3]). Здесь пока ещё очень много научных затруднений, поэтому мы не сосредотачиваемся на теме оценки SCI подробно в настоящем изложении, приложение [8] делает это за нас.

Отраслевая анизотропия, в основном, рассматривается под тремя углами зрения. Первый угол – пространственный; отрасль дробится на сегменты, по основным видам деятельности, которые размечаются классификатором экономической деятельности ОКВЭД2 (в международной практике – на основе европейского стандарта NASE, релиз 2.2). Сегментация приводит к тому, что сегменты показывают значительный разрыв в показателях RI и ROE, измеренных на сегментном уровне.

Второй угол зрения – временной. Отрасль существует либо в относительно спокойных условиях хозяйствования, либо в условиях массового прилёта «чёрных лебедей», названных так с лёгкой руки Нассима Николаса Талеба [6]. В качестве событий такого класса, изменяющих ход вещей на планете, имеет смысл рассматривать пандемию COVID-19, гибридную войну на территории Украины в ходе СВО, выбор Д. Трампа президентом США.

Третий угол зрения – фазовый. Именно он находится в фокусе настоящего сообщения. Рассматривая динамику изображающих точек предприятий в координатах RI-ROE, в контексте своеобразной географической «розы ветров», мы видим, что есть направления движения, которые даются предприятиям очень легко, практически безо всяких усилий с их стороны. Характерный пример – массовое движение на «юго-восток» в 2020 году, когда, по результатам последствий пандемии COVID-19, предприятия одновременно теряли эффективность и устойчивость, становясь временно убыточными. И совсем другое дело – движение на «северо-восток», в направлении так называемой «земли Санникова» [7, с. 399] (верхний правый угол отраслевой R-линзы). Такое движение явно затруднено, в силу невероятно плотной конкурентной среды, и поэтому оно напоминает велогонку, а-ля Тур де Франс, с массовым падением спортсменов на асфальт. Лидеры периодически сменяют друг друга, и многие, не выдерживая быстрого темпа гонки, сходят с дистанции.

Соответственно, мы можем говорить о плотности отраслевой среды, что предполагает совершенно различный эффект от принимаемых предприятиями усилий, выражающихся, прежде всего, в наращивании или сжатию своих инвестиций (валюты баланса). Если обозначить 1 – точка, в которой предприятие находится сейчас, а 2 – точка, в которой оно окажется через год, то можно выделить четыре основных траектории (рис. 1):

Вариант 1 - эффективное перемасштабирование, когда прирост активов сопровождается приростом конкурентоспособности.

Вариант 2 – сжатие бизнеса, когда снижение конкурентоспособности сопровождается дивестицией (выводом капитала через погашение банковского кредита, упреждающих расчётов с поставщиками или снижение собственного капитала через дивиденды).

Вариант 3 – создание токсичных активов, когда прирост валюты баланса, по причине неожиданного рыночного сжатия, сопровождается падением конкурентоспособности (эффект временного ожирения).

Вариант 4 – избавление от токсичных активов; дивестиции внезапно (по редкому совпадению причин) сопровождаются ростом конкурентоспособности.

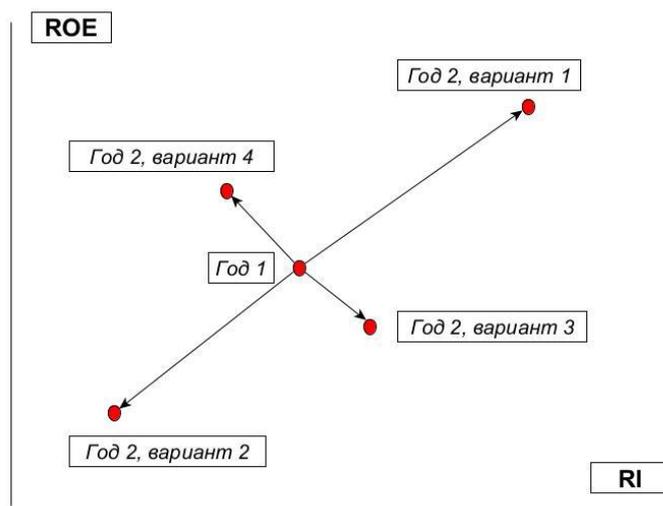


Рис. 1. Четыре варианта траектории изображающей точки предприятия

Источник: собственные исследования авторов

Все указанные четыре варианта мы рассмотрим на расчётных примерах. Но сначала предложим способы оценивания плотности отраслевой среды.

Методология оценки плотности отраслевого пространства.

Плотность отраслевого пространства, навскидку, может оцениваться тремя градиентами:

$$\text{GradRI} = (\text{RI2} - \text{RI1}) * 1000 / (\text{A2} - \text{A1})$$

$$\text{GradROE} = (\text{ROE2} - \text{ROE1}) * 1000 / (\text{A2} - \text{A1})$$

$$\text{GradSCI} = (\text{SCI2} - \text{SCI1}) * 1000 / (\text{A2} - \text{A1})$$

(1)

В соотношении (1) номера показателей отвечают номерам точек 1 и 2. Также A1 – валюта баланса предприятия в текущем году, A2 – то же самое в следующем учётном году (по плану или по наступившему факту).

Фактор GradSCI является основным в анализе (объясняет текущий уровень плотности), а факторы GradRI и GradROE являются поясняющими (комментируют происходящее). Чем выше уровень градиента GradSCI, тем рациональнее действия предприятия, исходя из варианта 1. Применительно к варианту 2, мы требуем, напротив, минимального градиента. В случае варианта 3, градиент опять же должен быть минимален, но уже по модулю. А, с точки зрения варианта 4, мы требуем максимум модуля градиента (при явной его отрицательности).

Рассмотрим примеры.

Расчётные примеры, применительно к международной металлургии (2022 – 2023)

Во всех случаях, в нашем текущем анализе 2022 год (точка 1) является опорным для определения градиентов, а 2023 год – перспективным (точка 2).

Вариант 1. Компания Nippon Steel (Япония) показывает следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1

Результаты компании Nippon Steel

Год	ВД, млрд. JPY	А, млрд. JPY	RI	ROE, % год.	SCI	Слой по Парето	Ниша по Люцко
2022	6809	8752	0.541	16,4%	0.433	5	4Б
2023	7976	9567	0.570	14,9%	0.700	2	4Б

Источник: [8], собственные исследования авторов

Здесь JPY – японские йены, ВД – выручка за год, А – валюта баланса на конец года, слой по Парето – номер слоя недоминированных альтернатив, устанавливаемый программой «1С: Анизотропия» [8], ниша по Люцко – размеченный участок R-линзы, в соответствии с принципом из [5, 9], куда попадает изображающая точка предприятия (пока определяется вручную). Чем выше номер слоя по Парето или номер ниши по Люцко, тем по тенденции ниже уровень конкурентоспособности SCI.

Результаты расчётов по (1) дают $GradRI = 0.036$, $GradROE = - 0.018$, $GradSCI = 0.328$. Видно, что, несмотря на застревание в 4й нише по Люцко, предприятие показывает некоторый рост RI, и этого оказывается достаточно с качественной точки зрения, чтобы перепрыгнуть сразу через три Парето-слоя, из 5го во 2й. Такой эффект объясняется очень слабыми результатами 2023 года в международной металлургии, когда даже заведомые «середняки» могут невзначай «прыгнуть в дамки», что и произошло в данном примере. Получается, что ниша Люцко даёт статическую объективную оценку положения компании в отраслевой R-линзе, а показатель слоя Парето – динамическую оценку, складывающуюся в моменте, от года к году. Сравнение этих двух оценок показывает, что мы не должны обольщаться по поводу Nippon Steel как отраслевого лидера; гораздо точнее рассматривать успех этой компании как временный (ненадёжный).

Вариант 2. Компания Arcelor Mittal (штаб-квартира в Люксембурге, производство в Индии, отчётность в долларах США - USD) демонстрирует свои обвальные результаты (табл. 2).

Таблица 2

Результаты компании Arcelor Mittal

Год	ВД, млрд. USD	А, млрд. USD	RI	ROE, % год.	SCI	Слой по Парето	Ниша по Люцко
2022	79.8	94.6	0.632	16,7%	0.633	4	3Б
2023	68.2	93.9	0.332	1,6%	0.367	5	5Б

Источник: [8], собственные исследования авторов

Нельзя думать, что именно незначительное снижение активов на 0.5 млрд. долл. вызвало такое каскадное ухудшение ситуации. Но можно уверенно утверждать, что даже дивестиция на 20 млрд. долл. привела бы ровно к такому же плачевному результату. Компания находится в удручающем состоянии, и расчёты табл. 2 показывают, что все крысы, которые собрались покидать этот корабль, могут преспокойно паковать чемоданы. Объявленная нами логика требует минимальных градиентов по варианту 2. Здесь же всё строго наоборот: $GradRI = 428$, $GradROE = 216$, $GradSCI = 380$. Конечно, сравнение с результатами в японских йенах является не показательным. Однако следующий пример, также в USD, продемонстрирует, что цифры настоящего примера действительно катастрофические. Это самый что ни на есть бросок на «юго-запад».

Вариант 3. Компания Nucor (США) – отраслевой лидер международной металлургии (наряду с российской компанией «Норильский никель», кстати) – демонстрирует свои результаты (табл. 3).

Таблица 3

Результаты компании Nucor

Год	ВД, млрд. USD	А, млрд. USD	RI	ROE, % год.	SCI	Слой по Парето	Ниша по Люцко
2022	41.5	32.5	0.842	38.8%	0.7	1	-
2023	34.7	35.3	0.764	20.4%	0.7	1	-

Источник: [8], собственные исследования авторов

Видно, что компания начинает «заплывать жиром», демонстрируя все наихудшие качества «дойной коровы» (в смысле VCG-матрицы). Компания сохраняет за собой майку отраслевого лидера, но тревожным звоночком является покидание изображающей точкой компании отраслевой R-линзы (ниша по Люцко не определяется). Дополнительные расчёты дают $\text{GradRI} = -28$, $\text{GradROE} = -65$, $\text{GradSCI} = 0$. Здесь мы требуем минимальных градиентов по модулю, и это сбывается (достаточно сравнить уровни градиентов с предыдущим случаем). Это означает, что ещё ничего не потеряно, но масштабирование заведомо срывается, оно демонстрирует убывающую полезность результата в координатах «активы – выручка». Капитал растёт, а устойчивость и эффективность – падают, вслед за выручкой (сжимаются рынки).

Как уже отмечалось, 2023 год был слабым, и это почувствовали все игроки. Однако рыночные волны не дают повода просто плыть по ним; иногда нужно остановиться и встать на якорь. Здесь мы наблюдаем накопление токсичных активов (жир вместо мышц), движение строго на «восток». Это – предел роста, в смысле знаменитого доклада «Римского клуба» с аналогичным названием.

Вариант 4. Компания China Steel Group, позиционированная на Тайване, предусмотрительно выведя грязное производство в материковый Китай (дабы не омрачать экологическую обстановку «на острове свободы и демократии»), показывает результаты (табл. 4).

Таблица 4

Результаты компании China Steel Group

Год	ВД, млрд. TWD	А, млрд. TWD	RI	ROE, % год.	SCI	Слой по Парето	Ниша по Люцко
2022	449	688	0.413	4.6%	0.223	7	5Б
2023	363	684	0.262	0.4%	0.433	6	-

Источник: [8], собственные исследования авторов

Здесь TWD – тайваньский доллар. Результаты, мягко сказать, убогие. Однако движение в сторону погоста вдруг прерывается медийным восторгом: компания подняла себе Парето-слой – и одновременно двинулась в странствие, покинув R-линзу. А в этом случае, по методологии Люцко, у компании появляется шанс на прорыв, и она по умолчанию, если не обнаруживается иное, занимает виртуальную нишу с номером 4 (тоже поднимается на один пункт вверх). Вкупе со слабыми результатами 2023 года это никого не вводит в заблуждение, но заставляет светло улыбнуться: 4 млрд TWD были токсичными для компании, теперь мы можем утверждать это наверняка. Справочно: $\text{GradRI} = 38$, $\text{GradROE} = 11$, $\text{GradSCI} = -50$. Мы очень хотим крупных градиентов по модулю (можно сказать, мечтаем). Однако, как говорится, чем «богаты», тем и не рады.

Заключение.

Мы предложили достаточно оснащённый методический аппарат для замеров плотности отраслевой среды. Во-первых, мы сканируем эту среду в ходе анализа динамики отдельных компаний одновременно тремя градиентами. Во-вторых, мы применяем сразу две техники для анализа конкурентоспособности: слои по Парето и ниши по Люцко. Обе эти техники взаимно обогащают друг друга, демон-

стрируя динамическое и статическое позиционирование компаний в отраслевой среде соответственно.

Исследование, заявленное здесь, демонстрирует принципиально новый взгляд на конкурентоспособность промышленных компаний. Индекс SCI может оцениваться как в статике (с помощью разметки Люцко), так и в динамике, в ходе послышной Парето-оптимизации. Сопоставление этих двух подходов (особенно когда они дают различные оценки) приводит к возникновению неожиданных (часто – прорывных) осознаний.

