РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г. В. ПЛЕХАНОВА»

60 ЛЕТ
СОЗДАЕМ БУДУЩЕЕ ВМЕСТЕ!

СОВРЕМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ: ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА, ИННОВАЦИИ

СБОРНИК СТАТЕЙ XI ВСЕРОССИЙСКОЙ (С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ) НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, ПОСВЯЩЁННОЙ 60-ЛЕТИЮ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

21 ОКТЯБРЯ - 31 ОКТЯБРЯ 2024 Г.

ПЕРМЬ, 2024

УДК 339.3; 339.5; 378.1

Главный редактор: Е. В. Гордеева
Ответственные за выпуск: Л. А. Горбунова, Т. А. Мазунина

Современная торговля: теория, практика, инновации: Сборник статей XI Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, посвящённой 60-летию учебного заведения (24 октября – 31 октября 2024 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2024. - 424 с.

В сборнике представлены материалы XI Всероссийской научно-практической конференции «Современная торговля: теория, практика, инновации», проходившей в Пермском институте (филиале) Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова 24 октября – 31 октября 2024 года.

Сборник содержит результаты исследований, которые отражают проблемы и перспективы развития торговли и импортозамещения в современных геополитических условиях, актуальные тренды развития современного предпринимательства, развитие креативных индустрий в цифровой экономике, направления развития цифровизации, формирование духовно-нравственных ценностей у студентов экономических специальностей.

Материалы рассчитаны на научных и практических работников, преподавателей высших и средних учебных заведений, аспирантов и докторантов и всех интересующихся вопросами торговли и цифровой экономики.

© Пермский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г. В. Плеханова», 2024

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

ВЫСТУПЛЕНИЯ

Глодных Наталья Михайловна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОССИЙСКОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация: оценивается состояние действующего российского законодательства в области торговой деятельности, характеризуются основные его недостатки, анализируются мнения специалистов по их устранению

Ключевые слова: федеральный закон, отраслевые акты, кодификация правовых норм.

LEGAL REGULATION OF RUSSIAN TRADE

Abstract: the state of the current Russian legislation in the field of trade activity is assessed, its main shortcomings are characterized, and the opinions of specialists on their elimination are analyzed

Keywords: federal law, sectoral acts, codification of legal norms.

Одним из наиболее результативных косвенных методов воздействия властных структур на экономические процессы выступают юридические нормы, формирующие правовую среду их протекания. Законы и подзаконные акты регламентируют осуществление предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов посредством установления для них обязательных правил поведения. Таким способом государство нивелирует стихийный характер рыночного хозяйствования, противостоит объективной тенденции к его монополизации, поддерживает конкурентное противостояние контрагентов и тем самым способствует эффективному функционированию экономической сферы.

Всё изложенное в полной мере относится к российским торговым предприятиям, деятельность которых определяется общим хозяйственным правом для субъектов экономики России. Гражданским кодексом РФ они позиционируются как разновидность коммерческих организаций для

извлечения прибыли [1] при осуществлении товарного обмена продукции. Имеются и специальные регламентирующие правовые нормы для данного вида хозяйствования.

После стихийных 90-х годов государство в первую очередь взяло под правовой контроль внешнюю торговлю, приняв ФЗ РФ от 8.12.2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности в Российской Федерации». Область внутренней торговли объектом регулирования со стороны властей стала позднее, когда шесть лет спустя появился ФЗ РФ от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Оба закона одновременно регламентируют: а) требования к осуществлению торговой деятельности как таковой; б) правила регулирования её государством.

Следует обратить внимание на тот факт, что данные акты не являются по своему назначению отраслевыми правовыми нормами, а представляют собой специальные федеральные законы. Часто юристы и специалисты в области коммерции закон № 381-ФЗ профессионально для краткости называют законом о торговле. Подобная формулировка неверна, поскольку тогда бы правовая норма носила соответствующее название («О торговле в Российской Федерации») и широко применялась на практике.

Между тем, в законодательной системе федеральные и отраслевые правовые нормы имеют разное назначение. Первые являются базовыми нормами, фиксируют общую регламентацию наиболее значимых социальных явлений и процессов, действуют повсеместно на территории государства, обладают высшей юридической силой [3, с. 111]; при этом в нашем случае считаются специальными, поскольку регулируют достаточно узкую область отношений [2].

Вторые правовые положения чётко ограничиваются конкретной сферой деятельности, разрабатываются и принимаются меньшими по статусу органами государственной власти, имеют более конкретное содержание о разрешенных или запрещённых действиях в поведении субъектов, имеют ярко выраженный

прикладной характер и, соответственно, повседневное практическое применение.

Российское торговое законодательство сложилось как в публичном (гражданском), так и в частном (хозяйственном) видах права (рисунок 1). При этом отраслевое торговое законодательство, прежде всего, сформировалось в рамках гражданского права [4]. Оно основывается на положениях Основного закона страны и её кодифицированных законодательствах.

Внешняя торговля	***Внутренняя торговля***
ФЗ РФ от 8.12.2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности в Российской Федерации»	ФЗ РФ от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

- ФЗ РФ от 25.12.2008 «О противодействии коррупции» (ред. от 15.02.2016).
- ФЗ РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
- ФЗ РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 02.07.2013).
- Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монопольной деятельности на товарных рынках».

ГК РФ КоАП РФ ТК РФ УК РФ

Конституция РФ

Рисунок 1 – Основные правовые нормы российской торговли

В данной схеме получили отражение нормы федерального уровня, регламентирующие торговую деятельность как внешнюю, так и внутреннюю одновременно.

Перечень актов, опять-таки базовых, для внутренней торговли шире и представлен списком ниже. Законы в нём представлены по временному принципу снизу-вверх: ранее принятые акты в конце списка, позднее принятые – в его начале.

- ФЗ РФ от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств».
- ФЗ РФ от 22.06.2008 № 86-ФЗ «О лекарственных средствах».

- ФЗ РФ от 30.12.2006 № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» (ред. от 31.12.2014).
- ФЗ РФ от 13.03. 2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
- ФЗ РФ от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» (ред. от 03.07.2018).
- ФЗ РФ от 10.07.2001 № 87-ФЗ «Об ограничении курения табака».
- ФЗ РФ от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
- ФЗ РФ от 08.01.1998 г. № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» (ред. от 18.07.2009).
- ФЗ РФ от 13.12.1996 № 171-ФЗ «Об оружии».
- ФЗ РФ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции».

Представленная информация свидетельствует, что на настоящий момент времени правовая основа торгового оборота в российской экономике сформирована и функционирует. Достаточно широкая юридическая база соответствует саморегулируемой природе экономики рыночного типа, когда государство при своём регулирующем воздействии на неё должно рассчитывать в большей степени на использовании именно косвенных способов влияния, а не прямых методов. При этом регламентируются наиболее значимые и проблемные моменты в осуществлении торговой деятельности. Происходит непрерывная актуализация торгового законодательства в соответствии с возникающими трудностями в сфере торговли.

В то же время имеют место определённые недостатки правовой основы коммерческой деятельности в России. Основным минусом является факт применения общих по статусу федеральных законов в качестве прикладных отраслевых норм. Базовые акты не в состоянии отразить полностью даже главные нюансы товарного обмена и конфликтов участников процесса.

Поэтому для детализации и прикладного применения эти законы требуют принятия множества подзаконных нормативных актов – инструкций, постановлений, приказов и др. Именно подзаконное правотворчество характеризуется гибкостью и оперативностью, но одновременно множественностью и относительной закрытостью [3, с. 109]. В итоге законодательная основа товарного обращения приобретает гипертрофированный вид.

Идеальная модель применения права при регулировании торговой деятельности выглядит следующим образом. Законодательные государственные органы занимаются разработкой и принятием необходимых правовых норм. Исполнительные государственные структуры федерального уровня реализуют данные нормы и контролируют их выполнение коммерсантами. Исполнительные государственные структуры регионального уровня и органы местного самоуправления осуществляют то же самое. В действительности процессом нормотворчества занимаются все уровни власти для того, чтобы регламентировать не отраженные в федеральных законах отношения. В результате, правовая база самой торговой деятельности и её государственного регулирования становится неоправданно большой и не может результативно использоваться. В ней содержатся многочисленные несовпадения и противоречия.

Сложилась ситуация давно, неоднократно освещалась в специальной литературе, большинство предложений по её устранению сводилось к необходимости организации юридических норм в систему. Мировой опыт свидетельствует, что в большинстве индустриально развитых стран действуют торговые кодексы. По аналогии подобный законодательный акт необходим и для российской экономики.

В данном моменте мнения профессионалов расходятся. Одни полагают, что кодификация, предполагающая одновременное качественное изменение взаимосвязанных между собой торговых норм права, просто необходима для преодоления вышеуказанного недостатка. Другие считают, что согласование

формулировок статей во всех источниках уже кодифицированного гражданского права, слишком трудозатратна, невозможна по объёму и, в принципе, необязательна. Торговля полноценно регулируется хозяйственным правом, как и любая другая предпринимательская деятельность.

Но для систематизации действующих норм российского торгового законодательства совсем необязательно идти по пути кодификации. Имеются иные варианты – *консолидация* как объединение нескольких нормативно-правовых актов в один документ и *инкорпорация*, при котором нормативно-правовые акты подвергаются только внешней обработке (или вообще не подвергаются ей) и размещаются в определённом порядке – алфавитном, хронологическом, систематическом (предметном) в единых сборниках и изданиях. Конечно, в данных вариантах уровень системности информации окажется значительно ниже, чем в процессе принятии кодекса. Однако при условии одновременного устранения двусмысленных и противоречивых юридических дефиниций можно достичь определённого прогресса. Таким образом, определённые изменения правовых норм при осуществлении инкорпорации не просто приветствуются, а предполагаются в обязательном порядке. Явные несоответствия правовых положений между собой должны быть устранены.

Этот факт позволяет не только усовершенствовать торговлю России, но и устранять недостатки её регулирования со стороны государственных и муниципальных органов. Их действия могут быть адекватно оценены с точки зрения содержания полномочий различных ветвей власти и легитимности.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. - Ч. 1. Ст. 50 / СПС Консультант Плюс.

2. Захаренко, Д. С. Современная классификация законов РФ на примере гражданского законодательства [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-klassifikatsiya-zakonov-rf-na-primere-grazhdanskogo-zakonodatelstva/viewer (дата обращения: 01.10.2024).

3. Колотов, А. Ф. Теория государства и права в вопросах и ответах: учебное пособие. Издание второе, исправленное и доработанное /

А. Ф. Колотов, О. С. Вырлеева-Балаева, В. Н. Симонов, И. В. Скуратов, Ю. В. Ярыгина. – Оренбург : ООО ИПК «Университет», 2013. – 233 с.

4. Казаков и партнёры. Адвокатское бюро [Электронный ресурс]. – URL: https://abkazakov.ru/comments/gosudarstvennoe-regulirovanie-torgovoj-deyatelnosti-v-rossii/ (дата обращения: 01.10.2024).

Захарова Светлана Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Саратовского государственного технического университета
имени Гагарина Ю. А.,
г. Саратов

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ И АФРИКИ

Аннотация: представленная статья содержит анализ показателей экспорта и импорта регионов Африки за 2020–2023 гг. Автором отмечена позиция стран африканского континента во внешней торговле России за последние 2 года. Отмечены приоритеты внешнеторгового сотрудничества российской стороны с государствами Африки.

Ключевые слова: экспорт, импорт, торговое сотрудничество, приоритет торговой специализации, структура внешней торговли.

PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE BETWEEN RUSSIA AND AFRICA

Abstract: the presented article contains an analysis of the export and import indicators of African regions for 2020–2023. The author notes the position of the countries of the African continent in Russia’s foreign trade over the past 2 years. The priorities of the Russian side’s foreign trade cooperation with African states were noted.

Keywords: export, import, trade cooperation, priority of trade specialization, structure of foreign trade.

В современных условиях, направленных на постоянное торговое ограничение со стороны бывших «традиционных» внешнеторговых партнёров России, наша страна в последние годы взяла курс на переориентацию в сторону Азии, стран Латинской Америки, а также Африки. При этом последний регион представляет достаточно широкий интерес.

Сегодня многие российские товары, в том числе ключевые позиции российского экспорта, поступают в Африку из других юрисдикций, например, ОАЭ. Российские производители внесли заметный вклад в то, что в 2023 году ОАЭ по торговле с Африкой вышли на третье место в мире после Китая и Индии, обойдя США.

Для отражения потенциала сотрудничества между Россией и странами африканского континента приведём некоторые макроэкономические характеристика.

Традиционно Африка включает в себя 5 регионов, которые имеют свои собственные уникальные и конкурентоспособные преимущества. Речь идёт о Южной, Северной, Западной, Восточной и Центральной Африке [1, с. 9].

Согласно экспертным оценкам, Африка владеет 30 % минеральных ресурсов мира, 7 % мировых запасов природного газа и 8 % мировых запасов нефти. По некоторым позициям её доля превышает 30 % мировых ресурсов: до 35 % по хрому, более 40 % по бокситам, 50 % по кобальту и марганцу и 90 % по металлам платиновой группы. Континент также обладает около 17 % лесов мира [4].

Африканский экспорт разнообразен и соответствует природным богатствам континента. Список наиболее характерных для экспорта товаров по странам выглядит следующим образом: Ботсвана – алмазы; Гана – какао-бобы; Гвинея – бокситы; Замбия – медные руды; Либерия – железные руды; Ливия – нефть; Нигер – уран; Сенегал – арахис; Судан – хлопок; Уганда – кофе [4].

Таким образом, деление Африки на регионы позволяет учитывать уникальные характеристики каждого региона при разработке экономических политик и стратегий развития.

Так как торговые взаимоотношения являются наиболее вероятными и эффективными, отразим показатели экспорта, импорта регионов Африки.

Таблица 1

Показатели экспорта и импорта регионов Африки, млн долл США
по данным ЮНКТАД [2]

Регион	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Мир: экспорт, млн долл. США	17652972	22319100	24917562	23783589
Мир: импорт, млн долл. США	17879763	22594232	25699974	24234678
Африка: экспорт, млн долл. США	396831	563703	658360	598317
Африка: импорт, млн долл. США	489696	614995	748852	691045
Северная Африка: экспорт, млн долл. США	103083	170923	219083	193329
Северная Африка: импорт, млн долл. США	180976	219794	273729	242483
Центральная Африка: экспорт, млн долл. США	56892	84204	100816	81878
Центральная Африка: импорт, млн долл. США	30966	35581	51052	52745
Восточная Африка: экспорт, млн долл. США	46362	56653	65128	66334
Восточная Африка: импорт, млн долл. США	83179	103180	124177	118138
Западная Африка: экспорт, млн долл. США	93934	113510	133361	132011
Западная Африка: импорт, млн долл. США	95975	123758	143974	129753
Южная Африка: экспорт, млн долл. США	96560	138412	139971	124765
Южная Африка: импорт, млн долл. США	98601	132713	155919	147926

Исходя из представленных в таблице 1 данных, очевидно, что по итогам 2023 года произошло сокращение показателей как в экспортном направлении (минус 9,1 % по сравнению с 2022 г.), так и импорта (минус 7,7 %). Также стоит отметить, что по итогам 2023 года ни один регион Африки не приблизился к параметру в 35 % (степень открытости экономики по методологии Всемирного Банка, соотношение экспорта к ВВП), наиболее близко находилась Центральная Африка, 30,4 %, далее Южная - 29,9 %, Северная - 22,9 %, Западная – 19,3 % и Восточная – 11,9 %.

Рассматривая торговые взаимоотношения России и стран Африки, отметим следующее.

Из-за отсутствия в открытом доступе статистических данных о торговле России достоверно оценить динамику и структуру торговли с Африкой с 2022 года является достаточно проблематично. Однако, согласно официальной российской информации (сайт ФТС), товарооборот с Африкой в стоимостном выражении удалось увеличить с 17,7 млрд долларов в 2021 году до рекордных 24,6 млрд долларов в 2023 году (предыдущий максимум в 20,4 млрд долларов был достигнут в 2018 году), что отражено в таблице 2.

Таблица 2

Внешняя торговля России с Африкой, млрд долл США
(по данным ФТС России), [3]

Показатель	**Экспорт**	**Импорт**	**Внешнеторговый оборот**	**Торговое сальдо**
2022г.	14,8	3,1	17,9	11,7
2023г.	21,2	3,4	24,6	17,8

Стремительное увеличение товарооборота с Африкой было зафиксировано в период 2009–2018 годов, когда объём торговли вырос более чем в 2 раза. Затем на смену быстрому росту пришла стагнация, вызванная исчерпанием рыночных ниш с низким порогом входа, а также сокращением закупок российского вооружения странами Африки в связи с завершением кампаний перевооружения.

Доля стран африканского континента в российском экспорте в 2023 году достигла 5 %, в импорте же составляет только 1 %.

Несмотря на востребованность на континенте российских энергоносителей, отличительной чертой российского экспорта в Африку по-прежнему остаётся превалирование несырьевого неэнергетического экспорта. Страны континента заинтересованы в поставках российской продукции АПК – прежде всего, злаков, но также мясной и молочной продукции, кондитерских изделий, рыбы; машиностроения, металлургической, химической, фармацевтической и лесобумажной промышленности.

Российским экспортёрам удалось сохранить за собой большинство стратегических рыночных ниш в странах Африки, а в отдельных случаях и укрепиться в них. Российско-африканская торговля пришла к относительно стабильному состоянию, её качественный и количественный рост зависит теперь от решения проблем с расчётами и от готовности российских экспортёров инвестировать в закрепление рыночных ниш за собой – за счёт проектов по частичной локализации, хранению, розничному сбыту продукции, сегмента сопутствующих услуг.

Идёт активный поиск решений для преодоления двух ключевых препятствий в развитии российско-африканской торговли в сферах: логистики и расчётов. Так, транспортная группа Fesco совместно с российскими министерствами прорабатывает возможность создания транспортно-логистического хаба в Африке. В части расчётов поступают предложения об использовании криптовалют, использовании цифровых финансовых активов (ЦФА) при взаимных расчётах во внешнеторговых сделках, но полномасштабное использование ЦФА во внешнеэкономических операциях требует выработки новых механизмов регулирования.

Перспективным направлением сотрудничества остаются инвестиции в инфраструктуру сбыта и переработки экспортируемых российскими предприятиями товаров (зерна и нефти). Расширение российских экспортных поставок возможно на рынках труб и строительства трубопроводов, компонентов для ЛЭП, сельскохозяйственного оборудования.

Масштаб превышения российского экспорта над импортом накладывает на отношения со странами Африки определённые ограничения.

По ряду направлений пользу от расширения импорта из африканских стран могут получить стратегические отрасли российской экономики.

Тем более что большая часть импорта из Африки не составляет конкуренции с российскими товарами (исключения: картофель, томаты, лук, вина), а по ряду товарных позиций (какао-бобы, марганцевые руды, ряд

редкоземельных металлов) континент остаётся ключевым, критически значимым для снабжения российской экономики направлением.

Таким образом, основным драйвером российско-африканского экономического сотрудничества стала торговля: с одной стороны, поиск новых рынков сбыта для российских экспортёров, а с другой - обеспечение российского рынка критически значимыми товарами африканского происхождения, которые раньше попадали в Россию через европейских трейдеров и посредников.

Россия традиционно экспортирует в Африку такие товары, как пшеница, нефтепродукты, товары химической промышленности, машины и оборудование.

В 2024 году в число пяти крупнейших стран-потребителей продукции российского агропромышленного комплекса (АПК) вошли: Египет – 47,4 %, Алжир – 14,9 %, Ливия – 10,5 %, Судан – 9,0 %, Кения – 3,9 %.

Среди африканских стран, активно поставляющих продукцию АПК в Россию в стоимостном выражении, выделяются: Египет – 37,2 %, ЮАР – 21 %, Кот-д'Ивуар – 11,5 %, Марокко – 10,3 %, Кения – 6,6 % [3].

Эти данные демонстрируют вновь возрастающее значение Африки как ключевого партнёра России в области сельскохозяйственной торговли, а также укрепление двусторонних торговых связей.

Среди актуальных вопросов, требующих внимания, также остаётся определение перечня тех товарных категорий, импорт которых из Африки в Россию был бы взаимовыгоден, в связи с чем, необходимо определить список товаров, условия импорта которых в Россию подлежат либерализации в кратко- и среднесрочной перспективе.

Список литературы:

1. Морозенская, Е. В. Экономика Африки в эпоху глобальной технологической революции. Сборник статей. – Москва. – 2019. – 201 с.

2. Официальный сайт ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – URL: https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.TradeMerchTotal (дата обращения: 01.10.2024).

3. Официальный сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]. – URL: https://customs.gov.ru/statistic/vneshn-torg/vneshn-torg-countries (дата обращения: 06.10.2024).
4. Экспортные ресурсы в Африке [Электронный ресурс]. – URL: https://helloafrica.ru/eksportnye-resursy-afriki-v-mirovoj-ekonomike/ (дата обращения: 05.10.2024).

Пономарев Александр Анатольевич
кандидат экономических наук,
коммерческий директор ООО «Терра-Сервис»,
г. Пермь

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Аннотация: последние годы характеризуются интенсивными процессами цифровизации системы государственных закупок. Изменения, обусловленные внешними факторами, такими как пандемия, санкции, трансформации региональных рынков и уход зарубежных компаний, способствовали совершенствованию технологических решений, повышению качества внутренних процессов, необходимых для участия в закупках поставщиков и заказчиков. На сегодняшний день система цифровых закупок практически полностью автоматизирована, что существенно снижает коррупционные, ценовые и структурные риски основных участников.

Ключевые слова: государственные закупки, информационная система, цифровые технологии, технологические преимущества, направления цифровизации.

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE PUBLIC PROCUREMENT SYSTEM IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

Abstract: recent years have been characterized by intensive processes of digitalization of the public procurement system. Changes caused by external factors, such as the pandemic, sanctions, transformations of regional markets and the departure of foreign companies, contributed to the improvement of technological solutions, improving the quality of internal processes necessary for participation in procurement of suppliers and customers. Today, the digital procurement system is almost completely automated, which significantly reduces corruption, price and structural risks of the main participants.