Список источников

1. Nedosekin A., Malyukov Y., Silakov A., Abdoulaeva Z. (2024). Fuzzy Analysis of Industry Anisotropy. Intelligent and Fuzzy Systems. INFUS 2024. Lecture Notes in Networks and Systems, vol. 1090. pp 653–660. Springer, Cham. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-67192-0_73
2. Силаков, А. В. Анализ отраслевой анизотропии в международном машиностроении / А. В. Силаков, К. В. Харебов, Я. О. Терновая // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 1, № 9(150). – С. 31-38. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2024.09.01.003.
3. Харебов К. В. Анализ отраслевой анизотропии в международной легкой промышленности // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 1, № 9(150). – С. 106-113. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2024.09.01.010
4. Малюков Ю. А. Оценка экономической устойчивости публичных промышленных компаний / Ю. А. Малюков, А. О. Недосекин, З. И. Абдулаева. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2023. – 99 с. – ISBN 978-5-7422-8091-0.
5. Недосекин А.О., Абдулаева З.И., Чухарева М.В. Сводный анализ факторов устойчивости, эффективности и стратегической конкурентоспособности предприятий международной металлургии. Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. №12.
6. Талеб Н. Чёрный лебедь. Под знаком непредсказуемости. М.: КоЛибри, 2015. 736 с.
7. «Земля Санникова» как перспективная зона позиционирования международных базовых отраслей промышленности / З. И. Абдулаева, Э. М. Курбанов, Н. А. Карпенко, Я. О. Терновая // Актуальные вопросы науки и образования (шифр -МКАВН): Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции, Москва, 14 июня 2024 года. – Москва: ООО "Издательство "Экономическое образование", 2024. – С. 398-404. – DOI 10.26118/3140.2024.42.54.015.
8. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2024662841 Российская Федерация. «1С: АНИЗОТРОПИЯ - программа для анализа отраслевой анизотропии и эвентуальности»: № 2024661954: заявл. 23.05.2024: опублик. 30.05.2024 / Я. О. Терновая, В. В. Силакова, В. Т. Водяников [и др.]; заявитель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К.А. Тимирязева».
9. Люцко Д.И. Лингвистический анализ факторов устойчивости, эффективности и конкурентоспособности предприятий российского машиностроения. Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. №12.

УДК 339.5

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

АСРУТДИНОВА ДИАНА НАИЛЕВНА,
ХАТМУЛИНА ЕЛИЗАВЕТА ЮРЬЕВНА,
КОЗЛОВСКАЯ ЯНА СТАНИСЛАВОВНА

студенты

Технологический университет им. А.А. Леонова

Научный руководитель: Гончарова Елена Николаевна
к.э.н., доцент кафедры Управления
Технологический университет им. А.А. Леонова

Аннотация: Евразийский экономический союз (ЕАЭС) стремится к укреплению внутреннего рынка и созданию благоприятных условий для экономического роста входящих в него стран. Однако, несмотря на значительные достижения внутри Союза, интеграция ЕАЭС в мировую экономику остается одной из ключевых задач. В данной статье рассматриваются перспективы этой интеграции, включая возможные пути и механизмы усиления позиций ЕАЭС на международной арене, а также потенциальные препятствия и вызовы, стоящие перед этим процессом.

Ключевые слова: ЕАЭС, экономика, международная интеграция, сотрудничество, внешняя торговля, внешнеэкономическая деятельность.

PROSPECTS FOR THE INTEGRATION OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION INTO THE GLOBAL ECONOMY

Asrutdinova Diana Nailevna,
Khatmulina Elizaveta Yurievna,
Kozlovskaya Yana Stanislavovna

Scientific adviser: Goncharova Elena Nikolaevna

Abstract: The Eurasian Economic Union (EAEU) strives to strengthen the internal market and create favorable conditions for the economic growth of its members. However, despite significant achievements within the Union, the integration of the EAEU into the global economy remains one of the key tasks. This article examines the prospects for this integration, including possible ways and mechanisms to strengthen the EAEU's position in the international arena, as well as potential obstacles and challenges facing this process.

Keywords: EAEU, economy, international integration, cooperation, foreign trade, foreign economic activity.

Евразийский экономический союз является одним из важнейших проектов региональной интеграции на постсоветском пространстве. Его создание было обусловлено необходимостью углубления экономического сотрудничества между странами-участниками, обеспечения свободного движения това-

ров, услуг, капиталов и рабочей силы, а также гармонизации законодательств в различных сферах. Однако успешная реализация этих целей требует не только внутренней консолидации, но и активного участия в процессах глобализации и интеграции в мировую экономическую систему.

Создание ЕАЭС стало важным шагом в укреплении экономического сотрудничества на евразийском пространстве. Основными достижениями Союза является:

1. Свободный товаропоток: устранение таможенных барьеров и создание единого экономического пространства позволило значительно упростить процедуры таможенного контроля между странами-членами.

2. Гармонизация законодательства: принятие единых стандартов и норм в таких областях, как техническое регулирование, налоговая политика, санитарные и фитосанитарные меры, электронный документооборот [1, с. 80].

3. Развитие транспортной инфраструктуры: проекты по модернизации транспортных коридоров и созданию новых логистических центров способствуют повышению эффективности товарооборота.

Однако, несмотря на достигнутые успехи, уровень интеграции ЕАЭС все еще отстает от аналогичных показателей других региональных объединений, таких как Европейский Союз или Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН).

Внешняя торговля ЕАЭС характеризуется высокой зависимостью от экспорта сырьевых ресурсов, прежде всего нефти и газа. Основными торговыми партнерами Союза являются страны Европейского Союза – Китай и Турция. В то же время доля взаимной торговли между членами ЕАЭС остается сравнительно низкой, что указывает на необходимость дальнейшего укрепления внутренних связей [1, с. 82].

Интеграция Евразийского экономического союза (ЕАЭС) в мировую экономику представляет собой важный стратегический шаг, который может существенно повлиять на развитие экономик стран-участниц и их позиции на международной арене. Рассмотрим несколько ключевых аспектов этой интеграции:

1. Расширение торговых связей. Одной из главных целей создания ЕАЭС было формирование единого рынка товаров, услуг, капитала и рабочей силы между странами-членами. Это позволило бы повысить конкурентоспособность этих государств за счет увеличения объемов торговли внутри Союза. Однако для успешной интеграции в глобальную экономику необходимо также развивать торговые отношения с другими крупными экономическими блоками и странами. Примером таких инициатив является заключение соглашений о свободной торговле с различными государствами и объединениями. Например, ЕАЭС подписал соглашение о зоне свободной торговли с Вьетнамом, Ираном, Сербией и Сингапуром. Эти шаги были направлены на расширение рынков сбыта продукции стран ЕАЭС и привлечение иностранных инвестиций [2].

2. Развитие инфраструктуры. Для эффективного участия в мировой экономике важно иметь развитую транспортную инфраструктуру, которая позволит странам ЕАЭС интегрироваться в международные логистические цепочки поставок. В этом контексте проекты вроде «Новый шелковый путь» (инициатива Китая «Один пояс – один путь») могут сыграть ключевую роль. Развитие транспортных коридоров через территорию ЕАЭС позволит сократить сроки доставки грузов и снизить транспортные издержки.

3. Цифровизация экономики. В условиях глобальной цифровизации экономики интеграция ЕАЭС в мировые процессы требует активного внедрения цифровых технологий и платформ. Создание общего цифрового пространства, унификация стандартов и норм, правовых основ для электронной торговли, включая вопросы защиты данных, электронных подписей и интернет-платежей могут значительно ускорить интеграцию Союза в глобальные экономические процессы [3, с. 17].

4. Энергетическая безопасность. Страны ЕАЭС обладают значительными запасами энергоресурсов, особенно нефти и газа. Интеграция в мировую энергетическую систему может позволить им диверсифицировать экспортные маршруты и улучшить условия поставок энергоносителей на международные рынки. Это также способствует укреплению энергетической безопасности как самого Союза, так и его партнеров.

5. Инновационное сотрудничество. Важным направлением развития ЕАЭС является поддержка инноваций и научно-технического прорыва. Создание совместных исследовательских центров, технопарков и стартап в области информационного обеспечения может способствовать развитию высокотехнологичных отраслей и повышению конкурентоспособности продукции стран Союза на мировых рынках [4, с. 48].

Несмотря на значительные перспективы, интеграция ЕАЭС в мировую экономику сталкивается с рядом вызовов и рисков:

1) Геополитическое давление: введенные против некоторых членов ЕАЭС санкции могут затруднить процесс интеграции, так как возможности торговли и сотрудничества ограничены.

2) Различия в уровне развитости: страны-члены находятся на разных этапах экономического развития, что может усложнять координацию и унификацию экономической политики.

3) Зависимость от ресурсов: некоторые страны ЕАЭС сильно зависят от экспорта сырья, что делает их уязвимыми к колебаниям цен на мировых товарных рынках

Перспективы интеграции ЕАЭС в мировую экономику выглядят многообещающими, но требуют значительных усилий со стороны всех участников процесса. Успешная реализация стратегических планов, направленных на углубление торговых связей, развитие инфраструктуры, цифровизацию экономики, обеспечение энергетической безопасности и поддержку инновационного сотрудничества, может привести к укреплению позиций ЕАЭС на международной арене и улучшению благосостояния населения стран-членов.

Список источников

1. Якубова, А. В. Таможенные процедуры как инструмент регулирования внешнеторговой деятельности / А.В. Якубова // Актуальные вопросы развития таможенного дела. – 2020. – С. 78-84.
2. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс] - URL: <https://eec.eaeunion.org/>
3. Рагимов, Т. С. Евразийский экономический союз (ЕАЭС): перспективы интеграции государств-членов ЕАЭС / Т. С. Рагимов // Евразийский юридический журнал. – 2019. – № 9(136). – С. 16-18.
4. Слуцкий Л.Э. Вызовы и перспективы евразийской интеграции в меняющемся мире. Статистика и Экономика. 2023. № 20(3). С. - 46-55

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.1

ВЛИЯНИЕ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ В РЕГИОНЕ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

КЛИМОВ АЛЕКСЕЙ ДМИТРИЕВИЧ

аспирант

АНОВО «Московский международный университет»,
г. Москва, Россия

Аннотация: В работе рассмотрены основные проблемы развития миграционных процессов в регионах РФ и возможные способы регулирования миграционных потоков. Дефицит трудовых ресурсов, который во многом тормозит дальнейшее экономическое развитие этих регионов, обуславливают актуальность изучаемой темы. Следует отметить, что при сравнении регионов Российской Федерации, в Сибирском и Южном федеральных округах наблюдается более низкий индекс человеческого развития, чем в других регионах. В регионах с более низким индексом человеческого развития возникает проблема, связанная с восполнением трудовых ресурсов, необходимых для выполнения задач экономического развития данных регионов.

Предложены возможные направления регулирования миграционных потоков, которые состоят в повышении уровня жизни населения в регионах РФ с целью сохранения подготовленных профессиональных кадров и расширении миграционной информированности. Регионы с более низким индексом человеческого развития зачастую лишаются необходимых квалифицированных кадров, так как внутренние потоки трудовой миграции значительно больше и направлены из экономически менее привлекательных регионов. Потоки трудовой миграции, обусловленные экономической и социальной дифференциацией регионов, ещё больше усиливают степень дифференциации между регионами.

Качественный и количественный состав человеческого капитала отдельных регионов Российской Федерации, взаимосвязь потоков трудовой миграции и индекса человеческого развития регионов рассмотрен с использованием статистических показателей.

Ключевые слова: трудовая миграция; индекс человеческого развития; валовой региональный продукт на душу населения; внутренняя миграция; индекс дохода.

THE IMPACT OF LABOR MIGRATION IN THE REGION ON SOCIO-ECONOMIC INDICATORS

Klimov Alexey Dmitrievich

Abstract: The paper examines the main problems of the development of migration processes in the regions of the Russian Federation and possible ways to regulate migration flows. The shortage of labor resources, which largely hinders the further economic development of these regions, determines the relevance of the topic being studied. It should be noted that when comparing regions of the Russian Federation, the Siberian and Southern Federal Districts have a lower human development index than other regions. In regions with a lower human development index, a problem arises related to replenishing the labor resources necessary to fulfill the tasks of economic development of these regions.

Possible directions for regulating migration flows are proposed, which consist of increasing the standard of living of the population in the regions of the Russian Federation in order to retain trained professional person-

nel and expand migration awareness. Regions with a lower human development index are often deprived of the necessary qualified personnel, since internal labor migration flows are much larger and are directed from economically less attractive regions. Labor migration flows, caused by economic and social differentiation of regions, further enhance the degree of differentiation between regions.

The qualitative and quantitative composition of human capital in individual regions of the Russian Federation, the relationship between labor migration flows and the regional human development index are examined using statistical indicators.

Key words: labor migration; human development index; gross regional product per capita; internal migration; income index.

Введение

Одной из основных задач, которые стоят перед регионами Российской Федерации в настоящее время, является вопрос формирования и сохранения их кадрового потенциала. Ведь совершенно очевидно, что от обеспеченности региона необходимыми квалифицированными кадрами, уровня подготовки этих кадров, во многом зависят темпы и возможности дальнейшего перспективного развития регионов России. Поэтому вполне закономерно, что в «Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года», утверждённой Правительством Российской Федерации в 2019 году, социально-экономическое неравенство регионов нашей страны, которое математически определяется в разнице индекса человеческого развития этих регионов, названо основной задачей на настоящем этапе экономического развития.

Оценка миграционных процессов, вопросы прогнозирования и возможности управления трудовой миграцией рассмотрены на примере трёх субъектов Российской Федерации с опорой на показатели индексов человеческого развития этих регионов.

Результаты исследования и их обсуждение

Степень влияния трудовой миграции на возможности экономического развития региона, социальную картину в нём трудно переоценить. В то же время трудовая миграция имеет как положительные, так и отрицательные стороны, т. е. может, как улучшать ситуацию в регионе, так и прогрессивно ухудшать. В этой связи напомним, что для оценки уровня жизни населения в большинстве стран мира программой развития ООН ежегодно рассчитывается индекс человеческого развития [5]. Используя показатели, составляющие индекс человеческого развития, попробуем оценить степень влияния миграции на ситуацию в регионах.

Для оценки выбраны три субъекта Российской Федерации, на примере которых можно рассмотреть наиболее типичные ситуации для регионов страны. Это Псковская область, регион, входящий в Северо-Западный федеральный округ и являющийся одним из проблемных регионов, если рассматривать вопросы внутренней миграции. Иркутская область, входящая в Сибирский федеральный округ и являющаяся типичным представителем этого региона. Обе эти региона являются периферийными, а Псковская область, ещё и приграничный регион, что обуславливает его особенности. Третий субъект Российской Федерации это, Московская область, входящая в состав Центрального федерального округа и, являющаяся лидером по притоку мигрантов в регион.

Рассмотрим основные характеристики данных регионов Российской Федерации и динамику общей численности населения в них. Следует отметить, что самым крупным по площади регионом является Иркутская область. В то же время именно здесь самая низкая плотность населения: на 2022 год в Иркутской области проживало 2404,19 тыс. человек и плотность населения составляла всего 3,04 человека на 1 км². Самым маленьким регионом по площади, но с наибольшей плотностью населения является Московская область. Здесь в 2022 году проживало 7768,88 тыс. человек и плотность населения составляла 175,25 человек на 1 км². В Псковской области на 2022 год проживало 613,36 тыс. человек, а плотность населения составляла 11,07 человек на 1 км². Если посмотрим динамику численности населения данных регионов с 1991 года, то увидим, что в Псковской и Иркутской области в этот период численность населения стабильно сокращается. Благодаря увеличению естественного прироста насе-

ния в 2006-2007 гг. снижение численности населения в данных регионах несколько замедлилось.

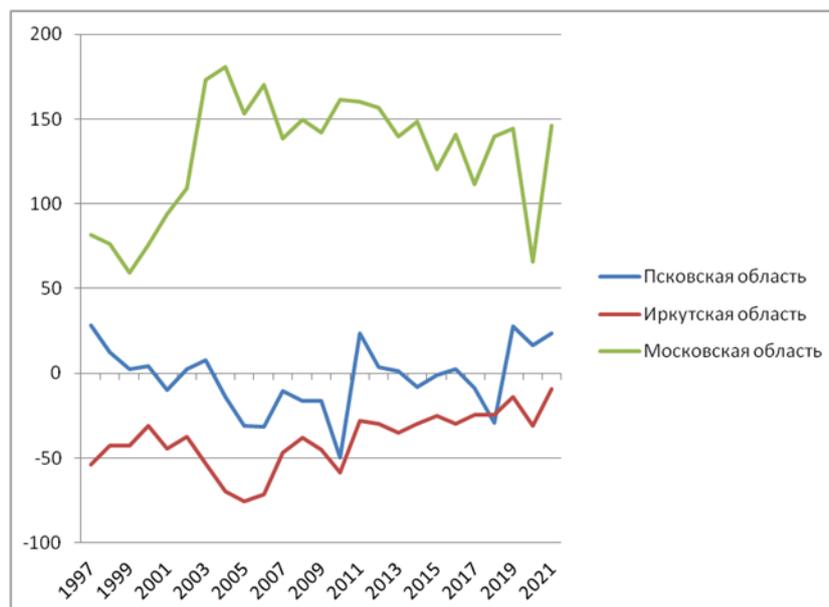


Рис. 1. Миграционный прирост населения (на 10000 человек в год) [2]

Источник: данные Росстата.

С 1997 года, если брать рассматриваемые регионы, только в Московской области фиксируется положительный миграционный прирост (рисунок 1). В Иркутской области, напротив, в течении всего периода с 1997 по 2021 год, отмечен отрицательный миграционный прирост. За период с 2003 по 2021 год из Иркутской области в другие регионы России переехали 430752 человека. Та же ситуация наблюдается в Псковской области: за этот же период из области выехали 174616 жителей в другие регионы Российской Федерации.

Каковы же последствия трудовой миграции для социально-экономического развития регионов? Результатом трудовой миграции является отток высококвалифицированных кадров из регионов с более низким индексом человеческого развития, т.е. из регионов, которые менее экономически и социально привлекательны для работников. В результате в этих регионах возникает дефицит необходимых трудовых кадров, на подготовку которых были затрачены зачастую региональные бюджетные средства. Следствием нехватки необходимых трудовых ресурсов является недопроизводство валового регионального продукта, что ещё больше ухудшает социально-экономическое положение региона. Отсюда дальнейший отток трудовых кадров, и регион-донор попадает в порочный круг недопроизводства и потери трудовых ресурсов.

Субъекты Российской Федерации значительно отличаются по показателю индекса человеческого развития, причём следует учитывать, что такое различие ведёт к замедлению экономического развития страны в целом. Объективность индекса человеческого развития снижается из-за несбалансированности между составляющими его индексами: образования, дохода и долголетия [1]. Очень высокий уровень человеческого развития характерен для таких субъектов Российской Федерации, как Москва, Санкт-Петербург и Московская область, которые относятся к финансово-экономическим центрам страны. Здесь концентрируются высококвалифицированные кадры страны, что, собственно, обусловлено производственными потребностями данных регионов. В субъектах Федерации, где основу экономики составляет обрабатывающая промышленность, в нашем случае примером такого региона является Иркутская область, фиксируется высокий индекс человеческого развития. Трудовой резерв в этих регионах представлен в основном работниками в трудоспособном возрасте со средним профессиональным или общим средним образованием. Для агропромышленных регионов характерен средний индекс человеческого развития. Трудовой потенциал регионов обычно низкий и представлен лицами старше трудоспособного возраста. В нашем случае этим характеристикам отвечает Псковская область.

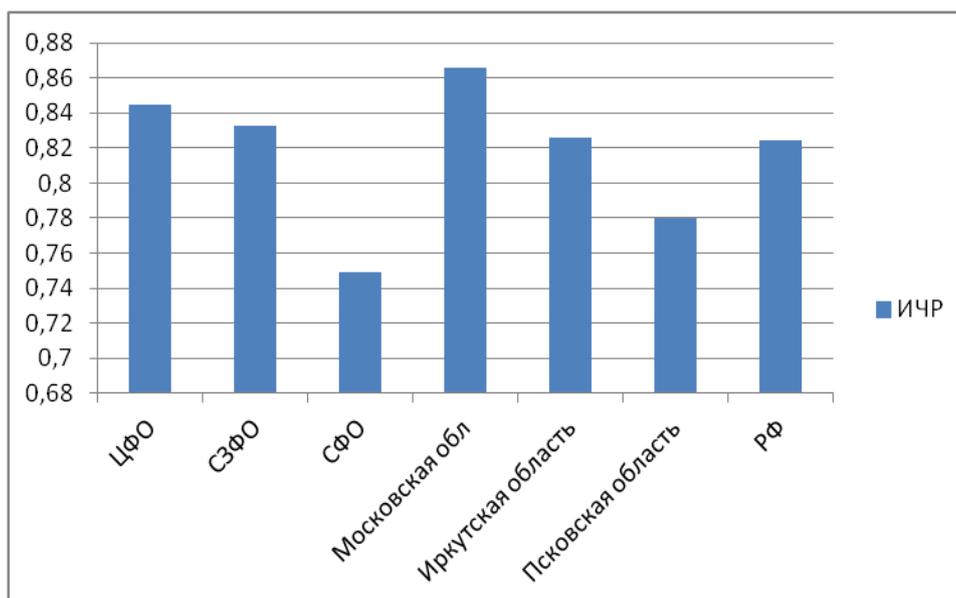


Рис. 2. Индекс человеческого развития отдельных регионов России (2021 г.)

Источник: Global Data Lab. hdi.globaldatalab.org.

На рисунке 2 видны значительные отличия регионов Российской Федерации по индексу человеческого развития. В добывающих, экспортно-сырьевых и в регионах, относящихся к финансово-экономическим центрам, традиционно наблюдается высокий индекс доходов, а данный показатель является одним из трёх составляющих интегрального показателя индекса человеческого развития. Самый низкий индекс доходов в аграрных регионах. Среднее положение по данному показателю занимают регионы, основы экономики которых, составляют обрабатывающие предприятия и агропромышленные регионы. С 2003 года, несмотря на вышеизложенное, наблюдается рост индекса доходов абсолютно во всех регионах Российской Федерации, независимо от их промышленной ориентации, и уменьшение разрыва по данному показателю между благополучными и депрессивными регионами.

Таким образом, отставание отдельных регионов по социально-экономическому развитию хорошо отображается в различии их по индексу человеческого развития. Значительное различие регионов по данному показателю ведёт к замедлению экономического развития всей страны. Чтобы повысить уровень индекса человеческого развития нужно учитывать все составляющие его показатели, выравнять регионы Российской Федерации по всем составляющим его индексам (дохода, образования, продолжительности жизни) в отдельности.

Среди лидеров по индексу человеческого развития являются Центральный федеральный округ и Северо-Западный федеральный округ. Наиболее высокий индекс образования фиксируется в Центральном федеральном округе Российской Федерации. Он отражает долю населения с высшим и средним профессиональным образованием, что является показателем уровня квалификации трудовых ресурсов. Не менее важно учитывать индекс доходов региона. Например, в Псковской области при относительно высоком индексе образования фиксируется низкий уровень доходов, что приводит к утечке высококвалифицированных кадров в трудоспособном возрасте из региона и «старению» трудовых ресурсов данного региона. Коэффициент вариации по уровню потребительских расходов на душу населения в регионах Российской Федерации достигает 20%, поэтому не менее важно учитывать потребительские расходы на душу населения в каждом регионе наравне с уровнем доходов населения в данных регионах. Разница же величины внутреннего регионального продукта на душу населения между регионами России значительно больше [3]. Такая ситуация требует внимательного изучения, так как величина валового внутреннего продукта является определяющей при оценке социально-экономической ситуации в регионе.

Общую картину миграционной ситуации в России можно охарактеризовать, например, такими цифрами. По данным Росстата в 2022 году в Российскую Федерацию прибыло 4,2 млн. человек, что

составило 3% населения страны на 1 января 2023 года. При этом в таких регионах Российской Федерации, как Псковская и Иркутская область в 2022 году фиксируется отрицательный миграционный прирост. Прибывшие мигранты зачастую получают статус граждан Российской Федерации, чем понижают качественные характеристики общих трудовых ресурсов. Так как квалификация трудовых мигрантов в большинстве случаев не высокая.

Заключение

Значительные различия субъектов Российской Федерации по социально-экономическим показателям являются стимулом внутренней миграционной активности. Следующая задача, правильно направлять эту миграционную активность, чтобы использовать её для выравнивания экономической ситуации в регионах. Индекс человеческого развития опирается на статистические показатели и является наиболее удобным для оценки человеческого потенциала и уровня социально-экономического развития общества. Программы развития территорий должны учитывать миграционные процессы в субъектах Российской Федерации, откуда наблюдается отток квалифицированных кадров, в нашем случае это Иркутская, и особенно Псковская область. Первоочередной задачей является «подтягивание» отстающих по социально-экономическим показателям регионов до среднего по стране. Ориентиром для «выравнивания» регионов здесь могут служить показатели, составляющие индекс человеческого развития.

Привлекая в регион трудовые кадры с низкой квалификацией, мы понижаем, таким образом, индекс человеческого развития данного региона, а тем самым и уровень его социально-экономического развития. Поэтому внешняя трудовая миграция должна чётко регулироваться, отвечать потребностям региона на каждом этапе экономического развития. Для чего важно разрабатывать комплекс мер, направленных на регулирование, регламентирование процессов миграции в каждом субъекте Российской Федерации, сохранение «воспитанных» на местах квалифицированных трудовых кадров.

Как уже указывалось выше, это, прежде всего, касается регионов с низким индексом человеческого развития, но высоким индексом образования, например Псковской области. Псковская область, имеющая высокий индекс образования, является наиболее типичным представителем регионов-доноров, которые отдают другим регионам страны, подготовленные квалифицированные кадры. В регионах с высоким индексом развития приоритетным должно быть использование трудовых ресурсов из регионов России с низким индексом человеческого развития и низким валовым региональным продуктом на душу населения. Но этот процесс должен чётко регулироваться и быть использован только в случае высокой кадровой необходимости, чтобы не истощать кадровый потенциал регионов-доноров. Автор миграционной модели американский экономист М. Тодаро указывал, что нерегулируемая трудовая миграция способствует росту безработицы в определённых трудовых группах, тем самым усиливая дисбаланс, экономический и социальный, в регионах.

Субъекты Российской Федерации, обладающие внутренним потенциалом для экономического роста и возможностями для наращивания этого потенциала, являются приоритетной целью для стимулирования их экономического развития. К таковым в нашем случае в полной мере могут быть отнесены Иркутская и Псковская области. Разработанные с учётом всех особенностей и потенциала каждого региона, регуляторные мероприятия будут способствовать раскрытию и развитию этого потенциала и выравниванию регионов. Уже сейчас, с учётом уже существующей и перспективной экономической специализацией регионов, создаются новые и развиваются старые инфраструктурные объекты. Поэтому направленность трудовых миграционных потоков, перераспределение трудовых кадров внутри страны должно отвечать в первую очередь этим запросам.

Таким образом, трудовая миграция оказывает непосредственное влияние на индекс человеческого развития, путём «вымывания» из региона квалифицированных кадров или наполнения трудового потенциала региона кадрами с низкой квалификацией, тем самым понижая данный индекс региона. Достижение баланса в распределении внутренних трудовых ресурсов и регулирование внешних потоков трудовой миграции в соответствии с экономическими запросами является залогом успешного перспективного развития.