Keywords: public procurement, information system, digital technologies, technological advantages, directions of digitalization.

Государственные закупки являются эффективным инструментом

экономического развития страны и региональной бизнес-среды. Во многом широкие возможности закупочной системы обеспечиваются техническим прогрессом и успешно реализуемыми цифровыми решениями, благодаря которым стало возможным объединение поставщиков и заказчиков со всех субъектов страны в рамках единой информационной среды.

До начала специальной военной операции рынок государственных закупок показывал стабильные темпы роста. При ограниченности ёмкости рынка развитие происходило за счёт числа новых участников, которые не только стали признавать преимущества электронной системы размещения заказов и заключения контрактов, но также стали доверять процедурам и результатам электронной среды.

Ускорению темпов цифровизации способствовали макроэкономические и геополитические факторы. В первую очередь, необходимо отметить уход с российского рынка значительного количества компаний различной специализации, что не только освободило рыночные ниши для материального производства и сферы услуг, но и потребовало создания новых механизмов и инструментов для расширения субъектного состава участников закупок. Импортозамещение и параллельный импорт оказывают значительное влияние на развитие системы государственных закупок, проводится последовательная и системная работа по замене товарного ассортимента, происходит обновление и замена каталогов, приходят новые поставщики, которые заинтересованы в контрактах из различных регионов страны.

Актуальность приобрели сервисные возможности в электронной среде, а именно, простота документооборота, высокая скорость, адаптация цены, использование инструментов аналитики. Аналитические возможности имеют большое значение в равной степени для двух сторон закупки. Поставщики могут проводить оценку и анализ заказов, сопоставимых по уровню сложности, срокам, техническому заданию и иным критериям. Заказчики имеют возможность оценивать товарный ассортимент, который пришёл на замену категорий продукции, попавших под санкции, оперативно оценивать

репутацию и возможности новых контрагентов. Оценка преимуществ использования цифровой среды государственных закупок показала наличие пяти ключевых возможностей (рисунок 1).

Рисунок 1 – Преимущества работы с цифровой информационной средой системы государственных закупок (составлено по данным [1, 2])

Наиболее актуальными возможностями системы является прозрачность и снижение рисков коррупции, а также влияние на цену контракта. Наибольшие вопросы применения в практике закупочной деятельности возникают при проведении процедур в соответствии с 223-ФЗ, который содержит ряд ограничений для сторон закупки.

Также есть некоторые отличия оценки преимуществ системы закупки для заказчиков в зависимости от регулирования закупочной деятельности по 223-ФЗ (рисунок 2).

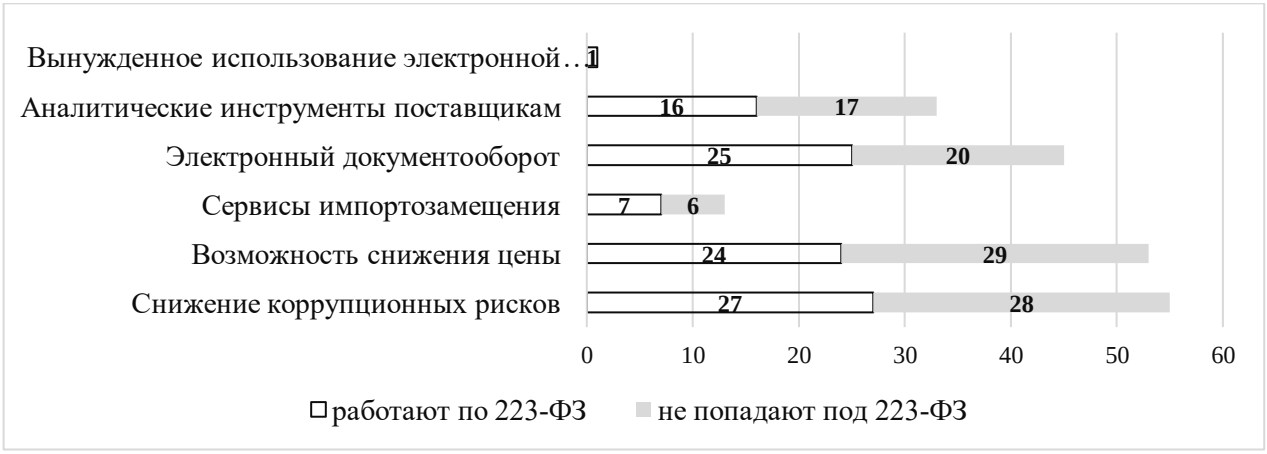


Рисунок 2 – Преимущества работы с цифровой информационной средой системы государственных закупок для компаний, попадающих и не попадающих под действие 223-ФЗ (составлено по данным [1, 2, 3])

Снижение цены контракта в большей степени актуально для компаний, не

попадающих под действие 223-ФЗ, тогда как для второй категории наибольший процент набрала позиция снижения коррупционного риска.

Сдерживают развитие электронного рынка закупок ряд факторов (рисунок 3).

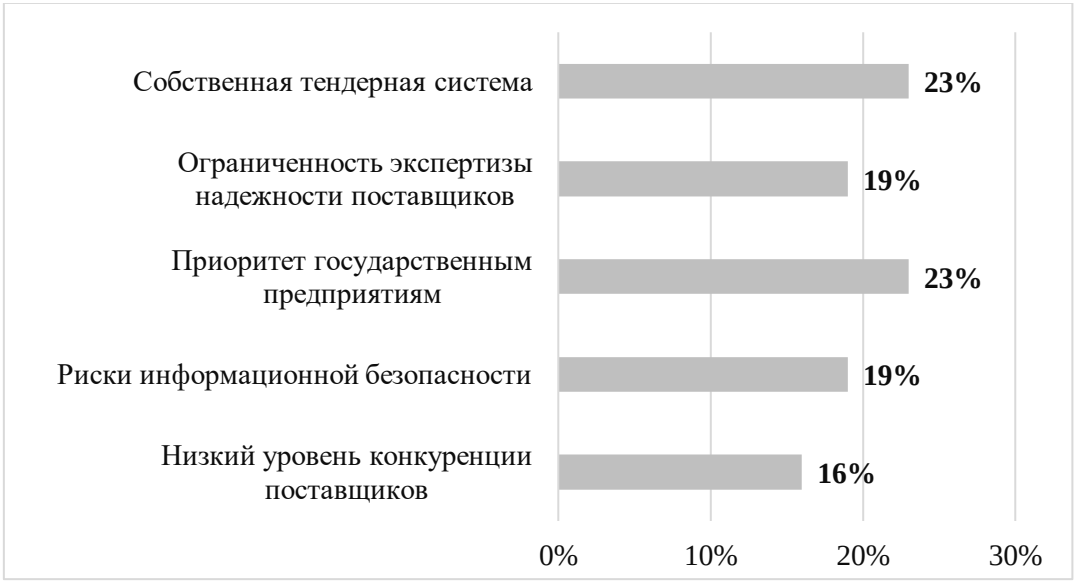


Рисунок 3 – Факторы, сдерживающие рост рынка государственных закупок в электронной цифровой среде (составлено по данным [1, 2])

Многие участники закупок не хотят нести дополнительные расходы на участие в тендерах в соответствии с электронными процедурами, включая оплату тарифов.

Таким образом, можно выделить следующие актуальные направления развития системы государственных закупок в цифровой среде:

- развитие сервисов, повышающих объективность, прозрачность, полноту информации о проводимых закупках для потенциальных участников;

- прозрачность ключевых процедур и возможность получения дополнительной информации;

- повышение доступности участия в закупочных процедурах;

- оптимизация интеграции информационной системы закупок с системой казначейства, внутренними системами контрагентов;

- внедрение цифрового элемента экспертного сопровождения закупочной деятельности.

Список литературы:

1. Митрофанов, П. Рынок электронных закупок: оттолкнуться от санкций / П. Митрофанов, А. Клаз [Электронный ресурс]. – URL: https://raexpert.ru/researches/etpb/etp_market_2022/ (дата обращения: 15.10.2024).

2. Митрофанов, П. Рынок электронных закупок – 2023: цифровизация, ориентация на МСБ и импортозамещение / П. Митрофанов, А. Клаз [Электронный ресурс]. – URL: https://raexpert.ru/researches/etpb/etp_market_2023/?ysclid=m2vyko4qv3276176314 (дата обращения: 15.10.2024).

3. Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (последняя редакция).

Панасенко Светлана Викторовна
доктор экономических наук, профессор
РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Москва

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: в статье отмечено, что цифровизация обусловливает актуальность проведения исследований развития различных отраслей российской экономики, в том числе быстро развивающихся креативных индустрий. По результатам проведения исследования выделены направления развития креативных индустрий в процессе цифровизации: развитие инфраструктурного, кадрового, финансового обеспечения (в виде развития центров общего пользования, аналитических, проектных и иных офисов, развития образовательных площадок, школ и центров, усиление коммуникаций между разными стейкхолдерами, усиление симбиоза креативного бизнеса и цифровых платформ (в том числе малого и среднего предпринимательства), развития креативных производств с учётом внедрения в них инновационных цифровых технологий, развития экспорта креативных продуктов, особенно локальных брендов, кино, анимации, музыки и других креативных идей.

Ключевые слова: креативные, индустрии, цифровая, экономика, развитие, регионов

CREATIVE INDUSTRIES IN THE DIGITAL ECONOMY

Abstract: the article notes that digitalization determines the relevance of conducting research on the development of various sectors of the Russian economy, including rapidly developing creative industries. According to the results of the study, the directions of development of creative industries in the process of digitalization are highlighted: the development of infrastructure, personnel, financial support (in the

form of the development of public use centers, analytical, design and other offices, the development of educational sites, schools and centers, strengthening communications between different stakeholders, strengthening the symbiosis of creative business and digital platforms (including small and medium-sized enterprises), the development of creative industries, taking into account the introduction of innovative digital technologies in them, the development of exports of creative products, especially local brands, cinema, animation, music and other creative ideas.

Keywords: creative, industries, digital, economy, development, regions.

Усиление процессов цифровизации обусловливает актуальность проведения исследований развития различных отраслей российской экономики, в том числе быстро развивающихся креативных индустрий. Специфика их развития состоит в том, что их результатов являются интеллектуальные продукты и услуги. Данные индустрии имеют огромный потенциал развития в эпоху знаний и интеллекта. Именно они становятся в фарватере развития российской экономики в условиях импортозамещения и развития отечественного предпринимательства.

Обзор литературы показал, что многие авторы фокусируют своё исследовательское внимание на этой тематике. Так, в научной электронной библиотеке Елайбрери с 2019 по 2024 год опубликовано более 130 публикаций.

Так, О. Ю. Ангелова, Т. О. Подольская, О. Р. Чепьюк анализируют цифровую креативную индустрию на пути к экономике «эмоций» [3], Г. И. Гумерова и Э. Ш. Шаймиева исследуют креативные индустрии через создание цифровых платформ [5], Н. О. Курдюкова в своих исследованиях делает акцент на цифровых экосистемах как почве роста креативных индустрий в современной экономике [10], А. А. Жиляева представляет интересные результаты исследования искусственного интеллекта в креативных индустриях [6], А. С. Карканица изучает методические особенности оценки уровня цифровой зрелости креативных индустрий [8] и т. д.

Некоторые авторы фокусируют свой исследовательский интерес только на отдельных аспектах цифрового развития креативных индустрий [2, 12-18, 21]. Например, Нехороших Н. А. изучает новые подходы к подготовке кадров

для креативных индустрий в условиях цифровой экономики [11], Син Я. Анализирует роль и значение социальных сетей в креативных индустриях в процессе цифровизации [20], М. А. Чирков, М. А. Шумилина, К. А. Нефедова, М. С. Чистяков концентрируют свой исследовательский интерес на продуктах деятельности креативных индустрий под влиянием цифровых технологий [24].

Весьма интересен опыт развития креативных индустрий не только в России, но и за рубежом. Например, публикации Гомбоевой Я. З., рассматривающей особенности креативных индустрий Китая [4], Абикеевой Г., рассматривающей отдельные отрасли креативных индустрий Казахстана [1], Зверевой А. А., изучающей креативные индустрии в крупнейших городах Японии [7] и т. д.

Анализ публикаций как отечественных, так и зарубежных авторов показывает, что креативные индустрии можно рассматривать как императив экономического роста, реализующийся через интеллектуальные кросс-инновации и способствующие устойчивому развитию в сложных условиях экономических санкций и импортозамещения, интенсивного внедрения цифровых технологий.

К креативным индустриям относятся сферы моды, дизайна, рекламы, туризма, культуры, шоу и развлечений, изобразительного и фото искусства, арт-индустрии, ювелирного дела, печатных медиа, кино, музыки, звукозаписи, телевидения, литературы и издательских услуг, архитектуры, компьютерных и видео игр, творческого образования, информационных технологий, разработки программного обеспечения и многие другие формы и форматы творчески окрашенной или интеллектуально насыщенной деятельности.

Данные о вкладе креативных индустрий в ВВП стран и занятость в странах несколько расходятся, но однозначно определяют лидеров. Например, как указывает Сысо А. А., вклад креативных индустрий в ВВП в США оставляет 4,2 %, Великобритании – 5,5 %, Германии – 3,1 %, Италии – 3,8 %, Россия – 2,4 % [22].

В нашей стране развитию креативных индустрий уделяется всё более возрастающее внимание. В 2021 г. была принята Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, которую Правительство РФ рекомендует учитывать при разработке региональных стратегий социально-экономического развития [9].

В целом, сейчас в нашей стране действуют около 20 законов и других нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность креативных индустрий, в том числе кинопроизводство, информационные технологии, архитектуру [19]. Правоприменение в сфере креативных индустрий по видам деятельности распределено между более чем 10 органами исполнительной власти. Кроме того, совсем недавно 8 августа 2024 года принят ФЗ № 330 «О развитии креативных (творческих) индустрий в РФ». Появляется много актуальных исследований различных ассоциированных форм креативных индустрий, например, Федерации креативных индустрий в России [23].

Проведённое нами исследование показывает, что развитие креативных индустрий в России в условиях цифровизации будет идти по следующим направлениям:

1) будет развиваться инфраструктурное обеспечение креативных индустрий (интенсивно развиваться центры общего пользования, аналитические, проектные и иные офисы);

2) будет совершенствоваться кадровое обеспечение креативных индустрий (посредством развития образовательных площадок, школ и центров);

3) новый импульс своего развития получит многоканальное финансирование развития деятельности креативных индустрий (через усиление коммуникаций между разными стейкхолдерами: органами власти, бизнеса и представители общества);

4) много внимания будет уделяться статистическому обеспечению креативных индустрий (так как это имеет особое значение для создания

соответствующего прочного фундамента для анализа динамики и актуального состояния креативных индустрий в целом по стране и в разрезе по конкретным российским регионам);

5) будет усиливаться симбиоз креативного бизнеса и цифровых платформ (в том числе малого и среднего предпринимательства);

6) будут развиваться локальные (региональные) креативные производства с учётом внедрения в них цифровых технологий обработки данных (будет всё больше появляться новинок в сфере моды, предметного дизайна, украшений, новинок кино, видео и фотографий и т. д.);

7) получает своё развитие различные инструменты продвижения результатов деятельности креативных индустрий (в том числе через социальные сети и другие каналы);

8) будет развиваться экспорт креативных продуктов и особенно быстро будет развиваться международное продвижение локальных брендов, кино, анимации, музыки и других креативных идей.

В результате движения по указанным направлениям или векторам развития креативных индустрий будет усиливаться масштабирование передовых практик, влияющих на внедрение инноваций в этой сфере на основе производства интеллектуально емких продуктов и услуг. Всё это вместе взятое позволит значительно повышать конкурентоспособность отечественного креативного предпринимательства.

Список литературы:

1. Абикеева, Г. Кино как ведущая креативная индустрия Казахстана / Г. Абикеева // Central Asian Journal of Art Studies. – 2022. – Vol. 7, № 1. – С. 54-56. – DOI 10.47940/cajas.v7i1.545. – EDN NRRKAF.

2. Шушарин, В. Ф. Актуальные проблемы экономического развития России : Коллективная монография / В. Ф. Шушарин, Э. В. Воронина, Е. В. Гордеева [и др.]. – Пермь : Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2022. – 124 с. – EDN ESMVLD.

3. Ангелова, О. Ю. Цифровая креативная индустрия: на пути к экономике «эмоций» / О. Ю. Ангелова, Т. О. Подольская, О. Р. Чепьюк // Вестник

Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2019. – № 2(54). – С. 38-43. – EDN KQJXIB.

4. Гомбоева, Я. З. Креативные индустрии Китая / Я. З. Гомбоева // Гуманитарный вектор. – 2024. – Т. 19, № 1. – С. 63-72. – DOI 10.21209/1996-7853-2024-19-1-63-72. – EDN WUGJRT.

5. Гумерова, Г. И. Креативные индустрии как площадки управления объектами интеллектуальной собственности в цифровой экономике: учебно-методический подход цифровых платформ / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева // Самоуправление. – 2022. – № 5(133). – С. 329-332. – EDN IUPIIB.

6. Жиляева, А. А. Искусственный интеллект в креативной индустрии / А. А. Жиляева // Культурные индустрии в пространстве открытого города: Материалы VIII Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных. – Екатеринбург : Муниципальное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Екатеринбургская академия современного искусства» (институт), 2022. – С. 62-65. – EDN RQYABF.

7. Зверева, А. А. Креативные индустрии в крупнейших городах Японии / А. А. Зверева, И. С. Тихоцкая // Вестник Московского университета. Серия 5: География. – 2023. – Т. 78, № 4. – С. 75-86. – DOI 10.55959/10.55959/msu0579-9414.5.78.4.7. – EDN IZUNPA.

8. Карканица, А. С. Методика оценки уровня цифровой зрелости креативных индустрий в России / А. С. Карканица // Цифровая экономика и финансы: Материалы VII Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург : Центр научно-производственных технологий «Астерион», 2024. – С. 556-560. – EDN WUCUYK.

9. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года [Электронный ресурс]. – URL: http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf (дата обращения: 22.07.2024).

10. Курдюкова, Н. О. Креативно-цифровая экосистема как почва роста креативных индустрий в современной экономике / Н. О. Курдюкова // Самоуправление. – 2023. – № 2(135). – С. 741-745. – EDN PVRKVT.

11. Нехороших, Н. А. Новые подходы к подготовке кадров для креативных индустрий в условиях цифровой экономики / Н. А. Нехороших // Развитие креативности личности в современном цифровом мультикультурном пространстве: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Елец, 14 апреля 2022 года. – Елец : Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, 2022. – С. 212-215. – EDN JMYEXC.

12. Панасенко, Н. А. Развитие Интернет-торговли на основе искусственного интеллекта / Н. А. Панасенко // Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка: Материалы XI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов и

учащихся, Пермь, 05–14 декабря 2022 года. – Т. 1. - Пермь : Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. – С. 403-410. – EDN DDTMFC.

13. Панасенко, Н. А. Роль и значение дизайна упаковки продукции / Н. А. Панасенко // Торговля будущего: вызовы времени, концепции, стратегии и модели развития: Материалы Международной конференции – круглого стола к 115-й годовщине РЭУ им. Г. В. Плеханова, Москва, 18 февраля 2022 года / Под общей редакцией А. Н. Столяровой, С. В. Панасенко. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2022. – С. 107-110. – EDN KGFTSM.

14. Панасенко, Н. А. Роль и значение создания цифровых двойников бизнеса в метавселенных / Н. А. Панасенко // Университетская наука – региону: Сборник материалов XI (68) ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых учёных Северо-Кавказского федерального университета, Ставрополь, 01 апреля 2024 года. – Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2024. – С. 179-181. – EDN GZGBDY.

15. Панасенко, С. В. Креативные индустрии как драйвер инновационного развития в условиях цифровой трансформации / С. В. Панасенко // Менеджмент и маркетинг в условиях цифровой экономики: Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 23 мая 2024 года. – Москва : Московский международный университет, 2024. – С. 142-150. – EDN HQFZUJ.

16. Панасенко, С. В. Направления маркетинговых исследований в метавселенных (на примере креативных индустрий) / С. В. Панасенко // Маркетинг в новой реальности: монография. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2024. – С. 506-514. – EDN DHKOMY.

17. Панасенко, С. В. Технологии эффективного обучения в высшей школе для подготовки специалистов креативных индустрий с использованием возможностей метавселенных / С. В. Панасенко // Теория, методология и технологии современного гуманитарного магистерского образования: Сборник научных трудов III Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 27 апреля 2024 года. – Москва : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2024. – С. 21-25. – EDN QCWQTW.

18. Панасенко, С. В. Управление экономической деятельностью в метавселенных / С. В. Панасенко // Университетская наука – региону: Сборник материалов XI (68) ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых учёных Северо-Кавказского федерального университета, Ставрополь, 01 апреля 2024 года. – Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2024. – С. 181-183. – EDN GZSSBH.

19. Приказ Росстата от 21.12.2023 № 674 «Об утверждении Официальной статистической методологии расчёта показателей «Валовая добавленная

стоимость креативной экономики» и «Доля валовой добавленной стоимости креативной экономики в валовом внутреннем продукте Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_466869/ (дата обращения: 24.08.2024).

20. Син, Я. Креативные индустрии цифровой экономики: новые тенденции в social commerce / Я. Син, И. Лю // Креативные индустрии как фактор устойчивого развития региона: Сборник научных трудов / Под научной редакцией Н. Б. Грошевой, Н. В. Деренко. – Иркутск : Репроцентр+, 2022. – С. 102-112. – EDN CZLYGT.

21. Современное состояние, проблемы и пути решения региональной розничной торговли на примере Пермского края / В. Г. Бурмистров, Т. А. Мазунина, Р. В. Шхагошев, М. К. Бежанов // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19, № 3. – С. 789-800. - DOI 10.18334/rp.19.3.38838. – EDN YTPQAD.

22. Сысо, А. А. Вклад креативных индустрий в экономику страны в различных государствах / А. А. Сысо. – Текст : непосредственный // Молодой учёный. – 2023. - № 11 (458). – С. 116-118. [Электронный ресурс]. – URL: https://moluch.ru/archive/458/100788/ (дата обращения: 24.08.2024).

23. Федерация креативных индустрий. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://www.creative-russia.ru/ (дата обращения: 24.08.2024).

24. Эмоции и впечатления как продукт эволюции креативных индустрий / М. А. Чирков, М. А. Шумилина, К. А. Нефедова, М. С. Чистяков // Философия хозяйства. – 2022. – № 3(141). – С. 148-159. – EDN IBNIKF.

Кумарбекова Зауреш
HR-директор АО «Имсталькон», г. Алматы, Казахстан

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ В КОМПАНИИ

Аннотация: в данной статье описано, как сделать первые шаги по организации внутренних коммуникаций в организации.

Ключевые слова: организация, внутренние коммуникации.

INTERNAL COMMUNICATIONS IN THE COMPANY

Abstract: this article describes how to take the first steps in organizing internal communications in an organization.

Keywords: organization, internal communications.

Внутренние коммуникации – это коммуникации общего характера, которые осуществляются между сотрудниками компании, включающие устные, визуальные, организационные, электронные и иные виды, направленные на повышение уровня лояльности сотрудников, закрепление ценностей организации в их сознании, информирование персонала о событиях, происходящих в компании.

Внутренняя коммуникация включает в себя все формы взаимодействия внутри организации, которые должны быть переданы таким образом, чтобы они были чётко поняты сотрудниками, ответственными за их реализацию. Исследователи предполагают, что внутренняя коммуникация варьируется от неформального чата и офисных сплетен до формального корпоративного общения со всеми сотрудниками высшего руководства. Исследователь П. Монтер определяет внутреннюю коммуникацию следующим образом: эффективная коммуникация означает сообщение людям заданий и поручений (сообщение по вертикали), консолидацию различных частей организации в одну команду (сообщение по горизонтали) и получение информации о том, насколько успешной была коммуникация (обратная связь снизу вверх) [5]. Когда коммуникация работает хорошо, людей поощряют говорить то, что они думают о полученной информации, поощряется их голос и мнение. Когда люди видят, что руководство реагирует на их обратную связь, процесс коммуникации становится надёжным. П. Монтер называет внутреннюю коммуникацию «корпоративным клеем», который помогает построить сильную команду, укрепить лояльность организации и побуждает людей работать немного усерднее, чтобы достичь целей. Дж. Ф. Энгель, М. Р. Варшав и Т. С. Киннер выделяют следующие принципы коммуникации – приверженность высшего руководства: высшее руководство разрабатывает принципы управления для менеджеров и поэтому должно быть твердо привержено открытому общению с сотрудниками; необходима коммуникационная стратегия: должен существовать стратегический план коммуникации, который пересматривается ежегодно; роль менеджеров как посредников для эффективной коммуникации в организации;

коммуникация в организации должна обсуждаться открытым и понятным образом через различные каналы коммуникации; регулярная оценка эффективности коммуникационного процесса важна для эффективности работы сотрудников и осведомленности о ключевых вопросах [6].

Это малоизученная тема, огромный поток информации в пространстве. Часть информации бесполезная или «вредная», нет анализа. В настоящее время происходит потеря контактов, так как удалённо находимся и многие «погружены» в смартфоны. К тому же сотрудники разных возрастов. Поэтому была выбрана эта тема.

Правильная стратегия во внутренних коммуникациях способствует развитию приверженности к компании и развитию корпоративной культуры. В некоторых компаниях есть специалисты по «внутрикому».

Почему актуально заниматься вопросами внутренних коммуникаций:

- это элемент формирования корпоративной культуры;
- помогает формировать бренд работодателя;
- информирует о жизни компании.

Приведу примеры форм внутренних коммуникаций, которые внедрены в нашей организации:

- различные опросы;
- общие собрания;
- обратная связь от руководителей;
- встречи с новичками;
- корпоративные мероприятия;
- корпоративный журнал;
- корпоративный портал «битрикс».

Планируем в 2025 году установить телевизоры на площадках (с новостным контентом и познавательные ролики про ТБ).

Проводим различные корпоративные мероприятия.

*Онлайн:

- конкурсы Мисс Имсталькон, Мистер Имсталькон, Новый Год, т. д.;

- книжный клуб;

- мастер-классы для кадровых сотрудников.

*Офлайн:

- благотворительность (Новый Год, 1 сентября);

- ежегодная встреча кадровых специалистов со всех регионов;

- хакатоны, бизнес игры, фасилитация т. п.;

- Новый Год, День Строителя;

- спортивные активности.

Язык коммуникации формируется путём создания кодекса корпоративной этики и опубликованием постов про этику общения.

Каждое мероприятие преследует цель улучшения взаимодействия между отделами. А также прозрачность на информационном поле зарождает доверие, и сотрудники не будут «вестись на слухи». Одна из проблем в крупных компаниях – распространение слухов. Когда появляются новости в «битриксе», например, что у нас есть вакансии, или назначили директором Ахметова А., или какой-то наш блок выиграл тендер, то все знают, что это информация достоверная «из первых рук».

Какие-то методы в компании уже устоялись, давно внедрены, мы просто их продолжаем, а некоторые процессы внедрены новые. Все методы анализируются, определяется их влияние на улучшение процессов внутренней коммуникации.

К примеру, сотрудников одного из офисов попросили сформировать команду от разных отделов и принять участие на хакатоне. В процессе хакатона отделы, которые, не общались и не были знакомы между собой, начали налаживать контакты. В повседневной работе это способствует эффективной работе и позитивному взаимодействию между коллегами.

Эта тема требует постоянного изучения, поэтому руководителям данных направлений нужно постоянно повышать квалификацию и заниматься самообразованием.

Список литературы:

1. Кумарбекова, З. К. HR по Казахстански. – Санкт-Петербург : издательство «Супериздательство», 2019.
2. Кумарбекова, З. К. Формируем HR бренд. – Петропавловск : Издательство «Северный Казахстан», 2024.
3. Осовицкая, Н. А. HR брендинг. – Издательство Питер трейд, 2015.
4. Долженко, Р. А. Построение системы внутренних коммуникаций в организации / Р. А. Долженко, С. А. Гаврилов. Мотивация и оплата труда. – 2017. - № 4. – С. 262–274.
5. Smith, L., Mounter, P. Effective Internal Communication. 2nd ed изд. Kogan Page, 2008. – 240 p.
6. Engel, J. F, Warsaw, M. R, Kinnear, T. C. Promotional Strategy. Boston: Irwin, 2004. – 640 p.
7. Welch, M. Appropriateness and acceptability: Employee perspectives of internal communication / Public Relations Review. – 2012. - № 38. – P. 246–254.

Барабанова Анастасия Викторовна
преподаватель высшей квалификационной категории
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ В НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ НА ЧАЙ

Аннотация: в статье анализируются требования государственных стандартов к органолептическим показателям чая. Проведены исследования образцов чая, определены проблемы с интерпретацией результатов, предложено решение этих проблем путём внесения изменений в нормативные документы.

Ключевые слова: чай, органолептические показатели качества, нормативные требования, изменения требований.

ON AMENDMENTS AND ADDITIONS TO THE REGULATORY DOCUMENTS FOR TEA

Abstract: the article analyzes the requirements of state standards for the organoleptic characteristics of tea. Tea samples have been studied, problems with the interpretation of the results have been identified, and a solution to these problems has been proposed by making changes to regulatory documents.

Keywords: tea, organoleptic quality indicators, regulatory requirements, changes in requirements.

Качество потребительских товаров является важной составляющей обеспечения безопасности страны, особенно в условиях импортозамещения товаров. Особенное внимание необходимо уделять не только производственным процессам, формирующим качество, процедуре оценки качества, но и нормативной документации, которая регламентирует требования к качеству товаров.

В настоящее время национальные стандарты на многие товары обновляются. Изменения затрагивают не только раздел с перечнем нормативной документации, но и характеристики, определяющие требования к качеству. Не всегда вносимые изменения позволяют объективно оценить качество товаров, упрощение требований к качеству не позволяет выделить товары с более высоким его уровнем.

Рассмотрим подробнее ситуацию с нормативными документами на чай чёрный. Чай является товаром, который есть в каждом доме, включён в состав потребительской корзины. Однако к качеству предлагаемого потребителю продукта у специалистов есть вопросы.

Требования к качеству и безопасности чая определены следующими нормативными документами.

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» [1].

2. ГОСТ 32573-2013 Чай чёрный. Технические условия [2].

3. ГОСТ 32593-2013 Чай и чайная продукция. Термины и определения [3].

4. ГОСТ 32572-2013 Чай. Органолептический анализ [4].

Проанализируем результаты органолептической оценки качества следующих образцов чая.

1. Образец 1 – чай чёрный листовой мелкий «Моя цена». Производитель ООО «ТД-Холдинг». Документ, по которому произведена и может быть идентифицирована продукция ТУ 108313-034-52230123-20.

2. Образец – чай чёрный байховый цейлонский «Принцесса Канди медиум». Производитель ООО «Орими». Документ, по которому произведена и может быть идентифицирована продукция ТУ 9191-001-39420178-97.

3. Образец 3 – чай чёрный цейлонский «Корона российской империи, крупнолистой». Производитель – ООО «Май».

4. Образец 4 – чай чёрный байховый цейлонский «ТЕСС Санрайз». Производитель ООО «Орими». Документ, по которому произведена и может быть идентифицирована продукция ТУ 9191-001-39420178-97.

Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты оценки качества образцов

Показатели	**Образец 1**	**Образец 2**	**Образец 3**	**Образец 4**	**Требования ГОСТ 32573-2013**
Внешний вид	Лист однородный по размеру, неоднородно скручен, присутствуют посторонние примеси (37,4 %)	Лист однородный по размеру, скручен более равномерно, присутствуют посторонние примеси (0,1 %)	Лист однородный по размеру, присутствуют менее скрученные листья и посторонние примеси (37,2 %)	Лист однородный по размеру, присутствуют менее скрученные листья и посторонние примеси (37 %)	Однородный, ровный, хорошо скрученный
Цвет разваренного листа	Однородный, коричнево-красный	Однородный, коричнево-красный	Однородный, коричнево-красный	Однородный, коричнево-красный	Однородный, коричнево-красный или коричневый
Внешний вид настоя	Яркий, светло-жёлтый, прозрачный	Яркий, коричнево-красный, прозрачный	Яркий, светло-коричневый, прозрачный	Яркий, светло-коричневый, прозрачный	Яркий, прозрачный
Аромат и вкус настоя	Неярко выраженный, свойственный, без посторонних ароматов. Терпкий вкус, неярко выраженный	Ярко выраженный, свойственный, без посторонних ароматов. Ярко выраженный, терпкий вкус	Неярко выраженный, свойственный, без посторонних ароматов. Терпкий вкус, неярко выраженный	Ярко выраженный, свойственный, без посторонних ароматов. Ярко выраженный, терпкий вкус	Нежный аромат, терпкий вкус

Как видно из таблицы, требования к качеству, установленные национальным стандартом, сформулированы очень поверхностно и все исследуемые образцы ему соответствуют. Однако разница в качестве образцов видна достаточно ясно.

Затруднения вызваны отсутствием чётких критериев в описании таких показателей, как «Внешний вид», «Внешний вид настоя» и «Аромат и вкус настоя». Именно к этим показателям также есть замечания по результатам исследований, проводимых в рамках негосударственного проекта в области контроля качества и безопасности товаров и услуг – Росконтроль [5].

Отдельно следует отметить, что в стандарте нет упоминания о посторонних примесях: что к ним относят и допускаются ли они в чае.

Исходя из проведённых исследований и анализа полученных результатов, можно предложить внести в ГОСТ 32573-2013 Чай чёрный. Технические условия, следующие дополнения.

1. В п. 5.1.2 таблицы 1 изменить формулировки характеристик показателей:

- внешний вид – указано «Однородный, ровный, хорошо скрученный», следует изменить на «Однородный по размеру, равномерно и хорошо скрученный»;

- внешний вид настоя – указано «Яркий, прозрачный», следует добавить какой должен быть цвет настоя и его интенсивность;

- аромат и вкус настоя – указано «Нежный аромат, терпкий вкус», добавить степень интенсивности аромата и вкуса.

2. Добавить п. 5.1.3 – определение термина посторонние примеси и указать конкретно, что к ним относится в соответствии с требованиями ГОСТ 32593-2013 Чай и чайная продукция. Термины и определения «К посторонним примесям относят чайную пыль, загрязнения, черешки, волокна», дополнительно расшифровать термины.

3. Дополнить п. 5.1.3 фразой - «Посторонние примеси в чае не допускаются».

Следует отметить, что основная масса чая, представленного в продаже, изготавливается по техническим условиям и производители определяют самостоятельно сорт своего продукта. Возможно, и в ГОСТ можно вернуть деление на сорта. Также необходимо отдельно разработать национальный стандарт для оценки качества пакетированного чая.

Предложенные изменения и дополнения позволят повысить объективность органолептической оценки качества чая и дадут возможность потребителям выбрать чай в соответствии с их потребностями и возможностями.

Список литературы:

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».
2. ГОСТ 32573-2013 Чай чёрный. Технические условия.
3. ГОСТ 32593-2013 Чай и чайная продукция. Термины и определения.
4. ГОСТ 32572-2013 Чай. Органолептический анализ.
5. Негосударственный проект в области контроля качества и безопасности товаров и услуг «Росконтроль» [Электронный ресурс]. – URL: https://roscontrol.com/category/produkti/goryachie-napitki/chay/ (дата обращения: 04.10.2024).

Рязанов Иван Владимирович
кандидат философских наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Женина Лариса Викторовна
кандидат исторических наук, доцент
Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета,
г. Пермь

ФОРМИРОВАНИЕ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Аннотация: в статье анализируется влияние цифровизации на формирование духовно-нравственных ценностей. На примере цифровизации проекта ««Народная летопись Победы» рассмотрены результаты работы преподавателей и студентов Пермского института (филиала)

им. Г. В. Плеханова. Представлена эмпирическая база цифрового каталога, собранная на протяжении 2020-2024 гг. и получившая социологическое обоснование. На основании полученных данных делается вывод о значении проекта «Народная летопись Победы» для формирования духовно-нравственных ценностей современной молодёжи.

Ключевые слова: духовно-нравственные ценности, цифровизация, цифровой каталог, проект, патриотизм, историческая память, Великая Отечественная война.

FORMATION OF SPIRITUALAND MORAL VALUES OF MODERN YOUTH IN THE DIGITALIZATION OF SOCIETY

Abstract: the article analyzes the impact of digitalization on the formation of spiritual and moral values. Using the example of digitalization of the project «National Chronicle of Victory», the results of the work of teachers and students of the Perm Institute (branch) named after G.V. Plekhanov are considered. The empirical base of the digital catalog, collected during 2020-2024 and received a sociological justification, is presented. Based on the data obtained, the conclusion is made about the importance of the project «National Chronicle of Victory" for the formation of spiritual and moral values of modern youth.

Keywords: spiritual and moral values, digitalization, digital catalog, project, patriotism, historical memory, the Great Patriotic War.

Вызовы современности актуализируют важность обращения к традиционным духовно-нравственным ценностям россиян, а их продвижение в молодёжной среде является залогом безопасности и суверенитета российского государства [1]. В условиях цифровой трансформации особо следует обратить внимание на необходимость формирования нравственных ценностей молодёжи и использовать для этого, в том числе, и цифровые инструменты, которые будут понятны и восприняты студенческой молодёжью.

В социально-гуманитарной литературе термин «цифровизация» выполняет конструктивную функцию, имея междисциплинарный статус, термин, в дескриптивном смысле, используется для описания процессов, связанных с изменением социального бытия человека и его отношений с технической реальностью. Основополагающим тезисом для авторов, применяющих данный концепт, служит утверждение, что на современном этапе развития общества цифровой способ отношения с реальностью трансформирует

и традиционную систему духовно-нравственных ценностей. Смысловым содержанием данного тезиса является диалектика таких отношений, как социальное – виртуальное, или цифровое – ценностное, что во многом влияет и на проблематизацию человека в реалиях XXI века. В метафорическом смысле Бог не создавал цифровой способ бытия человека, и он не несёт ответственности за изменение этической матрицы информационного общества. Например, ценность технологического прогресса может служить не только для объяснения протекающих процессов в социальной действительности, в диалектическом смысле она ставит задачу и понимания негативных аспектов цифрового способа отношения к реальности. Выражаясь словами Доброхотова Л. Н., «цифровизация имеет побочные эффекты, которые существенно влияют на социальное и культурное развитие человека и общества» [3, с. 77].

Побочные эффекты цифровой культуры в макроцивилизационном аспекте указывают в какой-то мере и на системный кризис современной модели развития, связанной, в том числе, и с распадом ценностных моделей поведения. Например, на рубеже XIX–XX века знаменитый генеалогический вопрос Ф. Ницше «какова ценность самих ценностей?» во многом диагностировал ситуацию кризиса системы ценностей капиталистической модели развития. В XXI веке глобализм цифровизации вызывает не только оптимистические ценностные суждения, указывающие на новые условия развития промышленности, улучшения инвестиционного климата, развития конкуренции, но и на констатацию того, что французский экономист Т. Пикетти в работе «Капитал в XXI веке» обозначил в качестве ключевого противоречия капитализма: «Накопленный капитал воспроизводит себя сам быстрее, чем увеличивается производство. Прошлое пожирает будущее» [5, с. 585]. Иными словами, цифровизация, одновременно с позитивными аспектами социальных процессов, содержит и негативные, в том числе, и ценностной сфере, порождая тем самым в обществе новые формы неравенства и сегрегации.

Форма цифрового отчуждения в современном обществе создала условия для появления цифрового субъекта - «свободно занятого человека», который, как правило, занимается собственной самореализацией только в информационной среде своего существования. Экзистенциальный аспект такого существования французский социолог постмодернист Ж. Бодрийяр определил термином имплозия смысла: «Мы находимся в мире, в котором становится всё больше и больше информации и всё меньше и меньше смысла» [2, с. 144]. Для субъекта информационной культуры капиталистического общества характерно преобладание материальных ценностей над духовно-нравственными. На эту особенность обратил внимание канадский учёный М. Маклюэн – основатель современной теории средств коммуникации. Потеря ценностных смыслов ведёт к серьезным разногласиям поколенческого и культурного бытия.

В правовом отношении традиционные духовно-нравственные ценности для современного российского общества «являются условием государственного суверенитета в информационном пространстве, а их охрана и защита – залогом информационной безопасности Российской Федерации» [4]. Поэтому формирование духовно-нравственных ценностей у современной молодёжи не может не учитывать негативных факторов процесса цифровизации в условиях, когда особое значение для системы образования приобрели вопросы использования цифровых технологий в учебном процессе.

Опыт обучения в дистанционном формате показывает, что особое значение приобретает проблема сохранения мотивации и самодисциплины современных студентов, в силу чего существенным негативным аспектом онлайн обучения служит отсутствие непосредственного коммуникативного контакта. В аксиологическом аспекте такой формат обучения характеризуется тем, что «в онлайн формате уже нет личного контакта и человек не чувствует ответственности перед другими людьми, всё скрыто экраном, то, что происходит за его пределами уже не имеет значения» [7, с. 177].

Методологическим основанием решения проблемы формирования

духовно-нравственных ценностей в информационном пространстве может быть онтологическое единство всех компонентов диалогического отношения субъектов обучения. Диалогическое взаимодействие само по себе есть ценность, в котором, как правило, органично сочетаются переживание субъекта обучения, возможности выражения эмоциональной оценочной палитры суждений молодого человека и самое главное – смысловое наполнение оценочного суждения и факта. Сохранение дилогических форм взаимодействия со студенческой аудиторией при реализации проектов ценностно-смыслового характера с использованием цифровых инструментов позволяет включить молодых людей в смысловое пространство духовно-нравственных ценностей.

Для эмпирического обоснования предложенных суждений приведём в качестве примера цифровой каталог – проект «Народная летопись великой Победы», который является переводом в цифровой формат опыта многолетнего сотрудничества преподавателей и студентов Пермского филиала (института) РЭУ им. Г. В. Плеханова по сохранению памяти о земляках, защитивших нашу родину в годы Великой Отечественной войны [6, с. 297-302]. На протяжении 2020–2024 гг. студенты и преподаватели Пермского филиала (института) РЭУ им. Г. В. Плеханова участвовали в проекте, инициируемого Пермским государственным архивом социально-политической истории. В рамках проекта студентами и преподавателями университета было собрано 148 биографических справок, в которых прикреплялись письма, фотографии, награды, архивные записи.

Составление биографической базы проекта, подбор семейных и архивных документов, существенно воздействует на эмоциональную сферу студенческой молодёжи, способствуя формированию у них исторического сознания и самосознания, без которых невозможно заложить фундамент этической матрицы современного российского общества. На наш взгляд, участие студентов Пермского филиала (института) РЭУ им. Г. В. Плеханова в проекте «Народная летопись великой Победы» - это форма цифровизации исторической памяти, которая позволяет поддержать связь поколений в условиях сохранения

информационного суверенитета нашей страны. Диалектическое единство цифровизации в качестве метода (инструмента) духовно-нравственного воспитания и сами традиционные духовно-нравственные ценности как необходимый элемент цифровизации во многом определяет особенности воспитания современной молодёжи на современном этапе развития нашего общества.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [Электронный ресурс]. – URL: https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1584202/ (дата обращения: 02.10.2024).

2. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр [пер. с фр. А. Качалова]. – М. : Постум, 2018. – 320 с.

3. Доброхотов, Л. Н. Побочные эффекты цифровизации и их профилактика / Трансформация этической матрицы в цифровую эпоху. Материалы научной онлайн конференции с международным участием / ред. А. К. Мамедов, И. Н. Чудновская. – М. : МАКС Пресс, 2022. – 202 с. – 5,3 Мб. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.socio.msu.ru/documents/2022042801kommuniksystem.pdf (дата обращения: 04.10.2024).