Список источников

1. Независимый институт социальной политики. www.socpol.ru. (дата обращения: 26.09.2024).
2. Федеральная служба государственной статистики // [Электронный ресурс] — URL: <http://www.gks.ru/>
3. Список субъектов Российской Федерации по валовому продукту на душу населения. <https://ru.wikipedia.org/wiki>
4. Климов А.Д. Влияние динамики трудовой миграции на региональный уровень индекса человеческого развития. /Финансовые рынки и банки. — Москва: KnoРус, 2024, N 6. - С.282-287
5. UNDP: Human development indexes and indicators: 2018 statistical update.URL:http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_developmet_statistical_up. (дата обращения: 04.10.2024).

References

1. Independent Institute of Social Policy. www.socpol.ru (date of reference: 09/26/2024).
2. Federal State Statistics Service // [Electronic resource] — URL: <http://www.gks.ru/>
3. List of subjects of the Russian Federation by gross product per capita. <https://ru.wikipedia.org/wiki>
4. Klimov A.D. The influence of labor migration dynamics on the regional level of the human development index. /Financial markets and banks. — Moscow: KnoRus, 2024, N 6. - pp. 282-287
5. UNDP: Human development indexes and indicators: 2018 statistical update.URL:http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_developmet_statistical_up. (date of application: 04.10.2024).

УДК 33

ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ САНКЦИЙ

БАРАННИК ЮРИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧаспирант
МГЭУ*Научный руководитель: Романова Алина Терентьевна
д.э.н., профессор
МГЭУ*

Аннотация: В статье рассматриваются последствия международных санкций для транспортной и логистической отрасли внешнеэкономической деятельности. Осуществлен анализ влияния санкций на цепи поставок, тарифы и доступ к инфраструктуре. Представлены адаптационные стратегии компаний и инновационные решения, направленные на минимизацию рисков и повышение устойчивости бизнеса.

Ключевые слова: международные санкции, транспортная логистика, внешнеэкономическая деятельность, цепи поставок, адаптация, устойчивость.

TRANSPORT AND LOGISTICS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY UNDER INTERNATIONAL SANCTIONS

Barannik Yuri Alexandrovich*Scientific supervisor: Romanova Alina Terentyevna*

Abstract: The article examines the impact of international sanctions on the transport and logistics sector of foreign economic activity. It analyzes the effects of sanctions on supply chains, tariffs, and infrastructure access. Adaptive strategies and innovative solutions implemented by companies to minimize risks and enhance business resilience are presented.

Keywords: international sanctions, transport logistics, foreign economic activity, supply chains, adaptation, resilience.

Современные экономические санкции, применяемые к крупным экономическим игрокам, оказали значительное влияние на международную транспортную и логистическую деятельность, включая такие ключевые аспекты, как цепочки поставок, таможенное регулирование и доступ к международной транспортной инфраструктуре. На фоне ужесточения санкционного давления компании оказались перед необходимостью поиска новых стратегий и адаптации к новым условиям функционирования [4, с. 82]. В данной статье анализируется влияние санкций на транспорт и логистику, рассматриваются основные вызовы и адаптационные механизмы, внедряемые компаниями для поддержания конкурентоспособности и устойчивости бизнеса в условиях санкционных ограничений.

Международные санкции затрагивают внешнеэкономическую деятельность прежде всего через ограничения на перевозки, банковские операции, а также через запреты на использование междуна-

родной транспортной инфраструктуры, включая морские порты и воздушное пространство. Санкции на транспортные компании или целые страны блокируют доступ к ряду ключевых логистических маршрутов, что увеличивает стоимость доставки товаров и удлиняет сроки поставок. Согласно исследованиям последних шести месяцев, санкции также обострили нехватку транспорта и ограничили доступ к топливу, что привело к росту транспортных расходов и сдерживанию поставок товаров, особенно на фоне глобальных логистических кризисов, вызванных пандемией.

Изменения в морских и железнодорожных маршрутах, направленные на обход санкционных территорий, добавляют значительные издержки на топливо, погрузочно-разгрузочные операции и таможенное оформление. При этом страны, попавшие под санкции, начали развивать собственные логистические мощности, ориентированные на внутренний рынок и соседние дружественные страны. Например, в ответ на ограничение доступа к портам Европы компании разрабатывают новые транзитные маршруты через Азию, что требует дополнительных инвестиций в инфраструктуру и разработку транспортно-логистических хабов в приграничных регионах [1, с. 112-116].

Санкции значительно осложнили ведение международных перевозок из-за ограничений на финансовые транзакции и блокировок финансовых средств. В результате международные поставки стали сталкиваться с проблемами, связанными с проведением платежей и использованием зарубежных банковских счетов. Многие компании сталкиваются с необходимостью перехода на расчеты в национальных валютах или криптовалютах для обхода ограничений.

Согласно исследованиям, санкции привели к необходимости кардинально пересмотреть цепи поставок, ориентируя их на более устойчивые и гибкие связи с партнерами, готовыми работать в условиях санкций. Так, товары, которые ранее поступали из санкционных регионов или требовали использования заблокированных инфраструктур, были замещены аналогами из стран, не подпадающих под санкции, или производством на месте. В частности, крупные компании стали стремиться к диверсификации поставок, что привело к заключению соглашений с альтернативными партнерами в Азии и Латинской Америке [3, с. 32-38].

Санкции изменили не только транспортные цепочки, но и процедуры таможенного оформления. Санкционные ограничения заставляют компании адаптироваться к новым нормам экспорта и импорта, что сопровождается увеличением административной нагрузки и необходимостью приведения процедур в соответствие с национальными и международными нормативными актами. Введенные ограничения также требуют дополнительных таможенных проверок для контроля происхождения и назначения товаров, что замедляет процесс прохождения таможни.

Для снижения этих рисков компании стремятся к сотрудничеству с региональными организациями, работающими над созданием альтернативных торговых режимов, что помогает минимизировать затраты на таможенные процедуры и административные барьеры. Экономические союзы, такие как Евразийский экономический союз (ЕАЭС), разрабатывают новые меры для упрощения процедур и улучшения условий для ведения внешнеэкономической деятельности.

Одним из основных направлений адаптации к санкциям стало развитие национальной транспортно-логистической инфраструктуры. Компании и государственные структуры активно вкладываются в строительство новых транспортных хабов и расширение возможностей портовой инфраструктуры. В частности, особое внимание уделяется развитию сухопутных и морских транспортных коридоров, связывающих Россию с дружественными государствами, в том числе в Азии и на Ближнем Востоке. Это, в свою очередь, способствует созданию новых логистических решений, ориентированных на обход заблокированных маршрутов.

Например, на фоне санкционных ограничений увеличилась актуальность Северного морского пути как альтернативного маршрута для поставок в Азию. Развитие этого пути требует крупных вложений в инфраструктуру, включая ледокольный флот и транспортные терминалы, однако перспективы данного маршрута значительно усиливаются по мере укрепления экономических связей со странами Азии. Аналогично, железнодорожные маршруты, соединяющие страны ЕАЭС, стали играть ключевую роль в обеспечении стабильности логистических операций [2, с. 22-25].

На уровне отдельных компаний ответом на санкционное давление стало внедрение стратегий

рискоустойчивости, позволяющих минимизировать зависимость от санкционных партнеров и инфраструктуры. Согласно последним исследованиям, компании стали более гибкими в вопросах перераспределения грузопотоков, использования альтернативных маршрутов и наращивания запасов. Также наблюдается рост инвестиций в цифровизацию транспортно-логистических операций, что позволяет автоматизировать процессы и повысить управляемость поставками.

В условиях санкционного давления значимую роль приобрели технологии отслеживания и анализа данных, позволяющие точно оценивать и прогнозировать логистические риски, а также использовать методы, обеспечивающие прозрачность цепочек поставок. К примеру, технологии блокчейн позволяют компаниям улучшить прослеживаемость товаров, подтверждать их подлинность и сокращать риски, связанные с возможными санкционными обходами.

Международные санкции оказали значительное воздействие на транспорт и логистику внешнеэкономической деятельности, затронув практически все уровни цепей поставок и требуя адаптационных мер от компаний и государств. Ответом на санкционное давление стали диверсификация поставок, развитие национальной инфраструктуры, оптимизация транспортных маршрутов, а также цифровизация логистики. В условиях усиления санкций и усложнения глобальных торговых условий компании и государственные структуры вынуждены внедрять инновационные решения и стратегии устойчивости, позволяющие минимизировать влияние санкционных рисков на внешнеэкономическую деятельность. В результате развития транспортно-логистической отрасли под давлением санкций возникают новые возможности для построения более автономных и гибких логистических систем, что, несмотря на временные сложности, может способствовать долгосрочной устойчивости и конкурентоспособности в условиях мировой экономики.

Список источников

1. Грудинская У. А., Полешук Е. Н. БОНДОВЫЕ СКЛАДЫ И ИХ РОЛЬ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ //Транспорт и логистика устойчивого развития территорий, бизнеса, государства (драйверы роста, тренды и барьеры). – 2023. – С. 112-116.
2. Мартиросян С. К., Непарко М. В. РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ //Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – №. 3-2 (109). – С. 22-25.
3. Тебекин А. В., Проваторов И. Ю. РАЗРАБОТКА ИНТЕГРАЛЬНОГО КРИТЕРИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ СТРОЯЩИХСЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ТРАЕКТОРИЙ //Журнал технических исследований. – 2023. – Т. 9. – №. 2. – С. 32-38.
4. Худжатов М. Б. РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПОИСК РЕШЕНИЙ //Редакционная коллегия. – 2022. – С. 82.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: КАК СОХРАНИТЬ ПРИРОДУ И РАЗВИВАТЬ УСТОЙЧИВЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯ

ЕФИМОВА АННА ВЛАДИМИРОВНАдиректор по развитию бизнеса,
ООО Дизи Тур, г.Санкт-Петербург

Аннотация: В статье рассматривается важность экологического туризма как средства сохранения природных ресурсов и поддержки устойчивого развития. Автор анализирует основные принципы экотуризма, подчеркивая его роль в охране окружающей среды и содействии местным сообществам. Обсуждаются преимущества экологически чистых путешествий, такие как уменьшение углеродного следа и поддержка биоразнообразия. В статье также представлены практические рекомендации для туристов, включая выбор устойчивых транспортных средств, поддержку местной экономики и соблюдение правил поведения на природе. В заключение подчеркивается, что осознанный подход к путешествиям может значительно повлиять на сохранение природы и способствовать развитию устойчивого туризма в глобальном масштабе.

Ключевые слова: Экологический туризм, сохранение природы, устойчивое развитие, принципы экотуризма.

ECOLOGICAL TOURISM: HOW TO PRESERVE NATURE AND DEVELOP SUSTAINABLE TRAVEL

Efimova Anna Vladimirovna

Abstract: This article discusses the importance of ecological tourism as a means of preserving natural resources and supporting sustainable development. The author analyzes the main principles of ecotourism, emphasizing its role in environmental protection and support for local communities. The benefits of eco-friendly travel are discussed, such as reducing carbon footprints and supporting biodiversity. The article also provides practical recommendations for travelers, including choosing sustainable transportation, supporting the local economy, and adhering to nature conservation guidelines. In conclusion, it is emphasized that a conscious approach to travel can significantly impact nature preservation and contribute to the development of sustainable tourism on a global scale.

Keywords: Ecological tourism, nature conservation, sustainable development, principles of ecotourism.

Введение

Экологический туризм, или экотуризм, представляет собой уникальную форму путешествий, которая не только позволяет людям исследовать природные красоты нашей планеты, но и способствует их охране. В условиях глобальных экологических вызовов, таких как изменение климата, вымирание видов и загрязнение окружающей среды, важность устойчивых форм туризма становится очевидной. Экологический туризм ориентирован на минимизацию негативного воздействия на природу и поддержку местных сообществ, что делает его жизненно важным для сохранения биологического разнообразия и экосистем.

С каждым годом всё больше людей осознают необходимость ответственного подхода к путеше-

ствиям. Они стремятся не только к новым впечатлениям, но и к тому, чтобы их действия способствовали улучшению состояния окружающей среды. Экологический туризм предлагает путешественникам возможность не только насладиться красотой природы, но и стать её защитниками. Это включает в себя участие в волонтерских проектах, осознание важности сохранения местных культур и традиций, а также использование устойчивых методов передвижения и проживания.

Важным аспектом экотуризма является его способность поддерживать экономическое развитие местных сообществ. Когда туристы выбирают экологически чистые направления, они способствуют созданию рабочих мест и развитию местной экономики, что в свою очередь усиливает мотивацию к сохранению природных ресурсов. Таким образом, экотуризм становится не просто способом провести время, но и мощным инструментом для позитивных изменений в мире.

В данной статье мы рассмотрим принципы и преимущества экологического туризма, а также предоставим полезные советы для тех, кто хочет путешествовать ответственно. Мы также обсудим роль технологий в развитии устойчивого туризма и приведем примеры успешных инициатив, которые вдохновляют на новые свершения. Путешествуя с заботой о природе, каждый из нас может внести свой вклад в её защиту и сохранить её красоту для будущих поколений.

Ключевые принципы экотуризма:

1. Сохранение природы: Минимизация воздействия на окружающую среду и поддержка биоразнообразия.
2. Устойчивое развитие: Поддержка местных экономик и сообществ через ответственный туризм.
3. Образование и осведомленность: Просвещение туристов о природных и культурных ценностях региона.
4. Уважение к культуре: Соблюдение местных традиций и обычаев при взаимодействии с населением.
5. Ответственное поведение: Следование экологическим нормам и правилам поведения в природе.

Рассмотрим примеры стран, активно развивающих экологический туризм.

Коста-Рика и Новая Зеландия являются яркими примерами стран, активно развивающих экологический туризм, предлагая путешественникам уникальные возможности для взаимодействия с природой.

Коста-Рика

Славящаяся своим невероятным биоразнообразием, Коста-Рика выделяется более чем 25% своей территории, отведённой под национальные парки и заповедники. Здесь можно встретить множество видов флоры и фауны, включая редкие виды птиц и млекопитающих. Страна активно развивает экотуризм, предлагая различные виды активного отдыха: от пешеходных маршрутов в тропических лесах (например, в парках Мануэль Антонио и Корковадо) до наблюдения за птицами — более 900 видов обитают здесь. Экологические фермы предлагают экскурсии, где туристы могут узнать о органическом земледелии и устойчивом развитии.

Коста-Рика стремится к устойчивому развитию, более 99% электроэнергии в стране производится из возобновляемых источников. Правительство активно поддерживает инициативы по охране окружающей среды и восстановлению экосистем.

Новая Зеландия

Новая Зеландия известна своими живописными пейзажами — от горных вершин до живописных пляжей. Множество национальных парков, таких как Тонгариро и Фьельдленд, предлагают уникальные возможности для активного отдыха. Экотуризм в Новой Зеландии также занимает важное место: популярные походы и треккинг на Тонгариро Альпийском Кроссе, каякинг и рафтинг в живописных реках, а также наблюдение за дикой природой — китами в Тауранги и пингвинами на Южном острове.

Страна активно внедряет устойчивые практики в туристической отрасли. Местные компании используют экологически чистые технологии, такие как солнечные панели и системы утилизации отходов. Программы по восстановлению экосистем и защите местной флоры и фауны также играют важную роль.

Роль технологий в экологическом туризме

Технологии играют ключевую роль в развитии экологического туризма, способствуя более устойчивым и осознанным путешествиям. Рассмотрим несколько аспектов их влияния:

1. Влияние социальных сетей на популяризацию экологического туризма

Социальные сети играют важную роль в распространении информации о экологическом туризме:

Визуальный контент: Социальные сети позволяют делиться фотографиями и историями о природных красотах и устойчивых практиках, вдохновляя других на подобные путешествия.

Обсуждения и сообщества: Группы и сообщества в социальных сетях собирают людей с общими интересами в области экологии и туризма, позволяя обмениваться опытом и советами.

Инфлюенсеры: Экологические блогеры и влиятельные лица могут привлекать внимание к экологическим инициативам и местам, способствуя росту интереса к устойчивым путешествиям.

2. Инновации в сфере устойчивого транспорта

Технологические инновации в транспорте значительно способствуют развитию экологического туризма:

Электромобили: Увеличение доступности электромобилей и зарядных станций позволяет путешественникам передвигаться с меньшим углеродным следом.

Устойчивые виды транспорта: Развитие общественного транспорта, включая электрические автобусы и трамваи, а также велопрокаты, делает экологически чистые способы передвижения более доступными.

Технологии для оптимизации маршрутов: Приложения для навигации, такие как Google Maps, теперь предлагают варианты маршрутов с учётом времени в пути, пробок и выбросов углекислого газа, помогая выбирать более устойчивые пути.

3. Использование приложений для планирования устойчивых путешествий

Современные приложения помогают путешественникам планировать свои поездки с акцентом на устойчивость. Например:

Поиск экологически чистых отелей: Приложения, такие как EcoBnB или Green Key, позволяют находить гостиницы и хостелы, сертифицированные по стандартам устойчивого развития.

Маршруты с низким воздействием: Приложения для планирования маршрутов могут предлагать альтернативные пути, избегая перегруженных туристических зон и минимизируя углеродный след.

Устойчивые активности: Платформы бронирования, предлагают возможность выбирать местные экскурсии и мероприятия, которые поддерживают местные сообщества и минимизируют негативное воздействие на природу.

Устойчивые практики для туристов

Устойчивые практики для туристов играют важную роль в минимизации углеродного следа и защите окружающей среды. Одним из первых шагов, которые может предпринять путешественник, является выбор транспорта. Использование общественного транспорта, велосипедов или просто пешие прогулки помогут значительно сократить выбросы углерода. Если необходимо лететь на самолете, стоит выбирать прямые рейсы и избегать коротких перелетов, так как они наносят больший вред экологии.

При упаковке вещей также стоит учитывать экологические аспекты. Использование многоразовых контейнеров и сумок поможет сократить количество одноразового пластика. Кроме того, выбирая легкие и компактные вещи, можно уменьшить общий вес багажа, что также снизит углеродный след при транспортировке.

Соблюдение правил в природных заповедниках — еще один важный аспект ответственного туризма. Следуя установленным тропам и убирая за собой мусор, путешественники помогают сохранить экосистему в её естественном состоянии. Важно не трогать диких животных и не собирать растения, чтобы не нарушать баланс природы. Покупая местные и органические продукты, туристы поддерживают устойчивое сельское хозяйство и уменьшают углеродный след от транспортировки.

Кроме того, участие в волонтерских проектах может стать отличным способом внести вклад в защиту природы во время путешествий. Можно изучить возможности участия в проектах, связанных с

охраной окружающей среды или поддержкой местных сообществ. Сайты вроде Workaway или HelpX предлагают множество вариантов, а сотрудничество с местными НКО позволит принять участие в важных инициативах, таких как высадка деревьев или очистка пляжей.

Также стоит рассмотреть возможность участия в научных исследованиях, связанных с биоразнообразием или охраной окружающей среды. Это не только поможет природе, но и даст уникальный опыт и знания. Следуя этим рекомендациям, туристы могут значительно снизить свое негативное воздействие на окружающую среду и внести свой вклад в устойчивое развитие мест, которые они посещают.

Заключение

Экологический туризм играет ключевую роль в сохранении природы и устойчивом развитии. Он не только способствует охране окружающей среды, но и поддерживает местные сообщества, позволяя им извлекать выгоду из сохранения своих природных ресурсов. Путешествуя с осознанием, мы можем стать активными участниками в защите нашей планеты, поддерживая инициативы по охране природы и способствуя устойчивому развитию.

Каждый из нас может внести свой вклад в сохранение природы через путешествия. Вот несколько простых шагов:

1. Выбор экологически чистых транспортных средств: Используйте общественный транспорт, велосипеды или пешие прогулки.
2. Поддержка местных сообществ: Останавливайтесь в экодомах, посещайте местные рынки и выбирайте экскурсии, организованные местными жителями.
3. Соблюдение правил поведения на природе: Не оставляйте мусор, не трогайте диких животных и следуйте указаниям охраны заповедников.
4. Обучение и осведомленность: Изучайте принципы устойчивого туризма и делитесь своими знаниями с другими.

Список источников

1. Костина, Н. В. Экологический туризм: теория и практика. Москва: Издательство РГГУ., 2015.
2. Снегирев, А. И. Устойчивое развитие и экологический туризм в России. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ., 2013.
3. Федорова, О. А., & Соловьева, И. А. Проблемы и перспективы развития экологического туризма в России // Журнал экологического туризма, 10(1), 45-53.
4. Кузнецов, С. В. Роль экологического туризма в охране биоразнообразия // Экология и жизнь, 4, 34-39.
5. Баранов, А. Н., Григорьев, М. Ю. Экологический туризм как инструмент устойчивого развития. // Туризм и отдых, 2(3), 22-30.

УДК 338.45; 338.46

КОНКУРС БРЕНДОВ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ СТАРТАПОВ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

СОКОЛОВА АНАСТАСИЯ СЕРГЕЕВНАмагистрант 2 курса
ФБГОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

*Научный руководитель: Шарафуллина Розалия Радмировна
к.э.н., доцент кафедры «Экономической теории и регионального развития»
ФБГОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»*

Аннотация: В статье автор рассматривает конкурс как один из способов продвижения стартапов и стартап-проектов в сфере креативных индустрий. Рынок стартапов креативных индустрий достаточно разнообразен, от производства ремесленных изделий до видеоигр. Поэтому применяются способы продвижения как в сети Интернет, так и массовые мероприятия в офлайн-среде. Автор выделил основные преимущества, которые получают участники конкурсов брендов. У лидеров проектов выявлен ряд проблем, связанных с низкой степенью компетенций в области питчинга проектов и маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: бренд, продвижение, стартап, креативные индустрии, креативный продукт, предпринимательство.

BRAND COMPETITION AS A WAY TO PROMOTE STARTUPS IN THE FIELD OF CREATIVE INDUSTRIES**Sokolova Anastasia Sergeevna***Scientific adviser: Sharafullina Rosalia Radmirovna*

Abstract: The article examines the competition as one of the ways to promote startups and startup projects in the field of creative industries. The creative industry startup market is quite diverse, from craft production to video games. Therefore, promotion methods are used both on the Internet and mass events in the offline environment. The author identified specific features based on an analysis of the brand competition of the Republic of Bashkortostan.

Keywords: brand, promotion, startup, creative industries, creative product, entrepreneurship.

В Российской Федерации утверждена концепция развития креативных индустрий, принят федеральный закон «О креативных индустриях» [2], который вступит в силу 5 февраля 2025 года. В субъектах Российской Федерации также проводятся меры по развитию и поддержке предпринимательства в сфере креативных индустрий. Так, в Башкортостане утверждена собственная региональная концепция развития креативных индустрий [1]. Несмотря на то, что еще не разработана дорожная карта по реализации этой концепции, не определены ответственные исполнители из числа органов исполнительной власти, Министерство предпринимательства и туризма Республики Башкортостан выступило главным организатором конкурса брендов Башкортостана как ответственный исполнитель приоритетного проек-

та по развитию малого и среднего предпринимательства.

Актуальность темы статьи обусловлена рядом обстоятельств.

Во-первых, сфера креативных индустрий переживает бурный рост, в том числе благодаря государственным мерам поддержки и повышенному спросу в российском сегменте рынка к продуктам этой индустрии. Усиливается конкуренция между стартапами, растет потребность в наиболее эффективных инструментах для выделения продукта стартапа из множества других предложений.

Во-вторых, условиями формирования сильного бренда являются его узнаваемость и популярность, одобрение экспертным сообществом и лидерами общественного мнения.

В-третьих, стартапы играют ключевую роль в развитии креативных индустрий, стимулируя инновации и формируя новые тренды.

В-четвертых, недостаточно исследований и практических рекомендаций по использованию конкурсов брендов для продвижения стартапов в сфере креативных индустрий.

В целях проведения исследования по специфике применения конкурсов как способа продвижения креативного стартапа, рассмотрим телешоу-конкурс «Бренды Башкортостана». Данный конкурс поможет поддержать производителей рынка креативных индустрий и региональные бренды. Конкурс реализуется в рамках Национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Одной из центральных задач конкурса является и привлечение внимания жителей Башкортостана к возможностям ведения предпринимательской деятельности в сфере креативных индустрий. Конкурс проводился в период с августа по ноябрь 2024 года. В конкурсе выделено две номинации: креативная индустрия и региональные бренды. Фокус нашего внимания на участниках в номинации «Креативная индустрия» и ее направлениях – моде и ремеслах.

Заявки на конкурс принимались на платформе для запуска и проведения творческих, социальных, учебных и иных видов онлайн-конкурсов без финансовых обязательств «КОНКУРСЫ.РФ». Организаторами создается страница конкурса, размещается вся конкурсная документация и ведется прием заявок.

Таким образом, формат проведения конкурса можно назвать комбинированным, так как вместе с заявкой требовалось отправить видеопрезентацию предпринимателя о своем креативном стартапе, а после прохождения отборочного тура – конкурсные мероприятия проводились в креативном пространстве «Арт квадрат» в г. Уфа, велись съемки телевизионных эфиров. На канале БСТ в течение нескольких месяцев шли выпуски данного теле-конкурса с охватом аудитории более 6 млн зрителей.

В 2024 году всего на конкурс поступило 127 заявок от предпринимателей и самозанятых РБ, из них 58 – креативная индустрия, 69 – региональные бренды) из 40 муниципальных образований Республики Башкортостан. В онлайн-отборе за участников отдано почти 9 000 голосов.

В номинации «Креативная индустрия» по результатам народного онлайн-голосования финалистами стали: Э.Имангулова (г. Уфа) - «Студия креативного дизайна одежды «MIRANG», И.Чикиндина (г. Стерлитамак) - «Национальный Культурный Код в гардеробе современного человека», А.Валеева (г. Уфа) - «Рисую нитками», Э.Мавлимшина (Нуримановский район) - «Шьем с нуля», О.Нилова (Ишимбайский район) - «Сладкий край», Т.Лебедь (г. Уфа) – «Картина «Белый конь», Панно «Парящие золотые рыбки», Панно «Фламинго», настольные шахматы, Панно «Монстера»».

Все финалисты выступали со своими стартап-проектами перед экспертным жюри, в состав которого вошли представители институтов развития, бизнеса, исполнительной власти, специалисты в области маркетинга и связей с общественностью.

На каждый проект давалось небольшое время для проведения питча и показа креативного продукта стартапа. Эксперты задавали не только вопросы, но и давали рекомендации. Победителями стали:

1 место: ИП Чикиндина (г. Стерлитамак) с проектом «Национальный Культурный Код в гардеробе современного человека». Направления деятельности: 1) ручная роспись (кастомизация) современной одежды и головных уборов с использованием древних сарматских орнаментов и современных национальных этнографических узоров, 2) создание этнических украшений в технике художественной роспи-

си и скульптурной лепки с интеграцией натуральных поделочных камней и металлических элементов. Участник российских и региональных фестивалей и конкурсов. Государственную поддержку не получала.