4. Кропачев, Н. М., Архипов, В. В. Традиционные духовно-нравственные ценности в контексте цифровой трансформации общества: теоретико-правовые аспекты. Вестник Санкт-Петербургского университета. – Право, 2023. – Т. 14. Вып. 2 [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-duhovno-nravstvennye-tsennostiv-kontekste-tsifrovoy-transformatsii-obschestva-teoretiko-pravovye-aspekty (дата обращения: 04. 10. 2024).

5. Пикетти, Т. Капитал в XXI веке / Т. Пикетти. – Москва : Ад Маргинем Пресс. – 2016. – 592 с.

6. Рязано, И. В, Женина, Л. В. Проект «Народная летопись Победы» и его значение в формировании духовно-нравственных ценностей современной молодёжи / Современная торговля: теория, практика, инновации: Материалы X Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (24 октября – 1 ноября 2022 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. – С. 297-302.

7. Чудновская, И. Н. Модель коммуникации в цифровом образовательном пространстве в рефлексии студентов / И. Н. Чудновская, И. Н. Бухтиярова, М. Е. Липатова // Социология. – 2022. - № 1. – С. 173-183.

Агеева Ольга Ивановна
кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Серебряков Игорь Викторович
магистрант
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация: в статье обозначены основные методы оценки конкурентных преимуществ, определена их специфика и возможность применения отечественными предприятиями. Также представлены преимущества и недостатки методов, определены переменные, которые должны быть учтены при критической оценке конкурентных преимуществ предприятия сферы торговли.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, методы оценки, SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ пяти сил Портера, стратегия.

METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS

Abstract: the article outlines the main methods of assessing competitive advantages, defines their specificity and the possibility of application by domestic enterprises. The advantages and disadvantages of the methods are also presented, and variables that should be taken into account when critically evaluating the competitive advantages of a trade enterprise are identified.

Keywords: competitive advantages, evaluation methods, SWOT analysis, PEST analysis, Porter’s five Forces analysis, strategy.

Вопросы изучения методов оценки конкурентных преимуществ коммерческой организации играют значимую роль в силу того, что значительное их многообразие требует тщательного подхода к выбору наиболее подходящих инструментов анализа. Это позволяет не только выявить сильные и слабые стороны собственного бизнеса, но и определить уникальные торговые предложения, которые могут привлечь внимание потенциальных клиентов. Актуальность исследования теоретико-методологической основы оценки

конкурентных преимуществ организации обусловлена также динамичностью внешней и внутренней среды. Применение различных методов оценки конкурентных преимуществ позволяет наиболее точно определить сильные и слабые стороны развития организации и выделить стратегические альтернативы, повысить уровень деловой активности и улучшить результаты финансово-хозяйственной деятельности.

Целью научной статьи является исследование методов оценки конкурентных преимуществ коммерческой организации и определение факторов, влияющих на выбор того или иного метода.

Методы оценки конкурентных преимуществ представляют собой комплекс подходов и инструментов, используемых для анализа и измерения способности компании или продукта успешно конкурировать на рынке. Эти методы помогают определить сильные и слабые стороны компании, а также её потенциал для развития и укрепления позиций на рынке. Конкурентные преимущества – это уникальные особенности компании, которые позволяют ей выделяться среди конкурентов и привлекать потребителей. К таким особенностям могут относиться высокое качество продукции, низкие цены, широкий ассортимент, уникальный дизайн, быстрая доставка и т. д.

Значение исследования методов оценки конкурентных преимуществ колоссально. Уместно говорить о том, что исследование конкурентных преимуществ позволяет улучшить деятельность современной коммерческой организации за счёт критической оценки деятельности, позволяет улучшить понимание потребностей целевой аудитории, выявить слабые места конкурентов и определить уникальные характеристики собственного продукта или услуги. Это способствует разработке более эффективных стратегий маркетинга и продаж, оптимизации продукта или услуги под нужды потребителей, повышению лояльности клиентов и увеличению доли рынка. Управление конкурентными преимуществами коммерческой организации представляет собой своего рода инструмент обеспечения эффективной работы

предприятия на современном рынке и играет своего рода в управлении рыночными рисками, минимизирует риск наступления банкротства [4, с. 205].

Выбор того или иного метода оценки конкурентных преимуществ зависит от нескольких факторов, они представлены на рисунке 1. Учёт множества обозначенных на рисунке факторов позволяет более точно и объективно выбрать тот или иной метод оценки конкурентных преимуществ коммерческой организации.

* Составлено авторами на основе собственных исследований

Рисунок 1 – Факторы, влияющие на выбор методов оценки конкурентных преимуществ

Выбор метода оценки конкурентных преимуществ обусловлен спецификой работы предприятия, её отраслевой принадлежностью, размерами, возможностями и наличием ресурсной базы. Состояние рынка в целом также оказывает колоссальное влияние на предпринимателей при выборе методов оценки конкурентных преимуществ. Так, в условиях высокой конкуренции компании могут использовать более сложные методы оценки, чтобы получить преимущество над конкурентами. В условиях низкой конкуренции компании могут ограничиться простыми методами. Спрос и предложение также способствуют формированию уникальных торговых предложений и способствуют созданию таких товаров и услуг, которые в значительной степени обладают конкурентными преимуществами. Классификация методов оценки конкурентных преимуществ обозначена на рисунке 2.

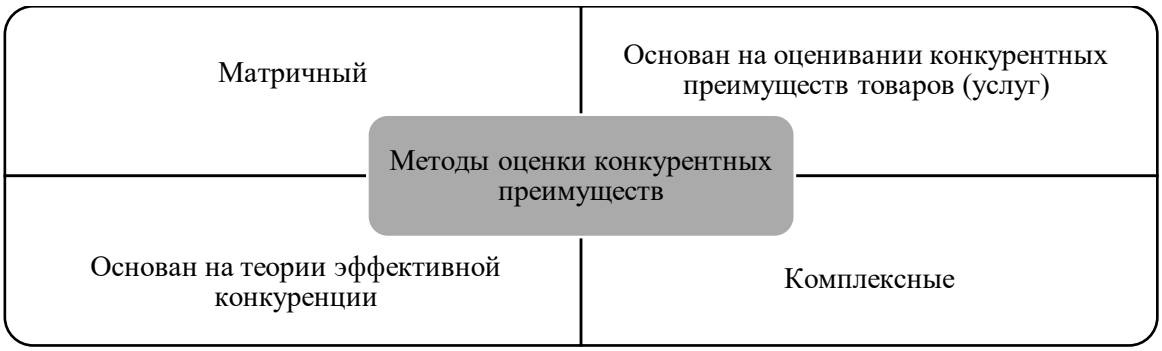


Рисунок 2 – Методы оценки конкурентных преимуществ [3, с. 96]

Одним из распространённых методов оценки конкурентных преимуществ можно назвать SWOT-анализ. SWOT-анализ является эффективным методом оценки конкурентных преимуществ компании, позволяющим выявить её сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы внешней среды. Этот метод помогает компаниям определить свои конкурентные преимущества и разработать стратегию развития, учитывая внутренние и внешние факторы. Обозначенный выше метод основан на определении сильных и слабых сторон, на выделении угроз и возможностей. Данный метод широко применяют крупнейшие российские компании такие как ПАО «Сбербанк», ПАО «Лукойл», «Яндекс». Результаты аналитики также публикуются в открытых источниках, что доказывает надёжность компании и высокий уровень конкурентоспособности в целом.

PEST-анализ является эффективным инструментом для оценки конкурентных преимуществ компании, поскольку позволяет выявить ключевые факторы внешней среды, влияющие на её деятельность. Этот метод помогает определить потенциальные возможности и угрозы, связанные с политическими, экономическими, социальными и технологическими аспектами.

Далее следует выделить такой метод как анализ пяти сил Портера. Анализ пяти сил Портера является мощным инструментом для оценки конкурентных преимуществ компании. Этот метод был разработан Майклом Портером и включает в себя анализ пяти ключевых факторов, влияющих на конкурентоспособность бизнеса, а именно предполагает исследование таких

факторов как покупатели, поставщики, действующие и потенциальные конкуренты, товары-заменители. Данный метод широко используется в банковской сфере. Например, Анализ пяти сил Портера помог ПАО «Сбербанк» определить свои конкурентные преимущества на рынке банковских услуг. Компания оценила влияние покупателей (клиентов), поставщиков (других банков и финансовых институтов), действующих и потенциальных конкурентов, товаров-заменителей и новых конкурентов. На основе этого анализа Сбербанк разработал стратегию развития, направленную на укрепление своих позиций на рынке и увеличение доли рынка. Данный метод используется широко и промышленными предприятиями.

Существует достаточно много методов для оценки конкурентоспособности предприятия и своей конкурентной позиции на рынке, а именно, Модель Бостонской консультативной группы, модель М. Портера, метод LOTS; метод экспертной оценки, финансово-экономический метод оценки лояльности клиентов и другие. Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, что определяет выбор их использования в каждом конкретном случае [2, с. 94].

На практике не просто оценить конкурентные преимущества компании на рынке. Часто возникают сложности с определением доли рынка, сбором необходимых для анализа данных, поиском специалистов, обладающих знаниями и опытом для проведения исследований. Для получения более полной картины рекомендуется использовать несколько методов оценки, которые позволят не только оценить конкурентную позицию, но и выявить факторы, влияющие на успех компании.

Каждый метод включает в себя определённый набор факторов и переменные для анализа, которые используются для составления матриц, сравнительных таблиц, проведения экспертных оценок. Во многих методах авторы оставляют право выбора исследуемой переменной на усмотрение исследователя, что даёт возможность учитывать промышленные, технические и другие особенности [1, с. 12].

Ввиду этого определим ключевые переменные, которые должны быть учтены при определении конкурентных преимуществ предприятий оптовой торговли. Целесообразно учесть материальные и нематериальные ресурсы. Материальные ресурсы включают основные и оборотные средства, собственный и заемный капитал. Нематериальные ресурсы охватывают торговую марку, технологии продаж, престиж, имидж и квалификацию персонала. Данное направление учитывает оценку системы управления персоналом, управление процессом реализации товаров, ассортиментом, предполагает критическую оценку сопутствующих услуг.

Обобщая изученный материал, можно сделать вывод о том, что методы оценки конкурентных преимуществ должны включать переменные, позволяющие учесть специфику отрасли. В данном ключе уместно использовать балльный метод оценки конкурентных преимуществ. Более точная оценка конкурентных преимуществ позволит повысить результативность управления организацией и обеспечить социально-экономическое развитие страны.

Список литературы:

1. Дубков, М. Н. Конкурентные преимущества в бизнесе: содержание, методы оценки и использования / М. Н. Дубков. Студенческий вестник. – 2023. - № 42-6 (281). – С. 12-13.

2. Моржин, А. А. Оценка конкурентоспособности предприятия / А. А. Моржин. Молодёжный вестник новороссийского филиала Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. – 2023. - № 4. – С. 91-95.

3. Сидоренко, Я. А. Приёмы и методы оценки конкурентных преимуществ предприятия / Я. А. Сидоренко // Молодая наука аграрного Дона: традиции, опыт, инновации. – 2020. - № 4. – С. 96-102.

4. Ягубова, В. В. Характеристика матричных методов оценки конкурентных преимуществ предприятия / В. В. Ягубова. Устойчивое развитие сельских территорий: приоритет, достижения, перспективы и глобальные вызовы // Сборник студенческих научных трудов. – Ставрополь, 2022. – С. 204-210.

Агеева Ольга Ивановна
кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Калабин Никита Владимирович
магистрант
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ НАУКИ В РОССИИ: ФОРМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Аннотация: в статье рассмотрены теоретические основы популяризации науки. Выделены принципы и формы популяризации науки. Рассмотрен национальный проект «Наука и университеты». Представлен анализ статистических показателей в сфере научных исследований и разработок.

Ключевые слова: популяризация науки, национальный проект «Наука и университет», признаки научной информации, исследователи, учёные.

POPULARIZATION OF SCIENCE IN RUSSIA: FORMS AND TRENDS OF DEVELOPMENT

Abstract: the article discusses the theoretical foundations of the popularization of science. The principles and forms of popularization of science are highlighted. The national project «Science and Universities» is considered. The analysis of statistical indicators in the field of scientific research and development is presented.

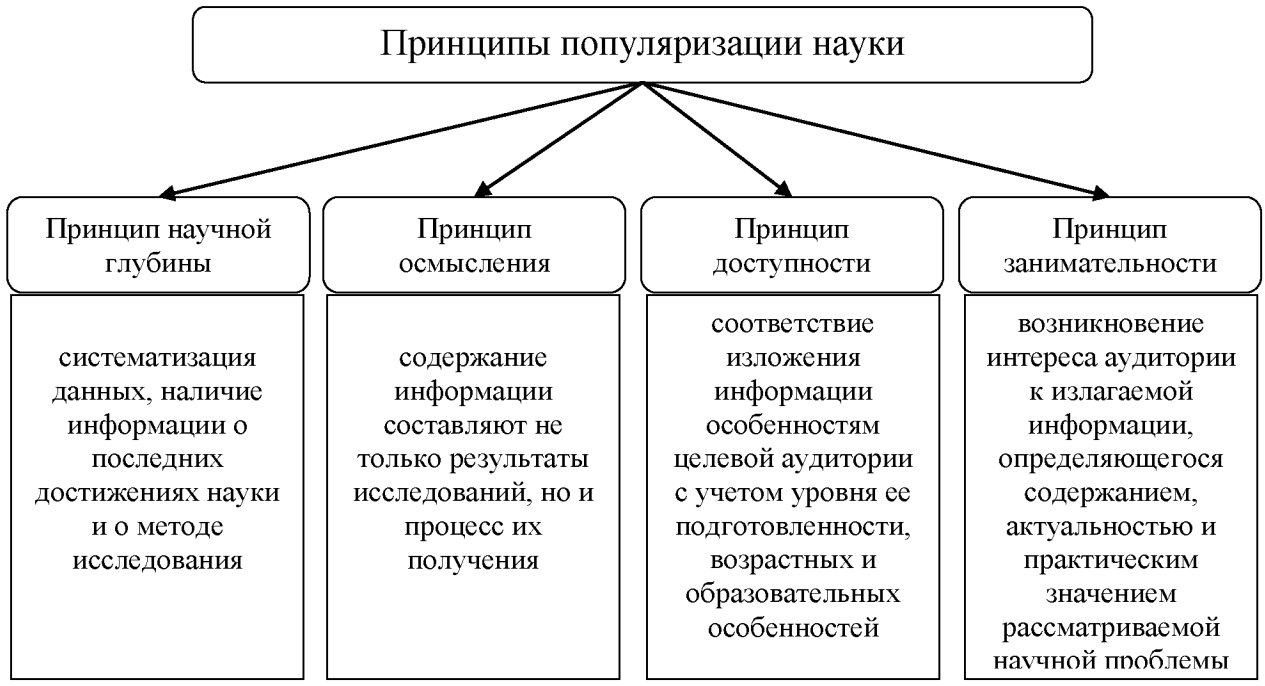
Keywords: popularization of science, national project «Science and University», signs of scientific information, researchers, scientists.

Популяризация науки обеспечивает эффективное общественное развитие, в процессе которого распространяются научные знания в современной и доступной форме для широкого слоя населения. Благодаря этому происходит расширение круга научного сообщества, что позволяет стране получить квалифицированные кадры, инновационные разработки, разработать новый продукт и различные технологии, продвинуться в исследовании окружающего мира.

Прежде всего, продвигать науку необходимо среди молодого поколения, потому что это человеческий потенциал, который будет определять место страны на мировой арене в будущем. Молодёжи необходимо обеспечить

общедоступное научно-информационное поле, в котором можно проводить время, занимаясь познавательной деятельностью, находить коллег по интересам. Это позволит замотивировать молодое поколение продолжать обучение в аспирантуре. [5, с. 192].

Принципы, на которых основывается популяризация науки, представлены на рисунке 1.



* Составлено по источнику [2, с. 234-235]

Рисунок 1 – Принципы популяризации науки

Как и в различных сферах общественной жизнедеятельности, науке свойственен собственный стиль речи, который основывается на особом профессиональном языке, который доступен не для широких масс. Поэтому для популяризации науки необходимо соблюдать ряд правил, которые позволят людям понять излагаемый материал.

Во-первых, демонстративно рассказывать о предмете или явлении, чтоб человек смог визуализировать то, о чём ему говорят. Во-вторых, выделять характеристики, признаки и особенности понятий, через которые можно запомнить свойства изучаемого объекта. В-третьих, приводить образно-символические аналогии, что позволит с помощью ассоциаций понять

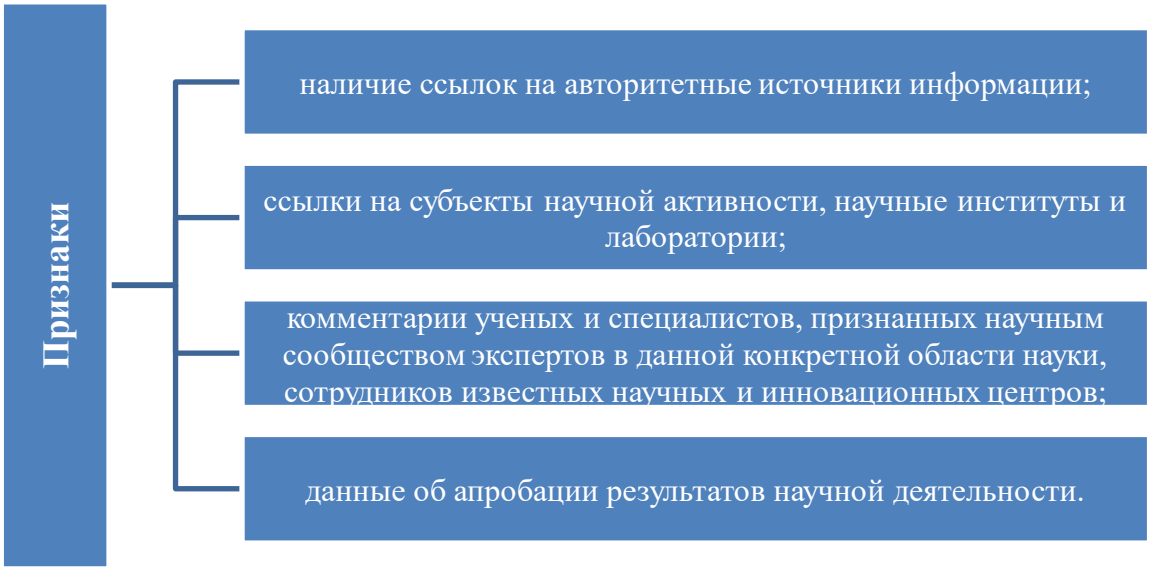
характеристики объекта. В-четвёртых, раскрыть буквальное значение слова, его этимологию, которая даст образное понимание. И наконец, приводить словарное толкование и использовать уточняющие слова, что позволит раскрыть суть используемых понятий [3, с. 510].

Для научной коммуникации с обществом выделяют следующие формы распространения научно популярной информации (рисунок 2).

* Составлено по источнику [1, с. 111]

Рисунок 2 – Формы популяризации науки

При этом достоверность и качество предоставляемой информации не всегда находятся на должном уровне. Поэтому научно-популярная информация, предоставляемая в широкие массы, должна соответствовать следующим признакам (рисунок 3):



* Составлено по источнику [4, с. 176]

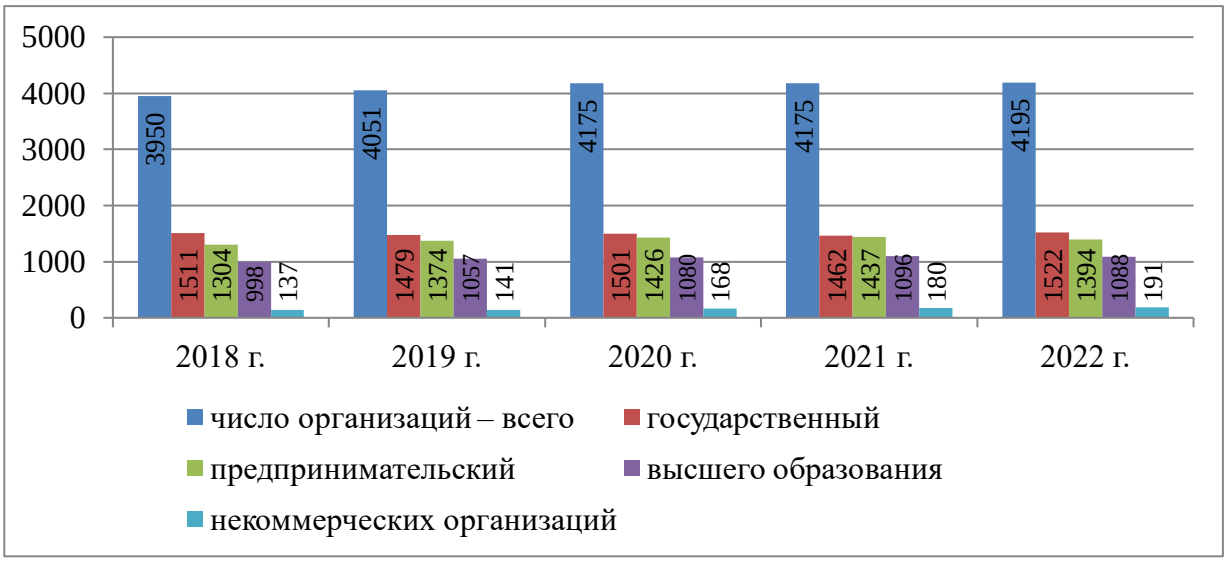
Рисунок 3 – Признаки научно-популярной информации

На сегодняшний день основным направлением популяризации науки в России является выполнение национального проекта «Наука и университеты», в рамках которого реализуются пять инициатив (рисунок 4).