2 место: ИП Нилова (Ишимбайский район) с проектом «Сладкий край» - бренд сувенирной продукции. В 2019 году она получила государственную субсидию для покупки промышленной вышивальной машины.

3 место: ИП Валеева (г. Уфа) с проектом «Рисую нитками». Основное направление деятельности - студия машинной вышивки «VYSH.YOU». Перечень предлагаемых работ: вышивка на одежде по фотографиям (рисунки детей, фото семьи или домашних животных). Заказы не только локальные, а по всему миру, имеет постоянных клиентов. Получена государственная поддержка по разработке фирменного стиля.

Все победители и призеры создают креативные продукты в направлениях одежда и аксессуары, сувениры. Все они выполняют более глобальную задачу – продвижение бренда Башкортостана, нацелены в большей степени на туристическую отрасль.

Вывод: участие стартапов сферы креативных индустрий в конкурсах брендов является эффективным способом продвижения. Участники получают: экспертизу своих стартап-проектов и рекомендации (по доработке продукта, маркетингу и организации продаж), возможность зайти о своем стартапе в прямом эфире на широкую аудиторию ТВ-зрителей региона в течение нескольких месяцев, привлечь не только государственные субсидии, но и частных инвесторов.

В результате исследования мы выявили такие проблемы лидеров креативных стартапов – участников конкурса, как: 1) слабая подготовка в презентации проекта и отсутствие навыков питчинга проектов, 2) отсутствие знаний о способах продвижения в онлайн и офлайн-среде, игнорирование возможностей локального маркетинга и ГИС-инструментов, 3) отсутствие или низкая степень знания основ маркетинга, в части сегментирования рынка, формирования ценностного предложения, использования методов экономики впечатлений при создании и продвижении креативного продукта.

Список источников

1. Указ Главы Республики Башкортостан от 27 марта 2024 г. N УГ-251 «Об утверждении Концепции развития креативных индустрий в Республике Башкортостан» [Электронный ресурс]. - Доступ из системы ГАРАНТ // ЭПС «Система ГАРАНТ» (дата обращения: 14.11.2024)
2. Федеральный закон от 8 августа 2024 г. N 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (документ не вступил в силу) [Электронный ресурс]. - Доступ из системы ГАРАНТ // ЭПС «Система ГАРАНТ» (дата обращения: 14.11.2024)
3. Дональд М. Метод StoryBrand. – М.: Альпина Пабlishер, 2020. – 232 с.
4. Калкинс Т. Сильный бренд. От стратегии и бренд-дизайна до статуса и лидерства. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2023.
5. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 235 с.
6. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы РФ – [Электронный текст] – URL: <https://rmsp.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 14.11.2024)
7. Официальный сайт АНО «Агентство Республики Башкортостан по развитию малого и среднего предпринимательства» – [Электронный текст] – URL: <https://cmbrb.ru/news/zavershilsya-etap-narodnogo-onlayn-golosovaniya-telehou-konkursa-brendy-bashkortostana/> (дата обращения: 14.11.2024)

© А.С. Соколова, 2024

УДК 338.242

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

МАГЛАКЕЛИДЗЕ ДАВИД ГУРАМИЕВИЧ

магистрант

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

*Научный руководитель: Ловянникова Валентина Викторовна**к.э.н, доцент**ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»*

Аннотация. В данной работе рассматривается роль инноваций в стратегии развития предпринимательской деятельности, обосновывается их значимость для повышения конкурентоспособности и обеспечения устойчивого роста бизнеса в условиях глобальной экономики. Инновации выступают ключевым фактором адаптации к быстроменяющимся условиям рынка и удовлетворения растущих потребностей потребителей, позволяя компаниям интегрировать уникальные решения и создавать долгосрочные конкурентные преимущества. Особое внимание уделяется направлениям, в которых инновации приносят наибольший эффект: цифровизации и автоматизации процессов, внедрению экологически и социально ориентированных подходов, а также модернизации управленческих и организационных структур. Анализируются преимущества, которые инновации обеспечивают компаниям, включая диверсификацию рисков, улучшение операционной эффективности и укрепление рыночных позиций. Установлено, что интеграция инноваций в стратегию предпринимательства является необходимым условием для реализации долгосрочных целей, повышения устойчивости и создания добавленной стоимости в условиях растущей неопределенности и конкуренции.

Ключевые слова: инновации, предпринимательская деятельность, управление, современная экономика, стратегия развития.

THE PLACE OF INNOVATION IN THE STRATEGY OF BUSINESS DEVELOPMENT

Maglaketidze David Guramievich*Scientific adviser: Lovyannikova Valentina Viktorovna*

Abstract. This paper examines the role of innovations in the strategy of business development, substantiates their importance for improving competitiveness and ensuring sustainable business growth in the global economy. Innovation is a key factor in adapting to rapidly changing market conditions and meeting the growing needs of consumers, allowing companies to integrate unique solutions and create long-term competitive advantages. Special attention is paid to the areas in which innovations bring the greatest effect: digitalization and automation of processes, the introduction of environmentally and socially oriented approaches, as well as the modernization of management and organizational structures. The advantages that innovations provide to companies are analyzed, including risk diversification, improvement of operational efficiency and strengthening of market positions. It is established that the integration of innovations into the entrepreneurship strategy is necessary.

Keywords: innovation, entrepreneurship, management, modern economy, development strategy.

Современная экономика характеризуется быстрым развитием технологий, ростом глобальной конкуренции и ускоренными темпами изменений во внешней среде. В этих условиях инновации становятся неотъемлемым элементом стратегии развития предпринимательской деятельности, способствуя повышению конкурентоспособности, эффективности и устойчивости бизнеса. Инновационная деятельность предпринимательских структур играет ключевую роль в формировании стратегических преимуществ и обеспечении гибкости адаптации к новым условиям рынка. Она не только позволяет компаниям оптимизировать существующие процессы и улучшать качество продукции или услуг, но и открывает перед ними возможности для создания новых рынков, продуктов и бизнес-моделей.

Целью работы стало исследование роли инноваций в стратегии развития предпринимательской деятельности, анализ подходов к внедрению инновационных решений и оценки их воздействия на экономические результаты компаний.

Инновации занимают особое место в стратегии роста и развития бизнеса, так как именно они позволяют предпринимательским организациям эффективно реагировать на потребности потребителей, усиливать свои позиции на рынке и увеличивать капитализацию компании [1]. Инновационные стратегии помогают компаниям не только удерживать лидирующие позиции, но и активно расширять сферу влияния, вовлекаясь в процессы цифровой трансформации и экологической модернизации. В последние годы в мировой практике наблюдается возрастающий интерес к таким формам инновационной деятельности, как цифровые технологии, автоматизация, искусственный интеллект, устойчивое развитие и экологические инновации, которые становятся новыми драйверами экономического роста и трансформации бизнес-процессов.

Важность инноваций для стратегического развития предпринимательской деятельности также обусловлена их способностью минимизировать риски, связанные с изменениями во внешней среде, и создавать новые источники доходов, которые обеспечивают устойчивость и гибкость бизнеса. В этом контексте инновации рассматриваются как средство адаптации к постоянно меняющимся условиям глобального рынка, что особенно актуально в условиях нестабильности мировой экономики, усиления торговых барьеров и влияния технологических прорывов.

Инновации занимают центральное место в стратегии развития современной предпринимательской деятельности, поскольку они являются основным драйвером повышения конкурентоспособности, устойчивости и долгосрочного роста бизнеса. В условиях глобализации и цифровой трансформации роль инноваций выходит за рамки традиционного улучшения продуктов и услуг – сегодня они охватывают все аспекты организационного развития, от оптимизации операционных процессов до создания новых бизнес-моделей и выхода на международные рынки. Под инновациями в данном контексте понимается не только внедрение новых технологий, но и разработка и реализация принципиально новых подходов к ведению бизнеса, которые позволяют компаниям адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка и эффективно реагировать на запросы потребителей.

Одним из ключевых аспектов инноваций как стратегического элемента является их способность создавать устойчивые конкурентные преимущества. В отличие от традиционных методов конкуренции, основанных на цене и масштабе производства, инновации позволяют предпринимательским организациям внедрять уникальные решения, которые трудно воспроизвести конкурентам [2]. Такие подходы способствуют увеличению рыночной доли и повышению лояльности потребителей, что, в свою очередь, способствует укреплению позиций компании на долгосрочной основе.

Кроме того, инновационная деятельность способствует диверсификации рисков. В условиях нестабильной мировой экономики, колебаний спроса и технологических изменений компании, интегрирующие инновации в свою стратегию, обладают большей гибкостью и способностью адаптироваться к новым вызовам. Инновации позволяют предпринимателям оперативно реагировать на изменения, будь то изменение в потребительских предпочтениях или появление новых конкурентных угроз, что повышает устойчивость бизнеса в условиях неопределенности.

Существует несколько направлений инноваций, которые занимают особое место в стратегическом развитии предпринимательства. Во-первых, цифровизация и автоматизация бизнес-процессов позволяют существенно повысить эффективность деятельности, снизить затраты и улучшить качество

обслуживания клиентов [3]. Во-вторых, экологические и социальные инновации, включающие устойчивое производство и ответственный подход к использованию ресурсов, становятся важным фактором для компаний, стремящихся соответствовать ожиданиям современных потребителей и инвесторов. В-третьих, инновации в области организационной структуры и управления помогают компаниям более эффективно распределять ресурсы, принимать более обоснованные решения и ускорять реализацию стратегических задач.

Таким образом, интеграция инноваций в стратегию предпринимательской деятельности является необходимым условием для достижения устойчивого роста, увеличения стоимости компании и обеспечения её конкурентоспособности на глобальной арене. В условиях растущего давления со стороны потребителей, инвесторов и регулирующих органов предпринимательским организациям необходимо уделять особое внимание разработке инновационных стратегий, которые не только способствуют реализации текущих бизнес-целей, но и обеспечивают долгосрочную устойчивость и готовность к изменениям в будущем.

Список источников

1. Удальцова Н. Л. Инновационное предпринимательство и стратегия развития инновационных компаний // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Т. 12. – №. 1. – С. 259-276.
2. Ергин С. М., Копаенко И. В. Обновление инфраструктурного потенциала обеспечения предпринимательской деятельности: модернизационный аспект // Цитисэ. – 2021. – №. 3. – С. 343-356.
3. Гужина Г. Н., Гужин А. А. Роль инноваций в экономическом развитии // Инновации и инвестиции. – 2020. – №. 1. – С. 18-22.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 330

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ФИНАНСОВО-ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВАЛЬКОВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА

магистрант

Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Аннотация: в современных реалиях экономика России испытывает мощное внешнее негативное воздействие, которое вкупе с внутренними проблемами не даёт достичь намеченных экономических результатов. В этих условиях, когда внешние факторы объективно устранить не представляется возможным, особое внимание требуется уделить внутренним. А среди последних наиболее значимой и актуальной является ситуация, сложившаяся в сфере денежно - кредитного обращения. Центральный Банк РФ, решая проблему инфляции, использует в качестве основного инструмента ключевую ставку, что неоднозначно сказывается на экономике страны в целом. Рассмотрению указанного вопроса посвящена предлагаемая статья, в которой в свете означенной выше проблемы проведен структурный анализ экономических отношений в целом, выявлены обстоятельства, препятствующие достижению максимально возможного при их осуществлении результата, указаны факторы, этому способствующие и требующие к себе наиболее пристального внимания и немедленного принятия мер к их устранению.

Ключевые слова: финансово-денежная безопасность, денежная масса, банковский сектор, ключевая ставка.

CURRENT PROBLEMS OF FINANCIAL AND MONETARY CIRCULATION SECURITY IN THE RUSSIAN FEDERATION

Valkova Natalia Aleksandrovna

Abstract: In modern realities, the Russian economy is experiencing a powerful external negative impact, which, coupled with internal problems, does not allow achieving the intended economic results. In these conditions, when it is not possible to objectively eliminate external factors, special attention should be paid to internal ones. And among the latter, the most significant and relevant is the situation in the field of monetary circulation. The Central Bank of the Russian Federation, solving the problem of inflation, uses the key rate as the main instrument, which has an ambiguous effect on the country's economy as a whole. The proposed article is devoted to the consideration of this issue, in which, in the light of the above-mentioned problem, a structural analysis of economic relations as a whole is carried out, circumstances preventing the achievement of the maximum possible result in their implementation are identified, factors contributing to this and requiring the most careful attention and immediate measures to eliminate them are indicated.

Keywords: financial and monetary security, money supply, banking sector, key rate.

Финансово-денежное обращение занимает центральное место в экономических отношениях, связывая воедино основных его участников. Процесс финансово-денежного обращения предполагает наличие трёх сторон:

- производители товаров и услуг,
- потребители товаров и услуг,
- посредники (банки и кредитные организации).

Кроме того, неотъемлемым компонентом структуры является денежная масса. Таким образом, безопасность финансово-денежного обращения связана с достаточным в обороте количеством денежных средств, широким доступом к ним основных участников рынка – производителей и потребителей товаров и услуг, а также нормальной работой посредника – банков и кредитных организаций.

1. Первое и необходимое условие – денежная масса, которая должна быть представлена в экономике на достаточном уровне, только в этом случае она способствует развитию экономики и повышению уровня жизни населения. Имея на руках достаточное количество денежных средств, население активно потребляет широкий спектр товаров и услуг, тем самым способствуя росту их производства.

Российские реалии таковы, что в экономику поступает не вся денежная масса, часть её идёт в фонд Национального благосостояния, другая на оплату государственного долга. Кроме того, часть средств банки используют на создание обязательных резервов. Предприятие не может развиваться без привлечения сторонних средств, поэтому привлекает дополнительные фонды в качестве займов и кредитов [2].