* Составлено по источнику [7]

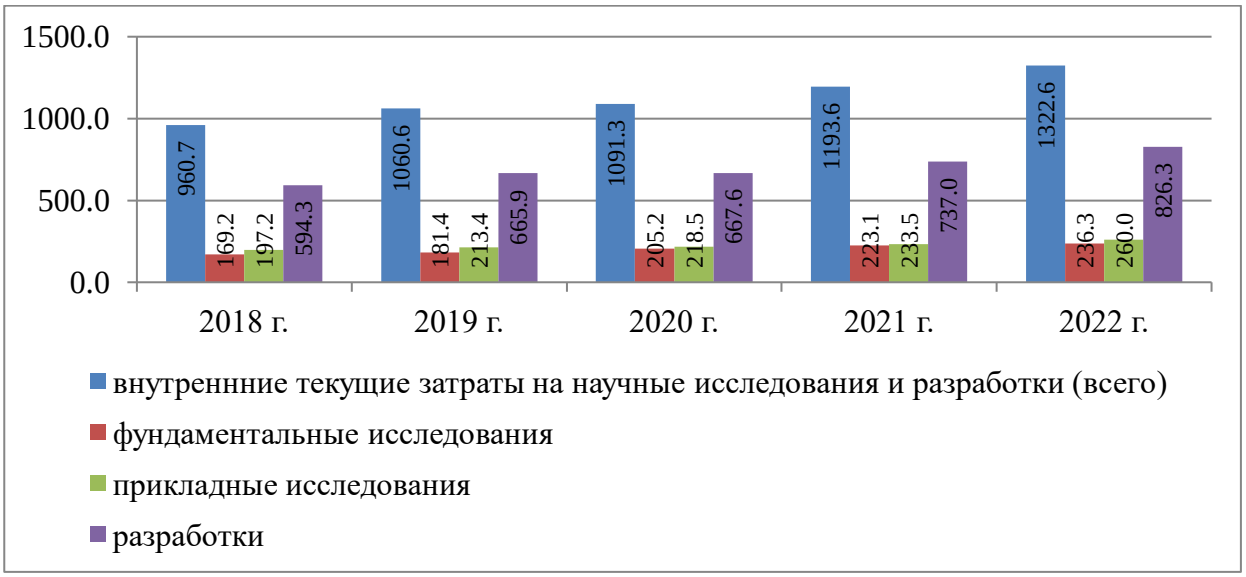
Рисунок 4 – Инициативы национального проекта «Наука и Университеты»

Анализируя рисунок 5, можно сказать, что за 5 лет на 6,2 % выросло количество организаций, выполнявших научные исследования и разработки.



* Составлен по источнику [6]

Рисунок 5 – Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по секторам деятельности по РФ, единиц

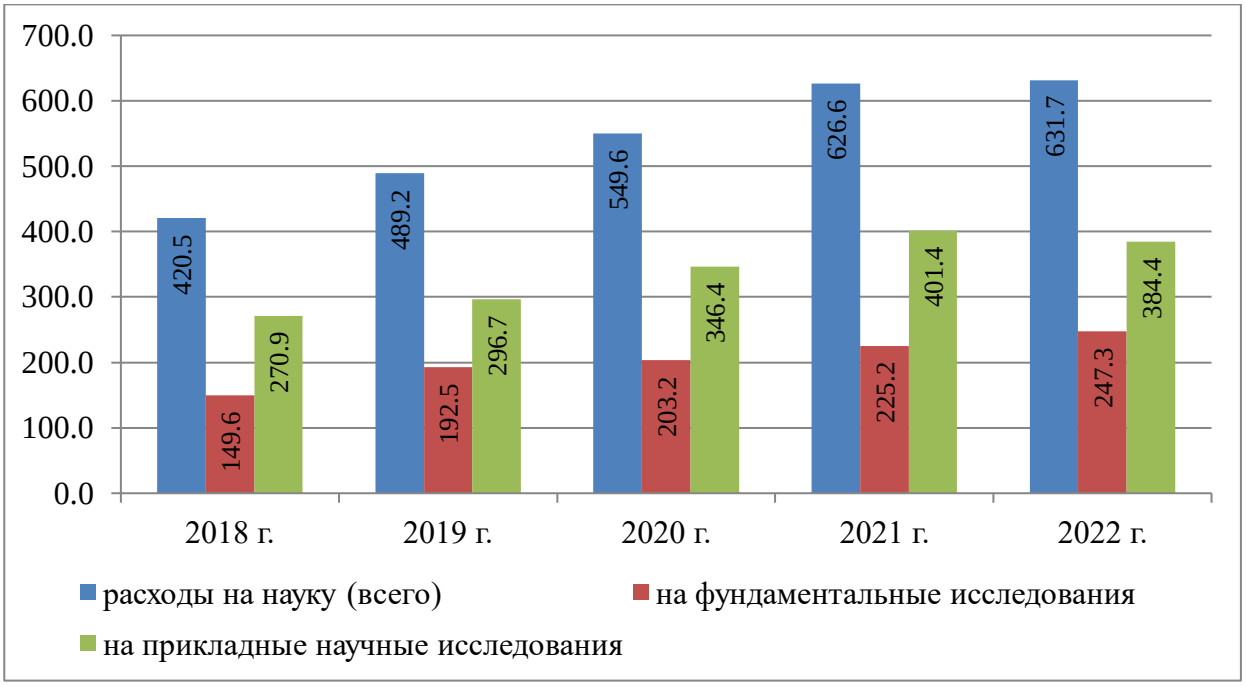


* Составлен по источнику [6]

Рисунок 6 – Внутренние текущие затраты на научные исследования и разработки по видам работ по РФ, млрд рублей

В 2022 году расходы на научную деятельность в России составили внушительную сумму – 1 322,6 млрд руб., что на 37,7 % больше по сравнению с 2018 годом. Из этой суммы более половины направлено на научные разработки.

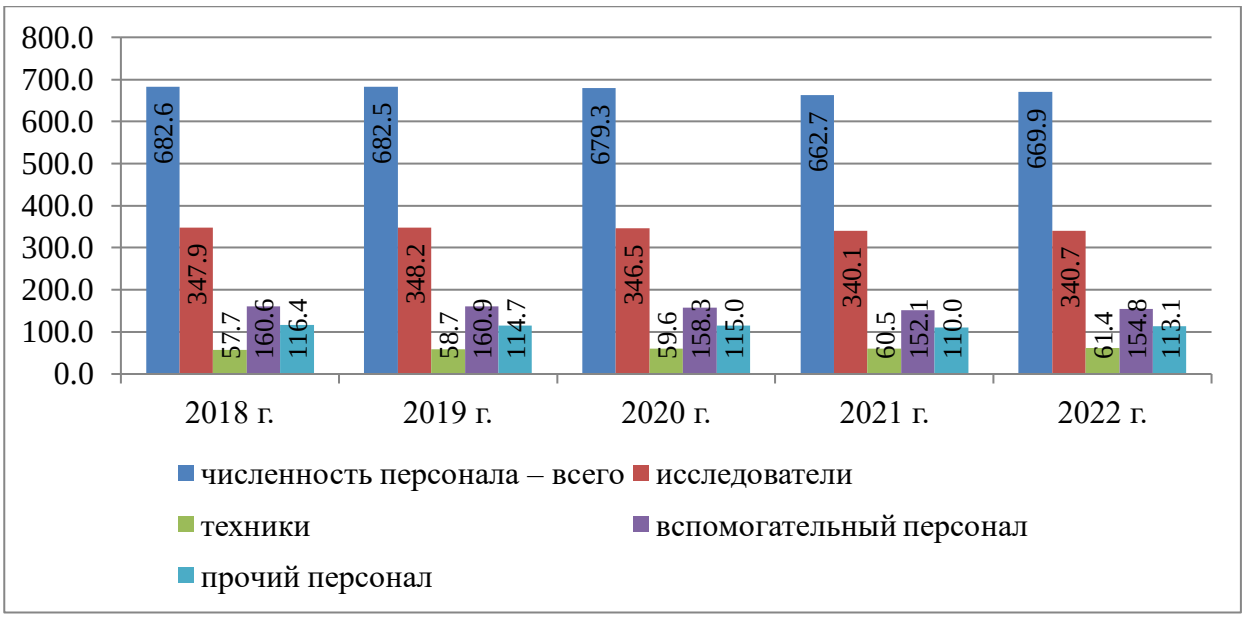
Финансирование науки из федерального бюджета также значительно выросло. В 2022 году из бюджета было выделено 631,7 млрд руб., что на 211,2 млрд руб. больше, чем в 2018 году. Самая большая доля финансирования направляется на прикладные научные исследования (рисунок 7).



* Составлен по источнику [6]

Рисунок 7 – Финансирование науки из средств федерального бюджета, млрд. рублей

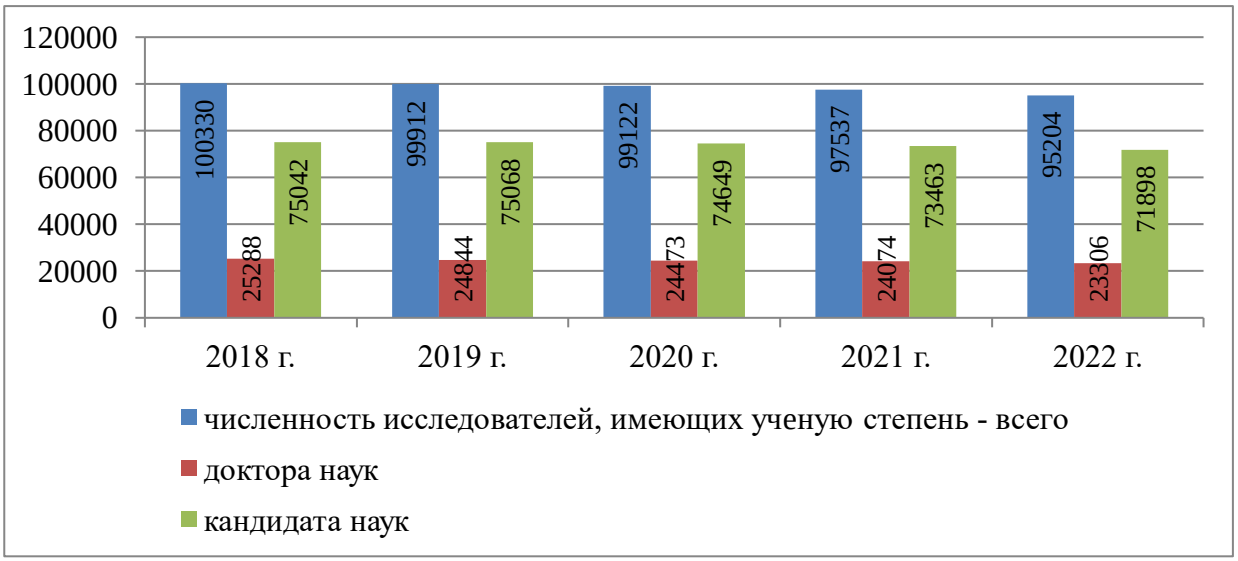
При этом численность персонала, занимающегося исследованиями и разработками, за 5 лет сократилась на 1,9 % и составила 669,9 тыс. человек (рисунок 8).



* Составлен по источнику [6]

Рисунок 8 – Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, по категориям по РФ, тыс. человек

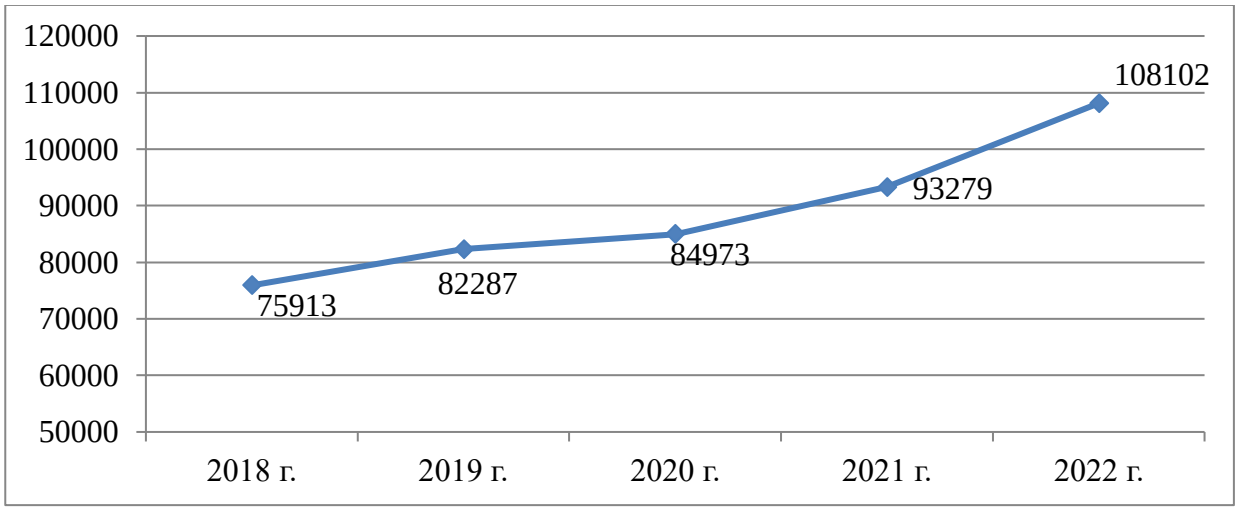
Численность исследователей, имеющих учёную степень, тоже сократилась до со 100,3 тыс. чел в 2018 году до 95,2 тыс. человек в 2022 году. За 5 лет докторов наук стало меньше на 7,8 %, а кандидатов наук – на 4,2 % (рисунок 9).



* Составлен по источнику [6]

Рисунок 9 – Численность исследователей, имеющих ученую степень, по Российской Федерации, человек

Наблюдается значительное увеличение заработной платы в сфере научных исследований и разработок. В 2022 году она составила 108 тыс. руб., что на 42,4 % и на 15,9 % больше, чем в 2018 году и 2021 году, соответственно (рисунок 10).



* Составлен по источнику [6]

Рисунок 10 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в сфере научных исследований и разработок, рублей

Таким образом, за последние пять лет научная деятельность в России стала более привлекательной. Увеличилось количество организаций, занимающихся научными исследованиями и разработками, увеличились их затраты на эту деятельность, а также государство стало больше финансировать из федерального бюджета в науку. За этот же период значительно выросла зарплата данного персонала. При этом численность персонала, занятого в науке, за пятилетний период сократилась, как и численность с учёной степенью. В связи с этим необходимо и дальше продолжать привлечение молодого поколения к научной деятельности, чтоб обеспечить страну квалифицированным человеческим ресурсом.

Список литературы:

1. Азарова, В. Н. Популяризация науки на сайтах российских вузов: модели и форматы / В. Н. Азарова, Е. Е. Медведева. Вопросы журналистики. – 2021. – № 10. – С. 111-127.

2. Журавлева, Е. В., Фурсов С.В. Популяризация науки в современной России / Е. В. Журавлева, С. В. Фурсов. Россия и современный мир. – 2018. –

№ 4 (101). - С. 233-237 [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/populyarizatsiya-nauki-v-sovremennoy-rossii (дата обращения: 25.02.2024).

3. Иванова, В. К. Способы популяризации науки / Молодой учёный. – 2021. - № 22 (364). – С. 509-511 [Электронный ресурс]. – URL: https://moluch.ru/archive/364/81780/ (дата обращения: 25.02.2024).

4. Панина, Е. А. Популяризация науки в условиях современной социокультурной ситуации / Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2019. - № 4. – С. 172-181 [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/populyarizatsiya-nauki-v-usloviyah-sovremennoy-sotsiokulturnoy-situatsii (дата обращения: 25.02.2024).

5. Рыкалина, О. В. Важность популяризации науки в России / Высокие технологии, наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации : Сборник статей VIII Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 27 октября 2020 года. – 2020. – С. 191-192.

6. Наука, инновации и технологии / Федеральная служба государственной статистики - официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/science (дата обращения: 25.02.2024).

7. Наука и университеты / «Национальные проекты» – информационный ресурс о планах развития страны на ближайшее будущее и мерах по улучшению качества жизни людей [Электронный ресурс]. – URL: https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/nauka-i-universitety?region=77 (дата обращения: 25.02.2024).

Азимова Феруза Маликовна
старший преподаватель
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Ташкент, Узбекистан

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АНАЛИЗЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Аннотация: в статье рассмотрены вопросы совершенствования использования цифровых технологий в анализе сельскохозяйственной деятельности в условиях развития теневой экономики, также освещены основные направления практического применения единых цифровых платформ в сельскохозяйственном секторе, эконометрическое моделирование панельных данных ферм, собранных на основе беспилотных технологий, а также перспективы внедрения цифровых технологий в сельскохозяйственную деятельность.

Ключевые слова: цифровая технология, цифровые платформы, эконометрическое моделирование панельных данных ферм, беспилотные летательные аппараты.

WAYS TO IMPROVE THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE ANALYSIS OF BUSINESS ACTIVITIES IN THE FIELD OF AGRICULTURE

Abstract: the article considers the issues of improving the use of digital technologies in the analysis of agricultural activities in the context of the development of the shadow economy, the work also highlights the areas of practical application of unified digital platforms in the agricultural sector, econometric modeling of panel data of farms collected on the basis of unmanned technologies, as well as the prospects for the introduction of digital technologies in agricultural activities.

Keywords: digital technology, digital platforms, econometric modeling of farm panel data, unmanned aerial vehicles.

В мировом масштабе особое внимание уделяется организации производственной деятельности на основе цифровых технологий, внедрению современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в её основные этапы и процессы. Важное место в этом вопросе отводится и предприятиям аграрного сектора, повышение эффективности которых за счёт внедрения интеллектуального сельского хозяйства является одним из важнейших направлений. По данным продовольственной и сельскохозяйственной Организации Объединённых Наций, «глобальные расходы на интеллектуальное сельское хозяйство, включая искусственный интеллект и машинное обучение, к 2025 году вырастут в 3 раза, т. е. до 15,3 миллиарда долларов США, в то время как расходы на технологии искусственного интеллекта в сельском хозяйстве достигнут 1 миллиарда долларов в 2021 году и 4 миллиардов долларов США к 2026 году» [1, с. 6]. Однако, в настоящее время во всём мире технологии, связанные с применением искусственного интеллекта, всё чаще внедряются в сельскохозяйственное производство, и возникает необходимость определить новые области его применения на основе научных исследований.

В системе обработки данных представление результатов фокусируется на разработке «модели цифровой платформы для сельского хозяйства» [4, с. 126] на основе веб-приложения, системной архитектуры трёхуровневого распределения общих функций и обобщенного алгоритма работы системы.

Соответственно, среди существующих барьеров с точки зрения организации и программного, информационного и аппаратного обеспечения можно выделить [2, с. 33]:

- необходимость импортозамещения системных компонентов и базы оборудования;

- необходимость использования единой программной платформы и протокола обмена между различными программными агентами и структурными подразделениями;

- недостаточность кадров для проведения мероприятий по оцифровке на региональном, местном уровнях и в отдельных сельскохозяйственных предприятиях;

- необходимость обеспечения стабильной навигации и сигнализации сотовой связи на территории области в связи с обширностью территорий и многообразием почвенно-климатических зон.

Для решения этих задач необходимо разработать систему, повышающую уровень оцифровки предприятия. Система подразумевает создание цифровой платформы, суть которой заключается во внедрении цифровых технологий в агропромышленный комплекс для повышения эффективности деятельности предприятий.

Учитывая вышесказанное, предлагаем структурную схему цифровой онлайн-платформы с широкими возможностями для сельского хозяйства.

Для работы платформы требуются поставщики данных, которые представляют собой государственные органы, предоставляющие данные дистанционного зондирования земли (ДЗЗ), спутники и беспилотные летательные аппараты (дроны) для сбора мониторинга состояния посевов. К ним относятся также крупные предприятия агробизнеса, которые применяют

инновационные технологии, такие как Интернет вещей (IoT) и искусственный интеллект (AI), позволяющие повысить уровень эффективности и продуктивности сельского хозяйства [3, с. 321].

Реализация модели в сельском хозяйстве даёт следующие преимущества: в целях контроля урожая хлопка, зерна, садоводческой и овощной продукции, выращиваемой на фермах, защиты их от различных болезней и насекомых, внедряется система мониторинга и контроля на основе беспилотных технологий [5, с. 31].

В связи с этим, авторами в данном исследовании [6, с. 88] были собраны панельные данные с использованием технологий беспилотных летательных аппаратов (дронов) в 48 хозяйствах Ташкентской области, и на основе которых было предложено построить многофакторную эконометрическую модель.

Поскольку единицы измерения данных, которые были включены в структурируемую многофакторную эконометрическую модель, различаются, все они были логарифмированы и сведены к единой единице измерения.

В результате исследований методов внедрения технологий искусственного интеллекта в статистический анализ эффективности сельского хозяйства были сделаны нижеследующие выводы.

Использование технологий искусственного интеллекта в сельском хозяйстве приносит значительные выгоды и решает различные проблемы в отрасли. Помимо помощи в оптимизации методов ведения сельского хозяйства путём предоставления точных и целенаправленных действий, алгоритмы машинного обучения могут анализировать данные с датчиков, спутников и дронов для мониторинга здоровья сельскохозяйственных культур, состояния почвы и погодных условий. Это позволяет фермерам принимать решения о поливе, удобрениях и борьбе с вредителями на основе данных, а также приводит к повышению эффективности использования ресурсов и урожайности.

Переход к цифровой экономике, основанной на знаниях, связан с переходом от индустриальной эры к способу производства информационно-

технологической эры. Поэтому особое внимание следует уделить особым методам организации качественного агрокомплекса. Всё это в совокупности позволяет развивать в нашей стране новые формы сельского хозяйства. Необходимо обеспечить мощный технологический прогресс и научно-техническое производство, особенно достижения сегодняшней промышленной революции и широкое применение современных цифровых технологий в сельском хозяйстве и сельской местности.

Список литературы:

1. Азимова, Ф. М. Оптимизация использования финансовых ресурсов в системе государственных закупок. В сборнике: Современные тренды экономического развития. Национальные цели и приоритеты. Материалы III Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. - Новосибирск, 2022. – С. 28-32.

2. Азимова, Ф. М. Совершенствование стратегического и текущего управления корпоративными финансами. Россия: тенденции и перспективы развития. – 2022. - № 17. – С. 333-341.

3. Азимова, Ф. М. Совершенствование стратегического и текущего управления корпоративными финансами. В сборнике: Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. Материалы XXI Национальной научной конференции с международным участием. Отв. редактор В. И. Герасимов. – Москва, 2022. – С. 333-337.

4. Темирханова, М. Ж. Совершенствование методики организации финансового учёта в туристических компаниях / М. Ж. Темирханова, Б. Акбаров // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4. - № 3. – С. 267-273.

5. Езиев, Г. Л. Развитие бухгалтерского учёта в условиях модернизации экономики Республики Узбекистан / Г. Л. Езиев, М. Ж. Темирханова // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4. - № 3. – С. 224-231.

6. Гойибназаров, Ш. Г. Проблемы в совершенствовании и приближении к международным стандартам отчётности финансовых результатов в туристических компаниях / Ш. Г. Гойибназаров, М. Д. Темирханова // В сборнике: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы VIII Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию учебного заведения. – 2019. – С. 428-432.

Андреева Ольга Сергеевна
аспирант
Пермского государственного аграрно-технологического университета имени академика Д. Н. Прянишникова,
г. Пермь

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Аннотация: статья посвящена изучению условий формирования туристско-рекреационного комплекса сельских территорий. Описаны основные элементы структуры туристско-рекреационных комплексов в научных работах. Представлен сравнительный анализ условий их формирования в крупных агломерациях и сельских территориях. Определены тенденции их развития во взаимосвязи с социально-экономической ситуацией на селе.

Ключевые слова: туристско-рекреационный комплекс, сельские территории, агломерации, туристско-рекреационный потенциал.

CONDITIONS FOR THE FORMATION OF A TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX OF RURAL AREAS

Abstract: the article is devoted to the study of the conditions for the formation of a tourist and recreational complex of rural areas. The main elements of the structure of tourist and recreational complexes in scientific works are described. A comparative analysis of the conditions of their formation in large agglomerations and rural areas is presented. The trends of their development in relation to the socio-economic situation in rural areas are determined.

Keywords: tourist and recreational complex, rural areas, agglomerations, tourist and recreational potential.

Сфера туризма и рекреации обеспечивает благоприятные условия отдыха, жизнедеятельности и сохранения здоровья как местного населения, так и жителей других регионов. Многообразие целей, задач и функций, связанных с реализацией туристско-рекреационного потенциала регионов, сельских территорий выполняет туристско-рекреационный комплекс (ТРК). В научной литературе существует множество определение ТРК, в которых авторы выделяют характерные особенности:

- состояние инфраструктуры и бизнес-среды, достаточной для обеспечения стабильных результатов сферы услуг [5];

- потенциал территории для оказания туристско-рекреационных услуг, включающий природные и социально-экономические элементы [1];

- состояние рынка, при котором численность субъектов бизнеса и разнообразие услуг могут удовлетворить платёжеспособный спрос [6].

Будем понимать под ТРК совокупность пространственно-локализованных бизнес-единиц, деятельность которых осуществляется в рамках формируемого туристско-рекреационного предложения, наделяющих территорию аттракциями для местных, российских и зарубежных потребителей.

Мировая практика формирования туристско-рекреационных комплексов свидетельствует о наличии условий, дающих преимущества не только крупным агломерациям, но и сельским территориям (таблица 1).

Таблица 1

Условия формирования ТРК сельских территорий и агломераций [3, 4, 5]

Условия	**Крупные агломерации**	**Сельские территории**
Географическое расположение	Крупные транспортно-логистические пути, близость к промышленным центрам, рынкам труда, развитая цифровая среда и т. п.	Удалённость от ресурсных потоков, ограниченность транспортной доступности, технологическое отставание
Туристская инфраструктура	Многообразие среды, обслуживающих субъектов бизнеса, богатый выбор для потребителя услуг	Ограниченное количество объектов без массового потока туристов, их уникальность, самобытность, отражающая местный колорит
Достопримечательности	Преобладание антропогенного характера объектов с высокой нагрузкой в пик сезона	Преобладание природных объектов с особенностями доступа, специфической инфраструктурой
Экологическая среда	Неблагоприятная, ограничивающая развитие экологического, аграрного и иных видов туризма	Благоприятная, стимулирующая развитие ориентированные на природу видов туризма
Природные объекты	Ограничение количества или отсутствие, замещение урбанизированной средой	Разнообразие, позволяющее сочетать рекреационные и другие цели путешествие
Туристские маршруты	Реализуются в городской среде в форме массовых экскурсий	Разнообразие лечебно-оздоровительных, спортивных, экологических иных маршрутов

Преимущества географического расположения крупных агломераций нивелируются неблагоприятной экологической ситуацией, перегруженностью объектов инфраструктуры, особенно в период высокого сезона и резкого увеличение туристского потока. Сочетание элементов туристско-рекреационной деятельности должно способствовать восстановлению психофизиологического состояния человека для продолжения профессиональной деятельности, высвобождения дополнительных сил организма и полноценной социальной реализации. Насыщенность городской среды торговыми, производственными и иными объектами, транспортом создает привычный уровень стресса и нагрузки.

Сельские территории обладают благоприятной средой развития ТРК, но недостаток финансово-экономического обеспечения влияет на инвестиционную привлекательность и ограничивает присутствие турбизнеса. Сложившаяся ситуация будет медленно меняться под влиянием спроса на здоровый образ жизни и условия, его обеспечивающие, даже в ограниченный период путешествия, например отпуска.

Для преодоления дестабилизирующих тенденций в социально-экономическом развитии сельских территорий необходимо осуществление структурных изменений, включающих создание благоприятных условий формирования и развития туристско-рекреационных комплексов на базе имеющихся производств, а также стимулирования новых видов деятельности. Это требует выработки рациональных решений по совершенствованию реализации государственной политики развития сельских территорий с целью повышения эффективности использования природных ресурсов, ресурсного потенциала, повышения уровня благосостояния сельского населения и создания превентивных механизмов для обеспечения решения наиболее острых проблем.

Список литературы:

1. Нюренбергер, Л. Б. Региональная туристско-рекреационная инфраструктура: элементы, особенности / Л. Б. Нюренбергер, Н. Е. Петренко, А. В. Курнявкин. Вестник Казахского гуманитарно-юридического инновационного университета. – 2020. - № 4(48). – С. 32-37.

2. Оборин, М. С. Интеграционные процессы кластеризации туризма как механизм диверсификации индустриальной специализации региона / Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2019. - № 46 (4). – С. 641–651.

3. Оборин, М. С. Системное развитие сельского туризма как фактор социально-экономического развития сельских территорий России / Сервис в России и за рубежом. – 2020. – Т. 14. - № 1 (88). – С. 117-126.

4. Оборин, М. С. Стратегическое планирование развития сферы туризма и рекреации на федеральном уровне / Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14. - № 1. – С. 35-43.

5. Полякова, И. Л. Туристско-рекреационный комплекс: сущность, функции и структура / Вестник Оренбургского государственного университета. 2011. № 13(132). – С. 376–382.

6. Сарян, А. А. Туристско-рекреационный комплекс: классификация рекреационных территорий / А. А. Сарян, И. С. Пустовойтенко. Теоретическая и прикладная экономика. – 2017. - № 2. – С. 64–78.

Арзуманян Стелла Юрьевна
кандидат экономических наук, доцент
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Ташкент, Узбекистан

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация: в статье рассмотрены вопросы теоретических основ использования цифровых технологий**,** а также освещены исследования, посвящённые процессам использования цифровых технологий в сельскохозяйственной деятельности, методические основы использования цифровых технологий в Узбекистане, а также зарубежный опыт использования технологий искусственного интеллекта.

Ключевые слова: цифровая технология, цифровые платформы, эконометрическое моделирование в зелёной экономике, беспилотные технологии, дроны.

THEORETICAL BASIS OF USING DIGITAL TECHNOLOGIES

Abstract: the article considers the issues of theoretical foundations of using digital technologies. It also highlights studies devoted to the processes of using digital technologies in agricultural activities, methodological foundations of using digital technologies in Uzbekistan, as well as foreign experience in using artificial intelligence technologies.

Keywords: digital technology, digital platforms, econometric modeling in a green economy, unmanned technologies, drones.

В условиях усиления глобальной конкуренции в мировом масштабе проводятся многочисленные научные исследования, посвящённые исследованию процессов использования цифровых технологий в производственной деятельности [4, с. 226]. Расширение научно-методических основ концепции интеллектуального сельского хозяйства, оптимизация использования ресурсов, таких как вода, удобрения и пестициды на фермах, улучшение методов анализа данных с датчиков беспилотников и спутников, разработка новых подходов к анализу изображений с дронов или спутников для мониторинга сельскохозяйственных культур, мониторинга их здоровья и роста, выявление вредителей и определение болезней, вопросы разработки мер по прогнозированию и предупреждению их распространения, оптимизации практики ведения сельского хозяйства на основе сельскохозяйственных данных посредством систем поддержки принятия решений являются одними из приоритетных направлений проводимых в этом направлении научных исследований.

В Республике Узбекистан с 2023 года в рамках реализации Государственной программы по реализации Стратегии развития на 2022-2026 годы «внимание к человеку и качественное образование» ведётся широкомасштабная работа по приоритетным направлениям ускоренного развития национальной экономики и обеспечения высоких темпов её роста [1, с. 7]. Всё более актуальным становится повышение эффективности сельскохозяйственной деятельности за счёт применения цифровых технологий, внедрение в них интеллектуальных технологий, основанных на изучении опыта зарубежных стран.

Если говорить о методологическом подходе к выбору стратегических приоритетов, то среди важнейших факторов следует выделить специфику отечественного рынка, сложившуюся на данный момент социально-

экономическую ситуацию, а также приоритетность цифровых технологий для ускоренного развития сельскохозяйственных предприятий.

Согласно анализу, за сезон сельхозпроизводителю (дехканским, фермерским хозяйствам республики) придётся принять более 40 различных решений. Большая его часть является объектом оцифровки и оказывает непосредственное воздействие на эффективность сельхозпроизводства [3, с. 408].

По оценкам экспертов 33 % урожая теряется при посадке, выращивании, хранении и транспортировке [4, с. 230]. В таких условиях важное значение приобретают «умные» или «умные сельскохозяйственные» технологии, обеспечивающие рациональное использование имеющихся земельных, водных, материально-технических и трудовых ресурсов. Использование беспилотных летательных аппаратов позволяет детально изучить сельхозпосевы, осуществлять оперативный мониторинг, выявить проблемные участки.

Улучшение доступа к аналитическим данным наряду с цифровыми технологиями может помочь сократить процессы неравенства и глобального голода, соединив 570 миллионов ферм по всему миру с 8 миллиардами потребителей. Отдельно стоит отметить, что в настоящее время на российском рынке появляются компании, предлагающие услуги по развертыванию специализированного программного обеспечения на платформе IoT, способной интеллектуально обрабатывать данные, собранные с помощью электронных датчиков [2, с. 238]. Среди компаний, предоставляющих такие услуги, есть такие, как Rightech и kSense. В Республике Узбекистан активно изучается опыт российских и других зарубежных компаний, возможности его применения с целью увеличения производительности сельскохозяйственного труда.

Кроме того, сегодня во многих сельскохозяйственных отраслях начали использовать технологию IoT с целью внедрения интеллектуального земледелия для повышения эффективности и урожайности, а также для экономии времени и средств. Развитие технологий приводит к экономии

времени, поскольку датчики становятся меньше, переходят на сенсорные устройства, а также усложняются удаленные системы.

Поэтому, если мы сможем наладить процессы своевременного и правильного использования в нашей стране новейших технологий, таких как искусственный интеллект [5, с. 445], 5G и Интернет вещей, какими бы высокими они ни были, мы сможем выполнить задачи, поставленные Главой государства по цифровизации сельскохозяйственной деятельности. В то же время мы добьёмся устранения недостатков в сельскохозяйственной деятельности, гибели сельскохозяйственных культур, проблем с водой, а также производстве качественной продукции.

В области цифровых технологий основными задачами являются импортозамещение, развитие отечественной продукции и услуг, стимулирование сельхозпроизводителей к реализации интеграционных решений нашей страны. По этой причине переход к передовому сельскому хозяйству должен основываться на цифровых решениях для управления сельскохозяйственной деятельностью и цифровой экосистеме всех участников рынка, цифровых платформах в сфере транспортных и логистических услуг, продаж продуктов и кооперативов, а также на улучшенных цепочках поставок.

Список литературы:

1. Арзуманян, С. Ю. Реализация антикоррупционной политики в Республики Узбекистан в современных условиях. В сборнике: Организационно-управленческие механизмы антикоррупционной деятельности: российский и зарубежный опыт. Сборник тезисов докладов и статей VI международной научно-практической конференции российских и зарубежных университетов и РЭУ им. Г. В. Плеханова при участии представителей государственных и муниципальных органов власти. Отв. Ред. Р. А. Абрамов. – 2018. – С. 7-8.

2. Арзуманян, С. Ю., Наврузова, Э. Н. Стратегии управления финансовыми инновациями в банках. – Молодой учёный. – 2020. - № 14 (304). – С. 236-239.

3. Гайибназаров, Ш. Г. Совершенствование методологии организации учета объектов интеллектуальной собственности / Ш. Г. Гайибназаров, А. А. Кабулов, М. Ж. Темирханова. В сборнике: Инженерная экономика и управление в современных условиях: Материалы научно-практической конференции, приуроченной к 50-летию инженерно-

экономического факультета. Ответственный редактор В. В. Жильченкова. – 2019. – С. 406-411.

4. Езиев, Г. Л. Развитие бухгалтерского учета в условиях модернизации экономики Республики Узбекистан / Г. Л. Езиев, М. Ж. Темирханова // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4. - № 3. – С. 224-231.

5. Темирханова, М. Ж. Совершенствование бухгалтерского учёта и аудита объектов интеллектуальной собственности / М. Ж. Темирханова, М. Ш. Бакирова, М. Ш. // В сборнике: Научные исследования в социально-экономическом развитии общества. Международная научно-практическая конференция научно-педагогических работников. – 2019. – С. 443-447.

Балхов Давлатмамад Эдармамадович
аспирант
Таджикского финансово-экономического университета,
г. Душанбе, Таджикистан

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРНЫХ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Аннотация: в статье представлен анализ проблем устойчивого социльно-экономического развития горных регионов Республики Таджикистан. Автор выделяет основные проблемы горных регионов, а также рассматривает некоторые эколого-экономические проблемы рассматриваемого региона.

Ключевые слова: устойчивое развитие, особенности горных регионов, горные регионы, развитие.

SOME ASPECTS OF SUSTAINABLE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE MOUNTAINOUS REGIONS OF THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN

Abstract: the article presents an analysis of the problems of sustainable socio-economic development of the mountainous regions of the Republic of Tajikistan. The author identifies the main problems of mountain regions, and also considers some ecological and economic problems of the region under consideration.

Keywords: sustainable development, features of mountain regions, mountain regions, development.

Республика Таджикистан является горной страной с абсолютными высотами поверхности от 300 до 7 495 м. Основной особенностью гор Республики Таджикистан считается чередование горных хребтов и долин

различной величины и формы. Горные хребты принадлежат Тянь-Шаньской, Алайской и Памиро-Дарвазской горным системам.

Горы занимают 93 % территории, почти половина территории страны лежит выше 3000 м. Рельеф характеризуется глубокой расчленённостью с чередованием глубоких каньонов и высоких хребтов. Равнинные территории на юго-западе (Вахшская долина) и северо-западе (Ферганская долина) представляют собой широкие речные долины, сложенные мощными аллювиально-пролювиальными отложениями.

Наиболее характерные черты природных условий Таджикистана, определяющие особенности природно-географической среды его районов и поясов, вытекают из того, что это типичная горная страна. По гипсометрическому положению и своему характеру его рельеф разделён на несколько ярусов: возвышенностей – до 700–800 м, предгорий – до 2 000-2 100 м, среднегорий – до 3 100-3 200 м, высокогорий – до 4 400-4 500 м. Горные районы, лежащие выше 600-700 м, составляют более 93 % всей территории Республики.

Важно отметить, что до Конференции ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992 г.), не существовало широкого признания и внимания к горным регионам, которые требуют особого подхода к исследованию и изучению. По итогам вышеуказанной конференции горам была посвящена отдельная Повестка XXI век [2-4].

По сочетанию социально-экономических, экологических и геополитических факторов горных регионов Республики Таджикистан следует отнести к проблемным регионам, не только в региональном плане, но и мировом масштабе.

К основным типичным проблемам, которые имеют место в ряде горных стран, следует отнести:

а) хрупкое равновесие природной среды (высокая сейсмичность, большие перепады высотных отметок, высокая напряжённости состояния всех вертикальных поясов и т. д.);

б) высокая степень антропогенной нагрузки на природные ландшафты и относительно высокая плотность населения в горных оазисах;

в) в основном природно-сырьевая направленность промышленности с преобладанием орошаемого земледелия до абсолютной высоты 2 500 м и экстенсивного пастбищного животноводства на всей территории Республики;

г) нестабильная геополитическая ситуация на южных границах Республики с увеличивающейся угрозой различного типа;

д) тупиковое географическое и транспортное положение высокогорного края, труднодоступность и отдалённость от центральных и северных, более развитых районов страны;

е) малоземельность и скудность плодородия почв;

ж) недостаточное вложение труда и капитала при прочих равных условиях;

з) неосвоенность высокогорных территории.

Эти особенности вместе с общими закономерностями переходной экономики, характерными для всего постсоветского пространства, привели к тому, что экономический кризис, ухудшение условий жизни, бедность, признаки деградации природной среды проявляются в Таджикистане сильнее, чем в большей части других стран постсоветского пространства.

Стратегическая цель Концепции устойчивого развития горных регионов заключается не только в решении общечеловеческих глобальных проблем, но и в выживании и развитии конкретного горного региона.

Проникновение идей устойчивого развития в общественное сознание проявляется также в том, что происходит явная переориентация научных исследований от традиционной к комплексному рассмотрению проблем на основе новых трендов развития науки.

Среди экологических проблем, привлекающих внимание исследователей, выделяется проблема естественной аридизации природных ландшафтов, многократно усиливающейся в результате их активной антропогенизации.

Активизация процесса опустынивания наблюдается во всех высотных ландшафтных поясах.

В таблице 1 представлена структура высотного расселения горных территорий Таджикистана.

Таблица 1

Структура высотного расселения горных территорий Таджикистана [5, с. 236]

Высотные показатели территорий	**Площадь заселённых территорий, км^2**	**Население**		**Плотность, чел/км^2**
		тыс. Чел.	**Уд, вес, %**	
До 500 м	19 305,12	2 753,1	40,40	143
От 500 до 1 000 м	23 419,99	3 144,7	46,10	134
От 1 000 до 1 500 м	17 604,51	582,9	8,54	33
От 1 500 до 2 000 м	17 535,8	172,7	2,53	10
От 2 000 до 3 000 м	18 406,8	150,6	2,20	8
Свыше 3 000 м.	38 442,2	15,6	0,23	0,4
Итого по Республике:	134 714,42	6 819,6	100	50,6

Приведённые данные свидетельствуют о том очевидном обстоятельстве, что с повышением высотности поселений снижается их численность. На высоте выше 3 000 метров высокогорье уже обезлюжено. С увеличением высотности горных поселений возможности их хозяйственной активности сокращаются, поскольку не только высота, но и более суровые условия проживания ограничивают хозяйственную деятельность, особенно сельскохозяйственную, поэтому в высокогорных поселениях земля в значительной степени утрачивает агрономические качества и землепользование главным образом трансформируется в пользование территорией.

В среднегорной зоне наблюдается максимальный показатель естественного смыва почвы, поверхностного стока и овражной эрозии, а индекс антропогенной эрозии резко сокращается, что связано с особенностями природных факторов и уменьшения антропогенных воздействий. В редколесьях смыв почвы достигает 0,6–100 т/га.

В силу сухого климата и нерегулируемого использования земель гослесфонда под пастбища, естественное возобновление основных

лесообразующих пород (арча, фисташка, миндаль и т. д.) практически отсутствуют. Поэтому основным способом борьбы с процессами опустынивания горных территорий является создание новых лесных массивов путём посева, посадки лесных культур и содействия естественному возобновлению горных лесов. Все лесные территории Республики Таджикистан (3,8 % территории) отнесены к первой категории, тем не менее, в годы энергетического кризиса естественным источником отопления (в большинстве горных территориях) служила древесина. По оценкам некоторых специалистов, в результате вырубки деревьев, носившей массовый характер, площадь леспокрытия за последние 10 лет сократились почти на 9 % [3].

В Таджикистане остро стоит проблема рационального землепользования. Общая площадь сельскохозяйственных угодий составляет почти 30 % от общей площади Республики. Несмотря на увеличение общей площади орошаемых земель, площадь их на одного жителя сокращается большими темпами.

Для рационализации землепользования и обеспечения устойчивого развития в аграрном секторе следует применить комплекс мер, включающий: восстановление дренажно-коллекторной системы, насосных станций и всей оросительной сети, строгое водосбережение, строительство водохранилищ небольших объёмов местного значения, осуществление широкомасштабных агролесомелиоративных работ и борьбы с эрозией почв. Большое значение следует придавать повышению агрономический знаний дехкан и фермеров, живущих в горных местностях.

Для Республики Таджикистан немаловажную роль в условиях высокого темпа прироста населения также имеет и проблема нерационального использования земель под жилищное и промышленное строительство. Сложный рельеф местности, крайняя ограниченность территорий для строительства, высокая сейсмичность, слабые (просадочные) грунты, характерные для большей части регионов Республики, обуславливают необходимость использования земель под застройку на глубокой научной основе. Освоение сложного рельефа под строительство, внедрение приёмов

планировки и застройки типов зданий и сооружений, учитывающих сложный рельеф местности, позволит использовать в градостроительстве непригодные и малопригодные для сельского хозяйства земли.