2. Второе необходимое условие – деятельность на рынке предприятий и производств. По статистике основную массу наличествующих на рынке товаров и услуг производят предприятия малого и среднего бизнеса (70% реального сектора экономики). Цикл производства товаров требует привлечения дополнительных средств, источником которых служат займы и кредиты. Однако получить их предприятиям малого и среднего бизнеса не так-то просто. В условиях проводимой странами Запада в отношении России санкционной политики, отечественные предприятия оторваны от зарубежных инвестиций, а российские банки, выживая в пост-кризисных условиях (имеется ввиду кризис 2014 – 2015 г.г.), осознавая высокий риск осуществления деятельности предприятий малого и среднего бизнеса, особенно на этапах становления или освоения новой продукции или нового вида деятельности, или отказывают в выдаче кредита, или выдают под большие проценты, равные ключевой ставке ЦБ РФ [3]. В таких условиях предприятия имеют возможность использовать кредит лишь для покрытия оборотных активов, а на поддержание производства тратится полученная прибыль, которая должна направляться на усовершенствование технологий, но этого не происходит.

3. Третье условие, необходимое звено в цепочке финансово-денежного обращения – население страны. Население страны косвенным образом участвует в цикле производства товаров, т.к. предприятия изменяют выпуск продукции, ориентируясь на спрос и предпочтения потребителей [1, с. 60]. Также следует отметить важную роль участия населения в деятельности банковского сектора: массовое закрытие вкладов приводит к банковскому кризису и наоборот, открывая депозиты, банки привлекают денежные средства, аккумулируют их и в дальнейшем выдают в качестве займов предприятиям, стимулируя их деятельность.

4. Четвёртое условие – деятельность банковского сектора. Это важный сегмент в цепочке финансово-денежного обращения. Банки выступают посредниками между производителями и потребителями товаров и услуг. Кредитование потребителей (физических лиц) расширяет их возможности приобретения продукции, что в свою очередь влечёт расширение ассортимента и увеличение выпуска продукции, но здесь возникает противоречие, проблема, которое требует скорейшего решения, но практически не может быть реализовано. Суть данной проблемы кроется в принципе работы банковской системы: насколько легко банки выдают потребительские кредиты физическим лицам, настолько же сложно получить их предприятиям. В результате, имея на руках дополнительные средства, потребители могли бы приобрести большее количество товаров, но предприятия, лишённые дополнительных средств, не имеют возможности их произвести.

Ключевая ставка, применяемая ЦБ РФ, устанавливает процент выдачи кредита бизнесу и депозитных вкладов населения, таким образом, банки имеют возможность привлечь средства физических лиц, но из-за высокой процентной ставки они остаются недостижимыми для предприятий малого и среднего бизнеса. Данный перекокс усложняет экономическую ситуацию и требует немедленного реше-

ния. Именно он, а также недостаточное количество денежной массы являются основными проблемными моментами в вопросе безопасности финансово-денежного обращения.

Резюмируя выше сказанное, можно сделать вывод, что безопасность финансово-денежного обращения в России имеет отрицательную динамику и тенденцию к ослаблению в первую очередь в связи с низким уровнем М2 и непродуктивной работой банковского сектора. Нормальное значение М2 – 70% от ВВП, к этому значению необходимо стремиться и наращенную денежную массу (+20% к имеющейся) направлять в реальный сектор экономики [4]. Банкам необходимо создавать более привлекательные условия для заемщиков (снижение ставок по кредитам) и вкладчиков (привлечение денег на депозиты).

Список источников

1. Методические материалы. «Финансовая безопасность России» / Магомедов Ш.М., Иваницкая Л.В., Каратаев М.В., Чистякова М.В. – Москва. – 60 стр. Источник: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://raen.info/upload/000/files/22.pdf> (дата обращения: 16.06.2024).
2. Тишаев Г.В. Государственный университет — учебно-научно-производственный комплекс (бывш. ОрелГТУ) Studfiles. Источник: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/9765769/page:28/> (дата обращения: 16.06.2024).
3. Личные финансы и финансовая безопасность. Учебное пособие – М.: Мир науки, 2021. Источник: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://izd-mn.com/PDF/48MNNPU21.pdf> (дата обращения: 06.02.2024).
4. Банк России. Меры защиты финансового рынка - 2000-2024. Источник: [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/dkfs/monetary_agg/ (дата обращения: 15.06.2024)

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК: 338.48

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННО- ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

КУРБАНОВА САЙЁРА МАДАЛИЕВНАстарший преподаватель кафедры бухгалтерского учета и аудита
Международный университет туризма и предпринимательства Таджикистана

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием рыночных отношений в сфере рекреационно-оздоровительного туризма. Исследуются факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности рекреационно-оздоровительных учреждений Республики Таджикистан.

Ключевые слова: рекреационно-оздоровительный туризм, рекреационно-оздоровительные услуги, рынок рекреационно-оздоровительных услуг, стабильный спрос, санаторно-курортные ресурсы.

ENSURING THE COMPETITIVENESS OF RECREATIONAL AND HEALTH TOURISM ENTERPRISES IN THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN

Kurbanova Sayyora Madalievna

Abstract. The article examines issues related to the development of market relations in the field of recreational and health tourism. The factors influencing the increase in the competitiveness of recreational and health institutions of the Republic of Tajikistan are studied.

Keywords: recreational and health tourism, recreational and health services, recreational and health services market, stable demand, health resort resources.

Изменения в национальной экономике в условиях глобализации и усиления рыночных отношений, расширение самостоятельности экономических субъектов вызвали необходимость реформирования структуры производства, совершенствования системы управления, развития конкурентной среды в сфере рекреационно-оздоровительного туризма. С обострением конкурентных отношений между отечественными субъектами, работающими в данной сфере бизнеса, а также под влиянием зарубежных туристских центров, когда платежеспособный спрос снижается, туристическим компаниям и предприятиям инфраструктуры рекреационно-оздоровительного туризма следует мобилизовать усилия и сохранить свои позиции на внутреннем и внешнем рынках. Они пытаются преодолеть трудности, возникающие под влиянием внутренней и внешней экономической среды, без достаточной государственной поддержки, без знания и использования мирового опыта управления рынком в условиях конкуренции.

Однако мировой опыт показывает, что восстановление, стабильность и дальнейшее развитие национальной экономики в большей степени зависит от уровня конкурентоспособности конкретных субъектов, работающих в различных сферах, в том числе в сфере рекреационно-оздоровительного туризма. В связи с этим предприятиям рекреационно-оздоровительного туризма необходимо освоить новые модели бизнес-политики, изучить и освоить навыки сохранения стабильности за счет адаптации к реальной рыночной ситуации, которая постоянно меняется, а также искать и находить пути конку-

рентной борьбы на внутренних и внешних рынках. Для достижения этих целей в качестве одной из важнейших задач необходимо предусмотреть повышение конкурентоспособности рекреационно-оздоровительных услуг, создание благоприятных условий для развития рекреационно-оздоровительного туризма в стране. Большой вклад в решение этой задачи могут внести представители науки, ученые в области экономики туризма. В частности, экономическими аспектами развития туризма в стране посвящены научные работы Х.Х. Алишоева [1], У.С. Асрорзода [2], Б.Х. Каримова [3; 4; 5; 6], М.А. Рахимова [7] и др.

Анализ и оценка конкурентоспособности предприятий рекреационно-оздоровительного туризма позволяет решить следующие задачи: определение статуса предприятия на рынке рекреационно-оздоровительных услуг; разработка тактических и стратегических мер эффективного управления предприятием; привлечение инвестиций в отрасль; составление программы выхода на новые рынки туристической продукции и рекреационно-оздоровительных услуг.

Рекреационно-оздоровительному туризму свойственны характеристики, которые зависят от деятельности рекреационно-оздоровительных предприятий и напрямую влияют на конкурентоспособность туристских продуктов и рекреационно-оздоровительных услуг. Главной отличительной особенностью рекреационно-оздоровительного туризма от других видов деятельности является его социальная роль в сохранении и укреплении здоровья человека, повышении качества жизни населения. Это, в свою очередь, определяет пути решения ряда других экономических и демографических проблем, социальной защищенности людей, страдающих различными видами заболеваний. Социальная значимость рекреационно-оздоровительного туризма возрастает вместе с активизацией государственной политикой в направлении охраны здоровья населения и поддержки здорового образа жизни. Развитие этого приоритетного вида туризма дает ряд экономических выгод в результате увеличения доходов рекреационно-оздоровительных предприятий и населенных пунктов, увеличения роли услуг в местной экономике, роста занятости, улучшение состояния технической и социальной инфраструктуры местности.

Объекты, на базе которых развивается рекреационно-оздоровительный туризм в Республике Таджикистан, в настоящее время представляют собой важный сектор национальной туристической отрасли. Растущий вклад этого вида туризма может быть увеличен за счет значительных резервных мощностей, однако неудовлетворительное состояние материально-технической базы, а также отсутствие высокой культуры приема туристов и достаточного опыта работы в сфере рекреационно-оздоровительных услуг создает определенные препятствия. Несмотря на высокую значимость рекреационно-оздоровительного туризма в обеспечении социально-экономического развития страны, существующие возможности активизации рекреационно-оздоровительного туризма в Республике Таджикистан пока еще не реализованы в должном объеме. Поэтому в стране на государственном уровне активизация функций рынка рекреационно-оздоровительных услуг установлена в качестве важных целевых ориентиров.

В Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года предусмотрено, что основной акцент должен быть сделан на повышении уровня и качества жизни населения. При этом приоритеты будут в основном связаны с обеспечением высоких стандартов социального благосостояния людей и стабильности общества. Одним из основных средств достижения приоритетов является развитие рекреационно-оздоровительного туризма, имеющего много социальных аспектов [8].

Сегодня в Республике Таджикистан деятельность предприятий рекреационно-оздоровительного туризма осуществляется в рамках монопольной конкуренции, на данном рынке действует большое количество предприятий, которые предлагают одинаковые или разные лечебные, оздоровительные и развлекательные услуги. В последующие годы также ожидается положительная динамика развития отечественного рынка рекреационно-оздоровительных услуг, которая может быть реализована при решении следующих задач:

- развитие эффективной организационной структуры рекреационно-оздоровительных предприятий различной формы собственности;
- совершенствование маркетинговой стратегии и вывод рекреационно-оздоровительных услуг на внутренний и внешний рынки;

- адаптация маркетинговых механизмов к международной практике предоставления рекреационно-оздоровительных услуг;
- повышение качества услуг, предлагаемых посетителям - отдыхающим в рекреационно-оздоровительных предприятиях.

В стране создаются условия для формирования отечественного и международного рынка рекреационно-оздоровительных услуг, которые включают в себя: разнообразие и равные права рекреационно-оздоровительных предприятий всех форм собственности; наличие благоприятной среды для конкуренции. При этом рыночный механизм рекреационно-оздоровительного туризма базируется на существовании следующих элементов:

- факторы производства, в том числе квалифицированный труд медицинских работников, от которых в первую очередь зависит конкурентоспособность в сфере рекреационно-оздоровительных услуг;
- стабильный спрос на рекреационно-оздоровительные услуги, определяющие объем, сущность и содержание спроса;
- материально-техническое обеспечение и наличие уникальных природных лечебных факторов и курортов;
- стратегия рекреационно-оздоровительных предприятий, их структура, нормативно-правовое обеспечение функционирования участников рынка рекреационно-оздоровительных услуг.

Анализ основных составляющих рынка рекреационно-оздоровительных показал, что он неоднороден. Поэтому используются различные подходы к разработке модели государственной поддержки регулирования экономического механизма функционирования рынка рекреационно-оздоровительных услуг. Таким образом, структура рекреационно-оздоровительных предприятий и учреждений, подведомственных Министерству здравоохранения и социальной защиты населения Республики Таджикистан и другим министерствам и ведомствам, оказывающим рекреационно-оздоровительные услуги населению и туристам, остается социально значимой структурой, которая, согласно классификации отраслей экономики, относится к группе «общественных услуг» (платные услуги). Социальная направленность группы экономических субъектов, осуществляющих деятельность в данной сфере, не позволяет включить их в круг глубоких рыночных отношений, а полный перевод рекреационно-оздоровительных предприятий на коммерческие принципы может привести к разрушению всей системы.

Другую группу субъектов составляют рекреационно-оздоровительные предприятия, работающие в рыночных условиях, оказывающие услуги на основе спроса и предложения и имеющие иные характеристики по сравнению с общественными услугами: индивидуальные особенности потребления; избирательность и конкурентоспособность; отсутствие монопольного положения одного из участников. Благодаря этим свойствам данный сектор рекреационно-оздоровительных услуг регулируется рынком, основанным на многообразии форм собственности и свободной конкуренции.

Несовершенство системы управления и государственной поддержки отрасли негативно влияет на состояние деятельности санаториев и курортов, где оказываются рекреационно-оздоровительные услуги. До сих пор не до конца разработана система стандартизации и сертификации рекреационно-оздоровительных услуг, аттестации курортов и их государственной аккредитации. Отсутствие единой системы подготовки, переподготовки, повышения квалификации работников, сертификации и аттестации специалистов на рынке рекреационно-оздоровительных услуг замедляет процесс реформирования отрасли в направлении повышения качества рекреационно-оздоровительных услуг, что делает эту отрасль неконкурентоспособной.