Таким образом, исследования факторов и тенденций пространственно-временных преобразований природных комплексов и отдельных компонентов показывают необходимость решения не только социально-экономических, но и экологических задач, связанных устойчивым развитием горных регионов Таджикистана. Решение их должно опираться на сеть мониторинговых исследований и прогнозирование эколого-экономической ситуации, возникающей на всех этапах развития горных районов республики.

Список литературы:

1. Закон РТ «О горных регионах Республики Таджикистан» (Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан, 2013. - № 7).

2. Аламшоев, А. К. Системный и комплексный подходы к устойчивому развитию горных территорий / Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – 2022. - № 7. – С. 192-197.

3. Проблемы устойчивого развития горных территорий Республики Таджикистан. – Душанбе : «Сурушан», 2002. – 256 с.

4. Приложение к постановлению МПА СНГ от 27 ноября 2020 года № 51–12 Модельный закон «О развитии и охране горных территорий».

5. Сафарова, О. О. Создание условий и государственная поддержка устойчивого развития горных территорий / О. О. Сафарова, А. Р. Бобоходжиев, М. У. Каримова. В сборнике: Мелиорация как драйвер модернизации АПК в условиях изменения климата. Материалы Международной научно-практической интернет-конференции. – 2020. – С. 232–237.

Башарова Ирина Кадировна
аспирант
Пермского государственного национального
исследовательского университета,
г. Пермь

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВОДОСНАБЖЕНИЯ ГОРОДА ПЕРМИ

Аннотация: рынок жилищно-коммунальных услуг (ЖКХ) играет важную роль в обществе и экономике, характеризуя качество жизни граждан.

Водоснабжение городов является одной из ключевых задач современного общества. С ростом населения и урбанизации проблема обеспечения жителей чистой водой становится всё более актуальной. Данная статья раскрывает особенности становления водоснабжения г. Перми, начиная с мещанского водопровода до современных очистных систем. Анализ настоящего водоснабжения пермяков производится на фоне сопоставимых городов России.

Ключевые слова: рынок жилищно-коммунальных услуг, водопровод, история пермского водопровода.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF WATER SUPPLY IN THE CITY OF PERM

Abstract: the housing and communal services (housing and communal services) market plays an important role in society and the economy, characterizing the quality of life of citizens. Urban water supply is one of the key tasks of modern society. With population growth and urbanization, the problem of providing residents with clean water is becoming more and more urgent. This article reveals the peculiarities of the formation of Perm's water supply starting from the Meshchansky water pipeline to modern sewage treatment systems. The analysis of the present Permian water supply is carried out against the background of comparable cities in Russia.

Keywords: the housing and communal services market, water supply, the history of the permian water pipeline.

Анализ рынка ЖКХ не только теоретически, но и практически важен для устойчивого развития общества и повышения жизненного уровня граждан. Система водоснабжения и водоотведения – это ключевой элемент коммунальной инфраструктуры, обеспечивающий жителей города качественной питьевой водой. Становление водопровода города Перми имеет глубокие корни, большая часть трубопроводов была построена ещё в советские времена и требует регулярного обслуживания и модернизации. Кроме этого, город расположен на холмистой местности, что создаёт сложности подачи воды в отдалённые районы.

История устройства городского водопровода Перми раскрывает множество интересных фактов. Например, первоначальный проект водопровода инженера Макарова был признан неосуществимым для города из-за своей дороговизны. История начинается с ноября 1873 года, когда Пермская

городская дума рассмотрела заявление мещанки Екатерины Павловны Кашиной, которая просила уступить ей в 25-летнее арендное пользование место на реке Каме и по оврагу реки Медведки «для постановки барки с паровой водоподъёмной на ней машиной для проведения воды посредством водопроводной трубы в устроенные ею торговые бани» [3]. Мощность водопровода составляла 4 500 вёдер в сутки. А городской водопровод Пермское земство начало строить только в 1886 году трубами из лиственницы. В 1907 году в городе построили централизованный городской водопровод. К середине 1920-х годов мощность достигала 500 тысяч м3 в год, а протяжённость водопроводной сети в городе насчитывала уже 54,5 километра [там же]. Очистке стала подвергаться поставляемая горожанам вода только со строительством в 1931 году Большекамского водозабора. В 1970 г. на реке Чусовой построили новый водозабор с очисткой воды соответствующий ГОСТу.

На сегодняшний день централизованное водоснабжение и водоотведение г. Перми преимущественно передано в частные руки в соответствии с соглашением от 2003 г. С 2005 года заключён долгосрочный (на 49 лет) договор аренды пермского водоканала между «НОВОГОР-Прикамье» и администрацией города Перми [5]. По концессионному соглашению к компании перешли права владения примерно на 90 % объектов централизованной системы водоснабжения и водоотведения г. Перми, находящихся в муниципальной собственности.

Для актуальной характеристики системы жилищно-коммунального хозяйства г. Перми в области водоснабжения необходимо рассмотреть её данные на фоне других городов России со схожими характеристиками по тем или иным параметрам [1]. Возьмём выборку городов с относительно равной численностью населения и географически близкими характеристиками (таблица 1). Также актуально будет рассмотреть эту выборку в разрезе площади города и плотности населения, так как протяжённость водопровода зависит не

только от количества потребителей, но и плотности их распределения на территории города.

Таблица 1

Список городов России с населением более 100 тысяч жителей [4]

Номер в общем рейтинге по численности населения в России	**Город**	**2024 г.**	**Площадь, кв. м**	**Плотность населения, чел./км2**
4	Екатеринбург	1536	1111	1383
8	Челябинск	1177	502	2347
9	Уфа	1163	707	1643
13	Омск	1104	566	1948
14	Воронеж	1046	597	1768
15	Пермь	1027	799	1283
16	Волгоград	1019	859	1186

Наиболее близкими для сопоставления оказались города Волгоград, Уфа и Екатеринбург. Рассмотрим для этих городов статистические показатели по водоснабжению и водоотведению.

Таблица 2

Протяжённость водопроводных сетей (километр) с расчётом относительно площади города и численности населения [5]

Город	**Протяженность водопроводных сетей, км**	**Водопровод относительно площади города, км/м2**	**Водопровод относительно численности населения, км/тыс.чел**
Волгоград	2 242,9	2,61	2,20
Уфа	1 835,8	2,60	1,58
Пермь	1 344,89	1,68	1,31
Екатеринбург	1 841,38	1,66	1,20
Челябинск	1 885,62	3,76	1,60
Омск	1 933,65	3,42	1,75

Из сделанной нами выборки городов и показателей пока лидирует Челябинск и Волгоград. Длина водопровода не всегда прямо пропорционально

зависит от количества потребителей. Для густо заселённых городов взвешенный показатель длины трубопровода на душу населения будет ниже.

Рассмотрим ещё некоторые статистические данные в динамике относительно рассматриваемого объекта.

Таблица 3

Число аварий в системе водопровода (единица, значение показателя за год, по всем видам собственности) [4]

Субъект	**2020 г.**	**2021 г.**	**2022 г.**	**2023 г.**
РФ	54 464	55 195	38 173	32 139
Воронеж	175	45	9	6
Волгоград	165	178	217	263
Уфа	26	50	40	31
Пермь	397	505	222	343
Екатеринбург	1 003	1 097	901	616
Омск	238	242	243	247

Таблица 4

Число аварий на канализационных сетях (единица, значение показателя за год) [4]

Город	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Пермь	286	165	160	113	128
Челябинск	66	101	60	75	54
Омск	90	41	37	60	60

Из приведённых статистических данных в аспекте бесперебойного предоставления услуг водоснабжения и водоотведения видна положительная динамика развития рынка коммунальных услуг.

В числе приоритетных направлений инвестиционных вложений: повышение качества питьевой воды, повышение надёжности и безопасности работы сооружений, повышение экологической и энергетической эффективности, подключение объектов строительства к централизованным системам водоснабжения и водоотведения [2, 3].

В 2023-2027 годы ресурсоснабжающая организация планирует выполнить 57 мероприятий на сетях водоснабжения и водоотведения общей протяженностью 61,8 км, что потребует инвестиций свыше 3 млрд рублей [5].

Результаты начала этой работы уже видны по сокращению количества аварий на сетях. В целом, развитие водопровода Перми – это сложный и многогранный процесс, который требует совместных усилий властей, специалистов и жителей города. Только при условии современного подхода и инвестиций в инфраструктуру можно обеспечить жителей Перми качественной и безопасной питьевой водой на долгие годы вперед.

Список литературы:

1. Оборин, М. С. Потребительский рынок страны: актуальные тенденции / Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2022. – Т. 24. - № 4. – С. 95-105.

2. Оборин, М. С. Региональные тенденции развития потребительских цифровых технологий сферы услуг / Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16. - № 1. – С. 143–151.

3. Потребительский рынок в системе социально-экономических отношений: Монография / Е. В. Гордеева, М. М. Трясцин, Н. М. Глодных [и др.]; Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». – Том 7. – Пермь : Издательство «МиГ», 2014. – 225 с.

4. Официальные статистические показатели https://fedstat.ru

5. Официальный сайт «Новогор-Прикамье» https://novogor.perm.ru

Брылов Андрей Юрьевич
аспирант
Пермского государственного национального
исследовательского университета,
г. Пермь

УСЛОВИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИИ

Аннотация: рынок жилищно-коммунальных услуг является сложным объектом государственного регулирования, поскольку высокая протяжённость коммуникаций и высокие темпы строительства должны сопровождаться качественными услугами в полном объёме и достаточным ресурсным обеспечением. В этих условиях поддержание стабильного состава участников

рынка ограничено объёмами финансирования и уровнем проблем, стоящих перед отдельно взятым субъектом РФ. Существенное влияние на данный процесс оказывает состояние жилищного фонда, тарифы и достаточность материальных ресурсов отрасли.

Ключевые слова: услуги, государственное управление, рынок жилищно-коммунальных услуг, жилищный фонд, условия государственного управления.

CONDITIONS OF STATE MANAGEMENT OF THE HOUSING AND COMMUNAL SERVICES MARKET IN RUSSIA

Abstract: the housing and communal services market is a complex object of state regulation, since a high length of communications and high construction rates must be accompanied by high-quality services in full and sufficient resource provision. Under these conditions, maintaining a stable composition of market participants is limited by the volume of financing and the level of problems facing a single subject of the Russian Federation. The state of the housing stock, tariffs and the sufficiency of the material resources of the industry have a significant impact on this process.

Keywords: services, public administration, housing and communal services market, housing stock, conditions of public administration.

Жилищно-коммунальные услуги имеют важное социальное значение, влияют на качество жизни населения, способствуют решению значимых для общества проблем. Несмотря на достаточное количество нормативных актов, регулирующих данную сферу экономической деятельности, существует большое количество проблем, связанных с ресурсным обеспечением функционирования управляющих компаний, регулированием тарификации, зависимостью от качества сетевой инфраструктуры.

На состояние рынка жилищно-коммунальных услуг оказывают влияние условия, сложившиеся в различных субъектах РФ и в целом по стране. Объёмы жилья, находящегося в собственности граждан, постоянно растут (рисунок 1).

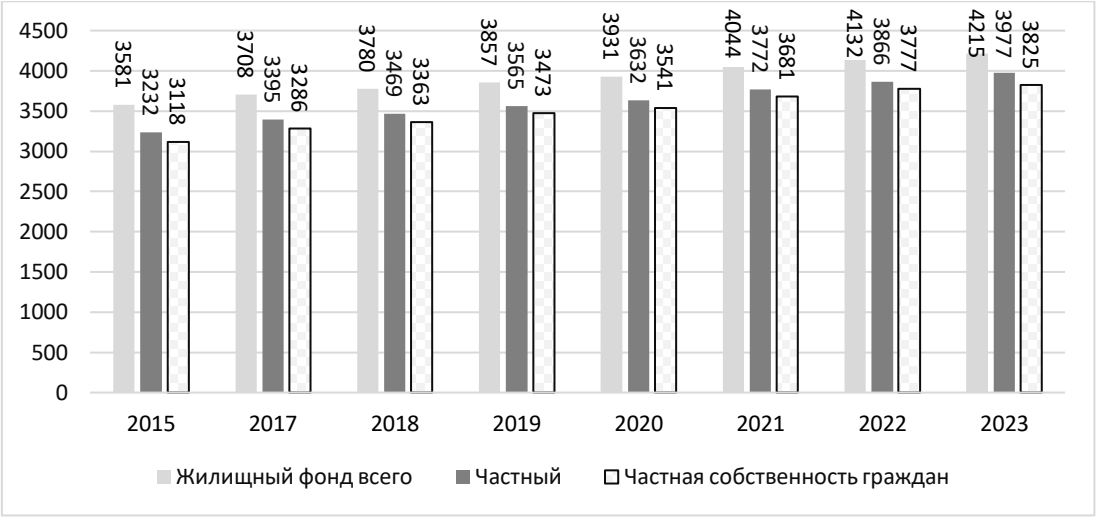


Рисунок 1 – Динамика изменения жилищного фонда в РФ, включая частную собственность в 2015–2023 гг., млн м^2 (составлено по данным [4, 5])

Национальный проект «Жильё и городская среда» и программа «Расселение аварийных домов» позволили существенно улучить условия жизни свыше 560 тысяч граждан уже в текущем году. В регионах страны граждане активно приватизируют и благоустраивают жильё, включая услуги жилищно-коммунального хозяйства: проводятся газовые и водопроводные сети, устанавливаются частные системы отопления и т. п.

Обновление инфраструктуры осуществляется в рамках Государственной программы «Обеспечение доступным и комфортным жильём и коммунальными услугами граждан Российской Федерации», в соответствии с которой субъекты РФ реконструируют сети тепло- и водоснабжения, водоотведения.

Государственная и муниципальная собственность уменьшается по числу квадратных метров, что связано с программами по сносу ветхого и аварийного жилья, по которым жильцы могут в последующем обеспечить переход новой квартиры в личную собственность (рисунок 2).

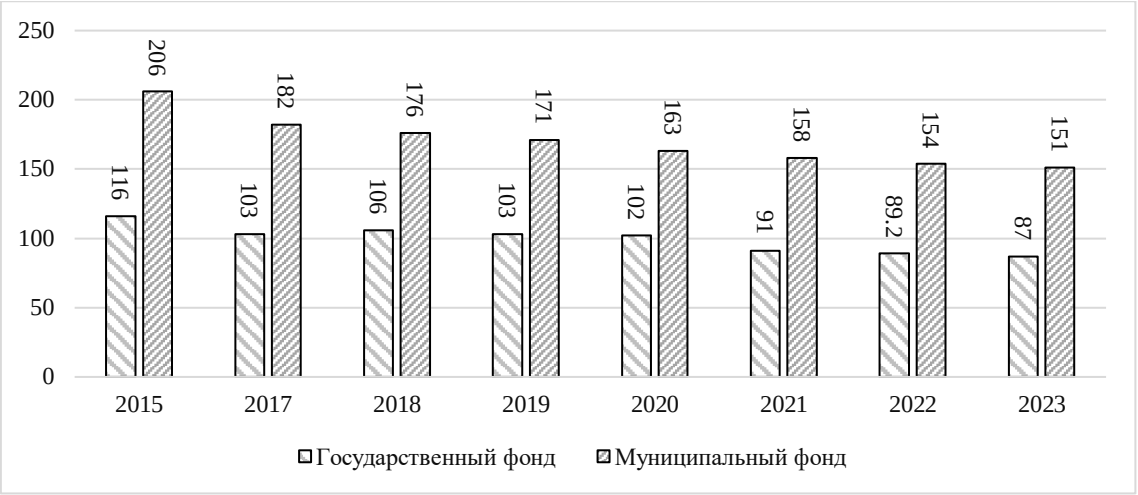


Рисунок 2 – Динамика изменения государственного и муниципального жилищного фонда в РФ в 2015–2023 гг., млн м^2 (составлено по данным [4, 5])

Программа «Чистая вода» реализуется в России с целью повышения качества питьевой воды из-под крана во многих субъектах РФ, сейчас обеспеченность составляет чуть менее 90 % [5]. Актуальность национальных программ и проектов возрастает в условиях ежегодного роста площади жилого фонда (рисунок 3).

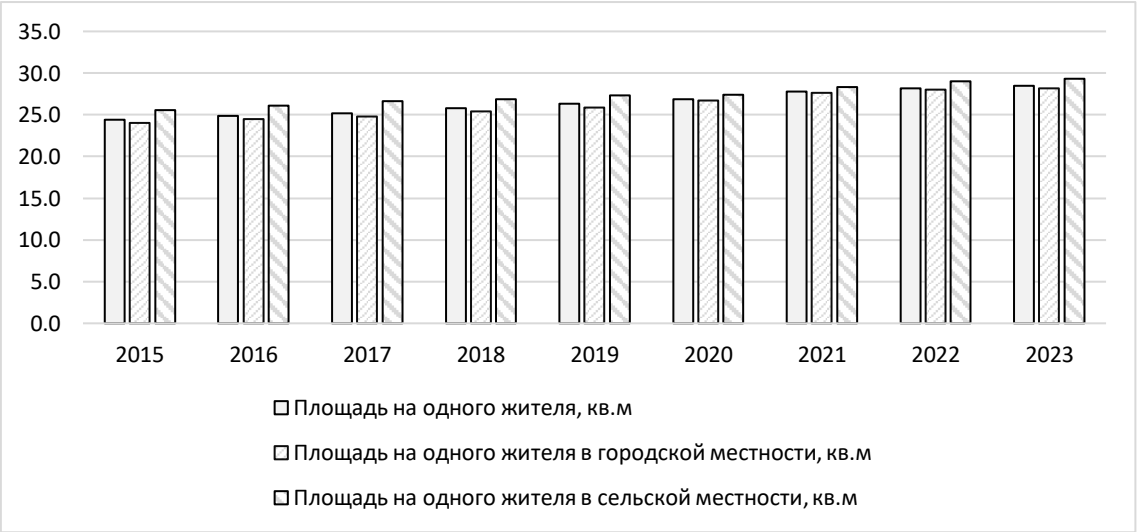


Рисунок 3 – Динамика изменения площади жилого фонда в РФ в 2015–2023 гг., кв. м (составлено по данным [4, 5])

Сопутствующей проблемой является нагрузка на коммуникации, которые во многих городах не рассчитаны на рост числа жителей. Особенно остро данное ограничение наблюдается в крупных агломерациях, являющихся центрами притяжения миграции курортных городах, в которых существенно

вырос туристский поток в 2020–2024 гг.

Вышеизложенное свидетельствует о том, что основными условиями, влияющими на направления государственного управления рынком жилищно-коммунальных услуг, являются:

- рост объёмов жилищного строительства в городах и агломерациях;

- модернизация городских сетей и конструирование новых в сельских территориях;

- увеличение потребления, ограничивающего объёмы услуг в пиковые нагрузки на тепловые сети, водоснабжение и водоотведение.

Список литературы:

1. Оборин, М. С. Взаимосвязь строительства и качества услуг жилищно-коммунального хозяйства / Экономика строительства и природопользования. – 2018. - № 3 (68). – С. 120–130.

2. Оборин, М. С. Региональные тенденции развития потребительских цифровых технологий сферы услуг / Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16. - №1. – С. 143–151.

3. Оборин, М. С. Развитие строительной отрасли в новых макроэкономических реалиях / Экономика строительства и природопользования. – 2022. - № 1–2 (82-83). – С. 31–38.

4. Жилищное хозяйство в России. 2022: Статистический сборник. Росстат. – 2022. – 83 с.

5. Официальный сайт Росстата. О жилищном строительстве в Российской Федерации в 2023 году [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/jil_stroi_2023.pdf (дата обращения: 01.10.2024).

Булатова Елена Ивановна
старший преподаватель,
зав. Научно-исследовательской лабораторией товарных экспертиз
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ЭКСПЕРТИЗЫ МЕБЕЛИ

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы совершенствования экспертизы корпусной мебели. Обозначена проблема по определению процента потери качества мебели в зависимости от дефекта, отсутствие методики,

устанавливающей единый порядок расчёта стоимости по устранению дефектов в мебели. Предложения позволят повысить качество оказываемой услуги по экспертизе мебели, ее объективность.

Ключевые слова: корпусная мебель, экспертиза, дефекты, процент потери качества, стоимость устранения дефекта.

SUGGESTIONS FOR IMPROVING EXAMINATION FURNITURE

Abstract: the article discusses issues of improving the examination of cabinet furniture. The problem of determining the percentage of loss of furniture quality depending on the defect, the lack of a methodology that establishes a uniform procedure for calculating the cost of eliminating defects in furniture, is outlined. The proposals will improve the quality of furniture examination services and its objectivity.

Keyword: cabinet furniture, examination, defects, percentage of quality loss, cost of eliminating the defect.

Корпусная мебель – в настоящее время является одной из востребованных покупателями товарных групп. Корпусная мебель, которая предлагается производителями потребителю и изготавливаемая по индивидуальным заказам – это модульные секции, серии, комплекты и наборы, выполненные в одном цвете, стилевого исполнения, что позволяет потребителю приобрести те или иные модели, которые ему необходимы для благоустройства спальни, гостиной, рабочего кабинета, детской или прихожей.

Современный рынок предлагает корпусную мебель различных размеров, изготовленную из современных материалов, различных фасадов, что заметно может отличать один интерьер от другого.

Технология изготовления мебели включает этапы: изготовление деталей путём их раскроя под определённые размеры, операции по нанесению защитно-декоративных покрытий и материалов, комплектация деталями сборки и сборка.

Корпусная мебель относится к товарам длительного пользования, в связи с чем она должна обладать необходимыми потребительскими свойствами и обеспечивать качество и безопасность изделий на весь строк службы мебели.

Обеспечение свойств подтверждается показателями качества: прочность узлов и деталей, устойчивость изделий, надёжность креплений и др.

Требования к мебели регламентируются техническим регламентом ТР ТС 025/2012 «О безопасности мебельной продукции» и стандартами. Соблюдение технологии изготовления, сборки мебели в соответствии с требованиями ГОСТ, является гарантией качества и безопасности для потребителей.