Основной целью совершенствования управления в сфере рекреационно-оздоровительного туризма является создание и функционирование в стране современных, эффективных и конкурентоспособных рекреационно-оздоровительных предприятий, основанных на использовании уникальных природных ресурсов санаторно-курортного лечения, национальных традиций и научных достижений в области курортного дела и обеспечивающих решение следующих задач:

- удовлетворение потребностей населения и туристов в качественных рекреационно-оздоровительных услугах;

- повышение вклада рекреационно-оздоровительных предприятий в развитие национальной экономики и местных экономик путем укрепления здоровья общества, воспроизводства трудовых ресурсов, повышения уровня занятости населения;
- сохранение и рациональное использование природных лечебных и санаторно-курортных ресурсов.

Список источников

1. Алишоев, Х.Ҳ., Раҳимов М.А. Сайёҳӣ ва нақши он дар рушди иқтисодӣ кишвар / Х.Ҳ. Алишоев, М.А. Раҳимов // Ахбори Академияи миллии илмҳои Тоҷикистон. Шӯбаи илмҳои ҷамъиятшиносӣ. – 2020. - № 4. – С. 102-106
2. Асрорзода, У.С. Заминаҳои иқтисодӣ ва пешомадҳои рушди сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон / У.С. Асрорзода // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Баҳши илмҳои иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва ҷамъиятӣ. – 2023. - № 4-1. – С. 22-32
3. Каримов, Б.Ҳ., Аҳтамов, Ҳ.С. Асосҳои идоракунии стратегии рушди сайёҳӣ / Б.Ҳ. Каримов, Ҳ.С. Аҳтамов // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Баҳши илмҳои иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва ҷамъиятӣ. - 2023. - № 11. – С. 144-151
4. Каримов, Б.Ҳ., Зоҳидҷон, А. Сармоягузорӣ ҳамчун омил пешбарандаи рушди сайёҳӣ ва инфрасохтори он / Б.Ҳ. Каримов, А. Зоҳидҷон // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. – 2023. - № 4-1 (49). – С. 236-243
5. Каримов, Б.Ҳ., Курбанова, С.М. Нақши инфрасохтор дар рушди сайёҳии табобатӣ солимгардонӣ / Б.Ҳ. Каримов, С.М. Курбанова // Идоракунии давлатӣ. – 2023. - № 4/2 (64). – С. 101-112
6. Каримов, Б.Ҳ., Расулов, Х.Н. Сайёҳӣ чун соҳаи афзалиятноки Ҷумҳурии Тоҷикистон / Б.Ҳ. Каримов, Х.Н. Расулов / Вазъи муосир ва дурнамои рушди баҳисобирии муҳосибӣ, таҳлил ва аудит дар Ҷумҳурии Тоҷикистон / Маводи конференсияи илмӣ-амалии ҷумҳуриявӣ (27 март соли 2021, ш. Душанбе). – Душанбе: ДССХ, 2021. – 324 с. – С. 198-202
8. Каримов, Б.Ҳ., Раҳимов, М.А. Ҷанбаҳои иқтисодии идоракунии ва рушди сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон / Б.Ҳ. Каримов, М.А. Раҳимов // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. – 2022. - № 3 (42). – С.180-188
9. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года [Электронный источник] / Режим доступа: URL: <https://ncz.tj/file/национальная-стратегия-развития-республики-таджикистан-на-период-до-2030-годаpdf-1>

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 33

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНСТРУМЕНТОВ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ В ПЕРИОД РЕКОРДНОЙ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ

СОКОЛОВ ДАНИИЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ,
ЖИЛЬЧУК ДМИТРИЙ ИВАНОВИЧ

магистранты

ФГБОУ ВО «Российский государственный гидрометеорологический университет»

Научный руководитель: Семенова Юлия Евгеньевна

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный гидрометеорологический университет»

Аннотация: В статье рассматриваются перспективы развития зеленой экономики в условиях высокой ключевой ставки в России. Обсуждаются вызовы, с которыми сталкивается экономика в текущих экономических реалиях, а также перспективы и возможные векторы развития инструментов зеленой экономики.

Ключевые слова: зеленая экономика, ключевая ставка, инвестиции, Россия, устойчивое развитие.

PROSPECTS OF GREEN ECONOMY INSTRUMENTS IN RUSSIA DURING THE PERIOD OF RECORD KEY INTEREST RATE

Sokolov Daniil Alexandrovich,
Zhilchuk Dmitry Ivanovich

Scientific supervisor: Semenova Yulia Evgenievna

Abstract: The article discusses the prospects for the development of a green economy in the context of a high key interest rate in Russia. The challenges faced by the economy in the current economic realities are discussed, as well as prospects and possible vectors for the development of green economy tools.

Keywords: green economy, key rate, investments, Russia, sustainable development.

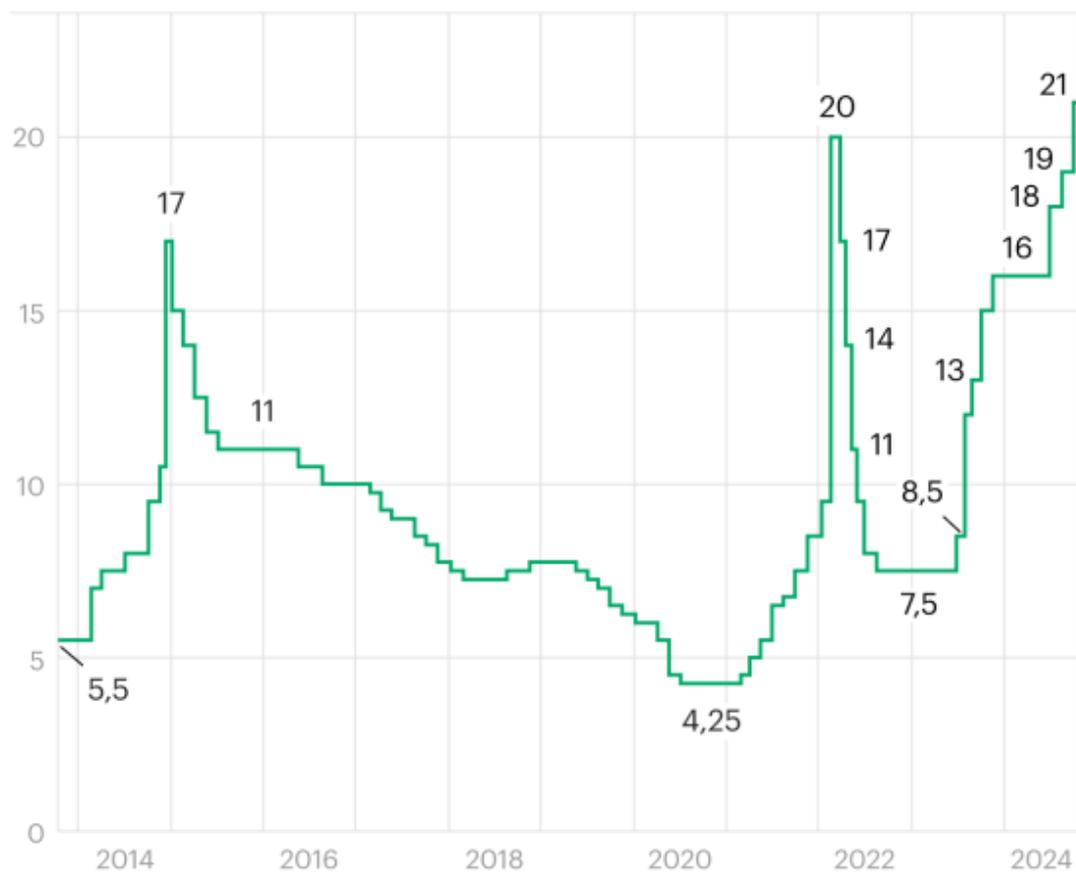
Введение

Зеленая экономика, ориентированная на экологически устойчивые практики и снижение углеродного следа, набирает популярность во всем мире, включая Россию. Но в условиях высокой ключевой ставки, установленной Центральным банком, перспективы развития таких инструментов в России приобретают дополнительные особенности. Высокая ставка усложняет привлечение инвестиций в зеленые проекты, увеличивая стоимость заемных средств и снижает маржинальность инициатив в этой сфере. Тем не менее, зеленые инструменты в России продолжают развиваться, и некоторые тенденции позволяют смотреть на их будущее с оптимизмом [2, 3, 4].

В октябре Центральный Банк России повысил ключевую ставку до рекордного уровня – 21%. Это значение выше, чем в период, когда стали вводиться первые пакеты санкций два года назад [1, 5].

Как меняется ключевая ставка ЦБ

14 октября 2013 года – 25 октября 2024 года, %



Источник: Банк России

© РБК, 2024

Рис. 1. Динамика изменения ключевой ставки в России

Влияние высокой ключевой ставки на зеленые инвестиции

Высокая ключевая ставка в России создает ряд трудностей для сектора зеленой экономики:

1. **Повышение стоимости заемного капитала.** Для финансирования проектов в сфере возобновляемой энергетики, энергоэффективности и устойчивого земледелия требуются значительные капитальные вложения, которые сложно привлечь при высоких процентных ставках. Заемные средства становятся дорогими, что отталкивает потенциальных инвесторов.
2. **Снижение интереса со стороны традиционных банков.** Банки предпочитают более низкорисковые направления вложений, так как высокие процентные ставки делают выдачу кредитов для долгосрочных проектов менее привлекательной. Зеленая экономика часто связана с новыми технологиями и более длинными сроками окупаемости, что создает дополнительные риски для кредиторов.
3. **Снижение покупательной способности и спроса.** Высокие ставки негативно сказываются на потребительской активности, что влечет за собой сокращение интереса к приобретению продукции и услуг экологически чистых компаний.

Государственная поддержка и инструменты развития

Российское правительство и Центральный банк продолжают разрабатывать и внедрять инициативы, направленные на поддержку устойчивых проектов:

1. “Зеленые” облигации. В России начали выпускать так называемые ‘зеленые’ облигации, которые привлекают средства для финансирования проектов, соответствующих стандартам экологической устойчивости. В текущих условиях высокой ключевой ставки такие облигации остаются сравнительно привлекательным инструментом, так как могут быть ориентированы на институциональных инвесторов, готовых вложить средства в долгосрочные инициативы.

2. Государственные субсидии и льготы. Для снижения воздействия высокой ключевой ставки на зеленые проекты правительство предлагает субсидии и налоговые льготы для участников экологических проектов. Это помогает компенсировать высокую стоимость заемных средств и снижает риски для инвесторов.

3. Программы поддержки малых и средних предприятий. В условиях высокой ставки многие МСП испытывают трудности в доступе к финансированию. В связи с этим правительство запустило программы, направленные на поддержку инновационных компаний, в том числе работающих в сфере зеленой экономики. Это позволяет компенсировать высокие затраты на начальном этапе, облегчая доступ к капиталу для экологических стартапов.

Перспективы и возможные направления развития

Несмотря на текущие экономические условия, можно выделить несколько перспективных направлений для развития зеленых инструментов в России:

1. Развитие рынка возобновляемой энергетики. В связи с потребностью в снижении углеродного следа Россия расширяет инвестиции в возобновляемую энергетику, включая солнечную и ветровую энергетику. Привлечение зарубежных партнеров, а также запуск новых отечественных проектов может смягчить влияние высокой ключевой ставки.

2. Цифровые и инновационные решения для экологии. Внедрение технологий, таких как IoT (Интернет вещей) и блокчейн, помогает оптимизировать процессы в экологически чистых секторах и снизить их затраты. Это повышает их конкурентоспособность и уменьшает влияние высокой ключевой ставки на их развитие.

3. Партнерство с международными институтами. Международные финансовые институты, такие как Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР), активно инвестируют в экологические проекты в России. Эти институты имеют доступ к финансированию по более низким ставкам, что делает их потенциальными партнерами для отечественных компаний.

4. Развитие ESG-инвестиций. В последние годы ESG (Environmental, Social, and Governance) инвестиции привлекают внимание инвесторов, ориентированных на долгосрочные устойчивые вложения. Повышение спроса на такие инвестиции способствует разработке новых продуктов на основе зеленых облигаций и устойчивых проектов, привлекая капитал, несмотря на высокую ставку.

Заключение

Высокая ключевая ставка безусловно осложняет процесс финансирования зеленых проектов в России. Однако спрос на устойчивое развитие и глобальный тренд на экологическую трансформацию стимулируют развитие зеленых инструментов в стране. При поддержке государства, использовании инновационных технологий и привлечении международных партнеров сектор зеленой экономики имеет перспективы для устойчивого роста даже в условиях дорогого капитала.

Список источников

1. Ключевая ставка Банка России // <https://www.cbr.ru/> URL: https://www.cbr.ru/hd_base/keyrate/ (дата обращения: 08.11.2024).

2. Поляков С. В., Шерстобитова С. В. ЗЕЛЕННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ПОРТФЕЛЯ ИНВЕСТОРА // Инновации и инвестиции. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zelenye-investitsii-kak-sposob-obespecheniya-ustoychivosti-portfelya-investora> (дата обращения: 08.11.2024).

3. Тагаева Т.О., Казанцева Л.К., Синигаева Д.Д. «Зеленое» инвестирование в регионах Российской Федерации. Развитие территорий. 2022;(2 (28)):8-14. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2022-2-08-14>

4. Цареградская Ю. К. «ЗЕЛЕННЫЕ» ИНВЕСТИЦИИ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. 2022. №8 (96). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zelenye-investitsii-v-kontekste-ustoychivogo-razvitiya-osobennosti-pravovogo-regulirovaniya> (дата обращения: 08.11.2024).

5. Резюме обсуждения ключевой ставки // Банк России URL: https://cbr.ru/dkp/mp_dec/decision_key_rate/summary_key_rate_06112024/ (дата обращения: 08.11.2024).

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ:
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 15 ноября 2024 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 16.11.2024.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 6,4

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

www.naukaip.ru