При анализе данных поступивших заявок на проведение экспертизы корпусной мебели в Научно-исследовательскую лабораторию товарных экспертиз выявлено:

- с 2021 года к 2024 году количество обращений на проведение экспертизы увеличилось на 44 %, в том числе по определениям судов на 26 %;

- корпусная мебель составляет 24 % от всех поступивших в лабораторию товаров на экспертизу;

- корпусная мебель составляет 66 % от всех поступивших заявок по экспертизе мебели;

- 61 % составляет корпусная мебель, представленная наборами и гарнитурами, 39 % составляют единичные изделия корпусной мебели.

Основные дефекты, по которым заказчики обращались в лабораторию: сколы, расхождение полос облицовки, необработанные места креплений, необработанные торцы, трещины, отсутствие декоративных заглушек, отклонение по вертикали боковых поверхностей, смещение фасадных дверей относительно друг друга, изменение цвета поверхности фасадов и др.

Выявленные дефекты свидетельствуют о низком качестве изготовления и сборки мебели, использование некачественных материалов, фурнитуры.

При вынесении определения на проведение экспертизы судом ставятся различны вопросы.

1. Имеет ли мебель недостатки?

2. Если недостатки имеются, то какова причина их образования (производственная, эксплуатационная, вследствие ненадлежащей установки и другие)?

3. Являются ли выявленные недостатки существенными?

В последние 2 года на рассмотрение эксперту судом стал ставиться вопрос:

- какова потеря качества от выявленных недостатков на момент проведения экспертизы в процентном и суммовом выражении?

Таким образом, в ходе проведения экспертизы на первоначальном её этапе экспертом должна быть установлена потеря качества. Как правило, это экспертная оценка, а далее должен быть произведён расчёт затрат по устранению дефектов (недостатков).

В настоящее время не имеется какой-либо экспертной оценки для установления процента потери качества. Разными экспертами потеря качества определяется, как говорится «на глазок», что приводит к тому, что один и тот же дефект имеет разный процент потери качества.

Однако одним из негласных правил является равенство при установлении процента потери качества и стоимости расходов на устранение дефектов. Чем качественнее экспертная оценка потери качества, тем более объективный результат отражается в выводах экспертов в стоимостном выражении по устранению дефектов (недостатков).

Приведём один из примеров ответа на этот вопрос.

При проведении экспертизы шкафа было установлено:

- имеется изменение цвета поверхностей фасадов в виде пятен (полос) с изменением оттенка.

Согласно спецификации стоимость шкафа составляет 69 800,00 рублей.

Для изготовления применены материалы:

- система открывания толкатель;

- система выдвижения: направляющие шариковые полного выдвижения;

- штанга из алюминия;

- петли «БЛЮМ» без пружины;

- ЛДСП толщиной 16 мм, цвет – велюр U7508.

Экспертным методом процент потери качества установлен – 40 %, что в стоимостном выражении составляет 27 920,00 рублей.

Для устранения дефектов необходима замена фасадов шкафа.

При проведении расчётов по устранению дефектов (недостатков, несоответствий) проанализирована информация о ценах на материалы, на ремонт мебели в открытых интернет-источниках.

Таблица 1

Цены на заменяемые материалы, работы для устранения дефекта

Наименование	**Сайт**	**Цена за ед., пм/м²/штук у/комплект**	**Средняя цена**
ЛДСП толщина 16 мм цвет велюр U7508	https: //lesplit.ru/catalog/ldsp/ldsp-uvadrev/ldsp-velyur-u7508-pe-2750x1830x16-mm-uvadrev/	4 081,00	4 710,12
	https: //mfsibir.ru/catalog/item/velyur_u7508_shagr_re/	4 564,35	
	https: //xn----7sbzghf7ail.xn–p1ai/catalog/ldsp-mdf-dvpo/ldsp-uvadrev/ldsp-uvadrev-tolshina-16mm-840/41601-ldsp-16mm-veljur-u7508-shagr–re-uvadrev.html	5 485,00	
Итого: 4710,12			
Стоимость изготовления	https: //inlnk.ru/ZznA84	67 500,00	76 250,00
	https: //perm.hh.ru/vacancies/master_mebelnogo_proizvodstva	85 000,00	
Стоимость сборки	https: //inlnk.ru/VoBv9n	52 601,00	74 891,50
	https: //inlnk.ru/n0LAPe	97 182,00	

Далее была определена общая стоимость материалов.

Таблица 2

Стоимость материалов, работ с учётом количества

Наименование	Средняя цена	Количество (п/м, м², шт., компл. И т.д.)	Общая стоимость
ЛДСП, толщина 16 мм, цвет велюр U7508	4 710,12	2	9 420,24
Итого			9 420,24
Вспомогательные материалы 3 %			282,61
Стоимость изготовления	76 250,00	2	7 625,00
Стоимость сборки	74 891,50	1	3 744,58

Составлено автором.

Далее был проведён общий расчёт стоимости.

Стоимость материалов определена как среднерыночная стоимость материалов и комплектующих за единицу (м², погонный метр, 1 единица, комплект).

Количество определено прямым подсчётом штучных изделий.

Расчёты по метражу деталей установлены как общее количество материалов в м² и погонных метрах с учётом раскроя материалов (карт раскроя, потерь при раскрое и т. д.).

Стоимость работ по изготовлению и сборке определена как средняя зарплата по данным видам работ, предлагаемая работодателями.

Накладные и косвенные расходы (отчисления по заработной плате, стоимость энергоносителей, амортизационные расходы, рентабельность и т. д.) определены по основным укрупненным процентам, применяемым для мебельного производства.

Расчёт:

- заработная плата – 11 369,58 рублей;
- начисления по заработной плате (30,9 %) – 3 513,20 рублей;
- энергоносители (6 %) – 582,17 рублей;
- амортизационные начисления (6 %) – 582,17 рублей.

Итого: 25 749,97 рублей.

Рентабельность (8 %) – 2 059,99 рублей.

Общая стоимость: 27 809,96 рублей.

Стоимость работ/материалов по устранению дефекта (недостатка), руб. 27 809,96 рублей.

Таким образом, установленный экспертным путём процент потери качества – 40 % в суммовом выражении – 27 920,00 рублей, что соответствует стоимости по устранению недостатков, определённых расчётным методом – 27 809,96 рублей.

По проведённым исследованиям и анализу можно предложить следующее.

В основу определения потери качества мебели в процентах должны быть положены следующие принципы:

- потеря качества мебели определяется по наличию установленных дефектов;

- размер потери качества зависит от вида и выраженности дефекта;

- оценка качества производится по наиболее значимому дефекту, его влиянию на снижение потребительских свойств.

При проведении расчётов по устранению дефектов необходимо:

- проведение анализа рынка цен материалов не менее чем из трёх источников;

- учитывать количество материалов (размеры, количество и т. д.);

- определять стоимость работ по изготовлению и сборке;

- учитывать накладные и косвенные расходы.

Данные предложения позволят установить единый порядок проведения экспертиз по вопросу потери процента качества и установления стоимости по устранению дефекта (недостатка), позволят повысить качество оказываемой услуги по экспертизе, ее объективность.

Список литературы:

1. ТР ТС 025/2012 «О безопасности мебельной продукции».

Вовк Анна Мартиновна
ведущий бизнес-консультант
консалтинговой компании АО «А.Консалт»,
председатель комитета по вопросам развития
инвестиционной среды для бизнеса Московской
торгово-промышленной палаты,
г. Москва

НЕЙРОГРАФИКА КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ

Аннотация: статья посвящена изучению изменений в мотивации людей в современном предпринимательстве, регулярно практикующих самокоучинг или групповой коучинг с использованием метода «Нейрографика» для достижения

устойчивых результатов в решении бизнес задач. Актуальность данного исследования обусловлена резкими изменениями во внешней среде, что оказывает непосредственное влияние на каждого работника интеллектуального труда, что сказывается на снижении производительности труда, как следствие низкой мотивации. Благодаря использованию метода происходят положительные трансформации в кратчайшие сроки. Сотрудники бизнес-организаций обретают собранность, жизненный тонус и повышают самооценку и мотивацию. В статье приведены практические примеры и качественно-количественная оценка изменений.

Ключевые слова: мотивация, менеджмент, бизнес-среда, коучинг, нейрографика, современное предпринимательство.

NEUROGRAPHY AS A METHOD OF INCREASING EMPLOYEE MOTIVATION

Abstract: the article is devoted to the study of changes in the motivation of people in modern entrepreneurship who regularly practice self-coaching or group coaching using the «Neurography» method to achieve sustainable results in solving business problems. The relevance of this study is due to drastic changes in the external environment, which has a direct impact on each employee of intellectual labor, which affects a decrease in labor productivity as a result of low motivation. Thanks to the use of the method, positive transformations occur in the shortest possible time. Employees of business organizations gain concentration, vitality and increase self-esteem and motivation. The article provides practical examples and qualitative and quantitative assessment of changes.

Keywords: motivation, management, business environment, coaching, neurography, modern entrepreneurship.

Данная тема исследования является достаточно актуальной, так как в современном предпринимательстве в настоящее время ведутся многочисленные дискуссии о выработке эффективных методов воздействия на трудовую мотивацию с целью повышения производительности и эффективности труда [6, 7]. Внимание к мотивации возрастает как в России, так и за рубежом. По-нашему мнению, в эпоху активно развивающегося искусственного интеллекта следует уделить особое внимание межличностным методам воздействия на человека, в частности, на коучинг-методы.

Проблематика применения коучинг-методов в мотивации обсуждается в работах Коллонтай Г. П., Пискарева П. М., Буралкиевой Б. Б. и Дырка С. [1, 2, 9]. Авторы рассматривают различные аспекты применения интегративных

психо-технологий, проводят практические исследования применения коучинга в бизнес-организациях. В рамках данной статьи мы говорим о целенаправленном создании мотивации в организациях.

Сам термин «мотивация» по мнению Ружанской Л. С. И Котляревской И. В. Означает совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению определённых действий; совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определённых целей; процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации [3]. В менеджменте различают внешнюю и внутреннюю мотивацию. Более подробно это отражено на рисунке 1. Внешняя мотивация создаётся внешними стимулами, к которым относят объекты, способы и средства. А внутренняя мотивация формируется самим индивидуумом путём его стремления к самосовершенствованию, самореализации.

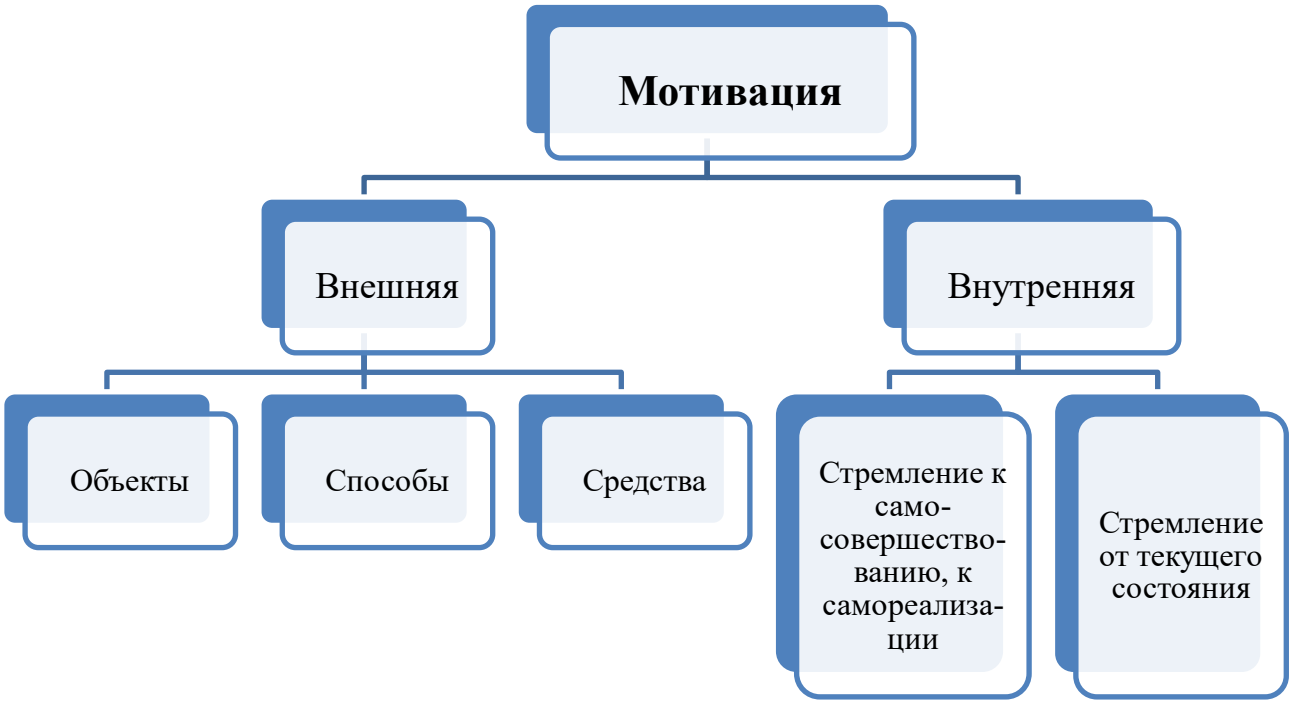


Рисунок 1 – Типы мотивации

Мы предполагаем, что инновационный метод «Нейрографика» может быть эффективной методикой в современном предпринимательстве в работе с бизнес-структурами для повышения производительности труда через влияние на мотивацию. Согласно интерпретации автора метода Пискарева П. М., «Нейрографика» может быть определена как метод графической экстериоризации репрезентаций с последующей обратной интериоризацией при использовании определённых приёмов, свойственных методу нейрографики [5]. То есть «Нейрографика» воздействует сразу на оба типа мотивации.

Рассмотрим более подробно внешний тип мотивации. По мнению Тюлькубаевой А. К., Нурсейтовой Г. Б., Сугирова Г. С., внешняя мотивация делится на три вида факторов: индивидуальные, командные и организационные [8]. В свою очередь, они имеют ещё разделение на ряд факторов. Индивидуальные факторы включат в себя компетентность, автономию, удовлетворённость работой и личные ценности. Командные факторы: сплочённость команды, поддерживающее лидерство, постановку целей и ясность роли. Организационные факторы: организационную культуру, систему вознаграждения и коммуникацию. Данную типологию мы используем в анализе результатов проводимого нами практического исследования.

Мы провели авторское практическое исследование факторов мотивации на базе компании, занимающейся оптовой торговлей. Мы выдвигаем четыре гипотезы: первая – индивидуальные факторы оказывают решающее влияние на мотивацию; вторая – организационные факторы оказывают решающее влияние на мотивацию; третья – командные факторы оказывают решающее влияние на мотивацию; четвертая – все три типа факторов оказывают равноценное влияние на мотивацию.

Из каждой группы факторов были выделены по одному фактору: в индивидуальных – удовлетворённость работой, в командных – постановка целей и ясность роли, в организационных – коммуникация. Были созданы дневники наблюдений для каждого участника, в которые были включены эти факторы с балльной оценкой от 1 до 5, где 1 – много ниже приемлемого уровня,

2 – ниже приемлемого уровня, 3 – приемлемый уровень, 4 – выше приемлемого уровня, 5 – много выше приемлемого уровня.

В дневник также были включены ещё два показателя: уровень психологической загруженности и уровень энергии с балльной оценкой от 1 до 10. В исследовании приняла участие группа из 5 человек, сотрудники коммерческого отдела бизнес-компании. Среди них 2 женщины, 3 мужчин. Женщины возраста 41 и 52 года, замужние, воспитывают по 1 ребёнку. Занимаются активными продажами всю свою карьеру. Мужчины возраста 38, 42, 53 года. Первые два – женатые, воспитывают по 2 детей в семье. Третий – разведён, имеет сына подросткового возраста. Все трое занимаются активными продажами.

Все участники получили базовые знания по выполнению базового алгоритма Нейрографики и Алгоритма снятия ограничений Пискарева П. М. [4]. В течение 21 дня проводилась ежедневная практика при участии коуча в смешанном формате (онлайн и офлайн) на бумаге формата А 6 в рамках кейса «Самодисциплина» и велись дневники наблюдений. Первые 10 дней работа проводилась вечером в 17-00, по завершению рабочего дня. Вторые 11 дней работа проводилась утром в 11-00 в начале рабочего дня. Никакой существенной разницы по времени проведения практики занятий не выявлено. Участники группы высказали, что лишь с практической точки зрения для них удобнее такие занятия вечером, чтобы освежить свою голову и получить дополнительную энергию после утомления в течение рабочего дня.

По итогам обработки данных всех дневников наблюдения у всех без исключения участников отмечалась единая тенденция изменения в 85 % случаев уровня психологической загруженности на снижение на 1 или 2 балла из 10. А также в 100 % случаев наблюдался рост уровня энергии на 1 или 2 балла из 10. В ходе устного опроса и обработки дневников наблюдения было установлено, что по результатам работы в рамках кейса уровень мотивации вырос значительно по всем параметрам: удовлетворённость работой повысилась на 2 и более балла, постановка целей и ясность роли повысились на

1 и более баллов и стали не менее приемлемого уровня, коммуникация повысилась на 2 и более балла и достигла уровня выше приемлемого.

Подводя итог проведённого эксперимента, мы можем сделать следующие выводы:

1) общий уровень энергии регулярно повышался во время занятий и устойчиво повысился после регулярного курса занятий;

2) общий психо-эмоциональный иммунитет группы улучшился, снизилась конфликтность, повысились показатели сотрудничества;

3) уровень ясности целей существенно поднялся, что отразилось на качественном показателе выполнения индивидуальных планов по продажам и сдаче заданий в срок.

Таким образом, подтвердилась наша четвёртая гипотеза, что все три типа факторов влияют на мотивацию. На основании этих показателей мы можем смело считать, что метод «Нейрографика» способствует значительному положительному эффекту в деятельности как отдельных сотрудников, так и целых команд и компаний в современном предпринимательстве.

Список литературы:

1. Коллонтай, Г. А. Внедрение интегративных психотехнологий как корпоративная необходимость в современных бизнес-структурах / Философские и методологические проблемы исследования российского общества: Сборник трудов VII Международной научно-практической конференции, Москва, 24 ноября 2023 года. – Москва : Российский университет транспорта, 2023. – С. 97-102.

2. Коллонтай, Г. А. Актуальность внедрения коучинга в организациях для повышения уровня мотивации сотрудников / Г. А. Коллонтай, П. М. Пискарёв. Психология в пространстве образования и личностного развития: перспективные практики научного исследования и сотрудничества. Материалы II-й Всероссийской научно-практической конференции. – Калуга, 2024. – С. 174-178.

3. Общий менеджмент: учебное пособие / Л. С. Ружанская, И. В. Котляревская. – Екатеринбург : издательство Уральского университета, 2017. – С.68.

4. Пискарёв, П. М. Метамодерн и интегративная теория гуманитарного знания: дисс. / М. П. Пискарев. Доктор психологических наук: 19.00.01 // Автор Павел Михайлович. – Я., 2019. – 461 с.

5. Пискарёв, П. М. Предпосылки формирования метода «Нейрографика» / П. М. Пискарёв // Методология современной психологии. Сборник: Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского, 2016. – С. 335-344.

6. Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Сборник статей XVI Международной научно-методической конференции, Пермь, 20 марта–29 апреля 2024 года. – Пермь : Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, 2024. – 220 с. – EDN JOAUZI.

7. Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы X Международной научно-практической конференции, Пермь, 23 октября–01 ноября 2023 года. – Пермь : Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2023. – 327 с. – EDN FLUXAQ.

8. Тюлькубаева, А. К. Мотивация в управлении проектами / А. К. Тюлькубаева, Г. Б. Нурсейтова, Г. С. Сугирова // Систематический обзор литературы. Экономика: стратегия и практика. – 2023. – Т. 18. - № 3. – С. 110-124.

9. Buralkiyeva, B. B., Dyrka, S. Coashing as a method to increase non-monetarty motivation and personnel performance / B. B. Buralkiyeva, S. Dyrka // Экономическая серия Вестника ЕНУ им. Л. Н. Гумилёва. – 2023. - № 3. – С. 291-299.

Воронина Эмма Васильевна
кандидат химических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
Жданкова Софья Алексеевна
магистрант
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И СОСТАВА ТОНИЗИРУЮЩИХ НАПИТКОВ

Аннотация: в статье приведены результаты исследования потребительских предпочтений в отношении тонизирующих напитков, реализуемых на потребительском рынке Пермского края. Рассмотрен состав пяти образцов продукции известных брендов.

Ключевые слова: тонизирующие напитки, состав, потребительские предпочтения.

STUDY OF CONSUMER PREFERENCES AND COMPOSITION OF TONIC DRINKS

Abstract: the article presents the results of a study of consumer preferences regarding tonic drinks sold on the consumer market of the Perm Territory. The composition of five samples of products of famous brands is considered.
Keywords: tonic drinks, composition, consumer preferences.

Вопросам качества и безопасности продуктов питания для детей и подростков в настоящее время уделяется особое внимание [1, 2].

Популярность тонизирующих безалкогольных напитков на мировом и российском потребительском рынке в настоящее время имеет тенденцию к росту. Ассортиментная линейка данной продукции постоянно расширяется за счёт введения новых тонизирующих и вкусовых веществ.

Определение данной продукции дано в ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» [3]. Основным идентифицирующим признаком тонизирующих напитков является присутствие в их составе тонизирующих веществ растительного происхождения.

В качестве тонизирующих компонентов в составе напитков могут присутствовать не только таурин, кофеин и растения, его содержащие, но и экстракты лекарственных растений, таких как элеутерококк, левзея, лимонник и другие.

В соответствии с требованиями ТР ТС 021/2011 в составе тонизирующих безалкогольных напитков может присутствовать не более двух тонизирующих веществ. С целью повышения пищевой ценности допускается включать в их рецептуру минеральные вещества, легко усвояемые углеводы, витамины и витаминоподобные вещества, стимуляторы энергетического обмена.

В последние годы появилась новая категория сухих тонизирующих напитков, которые предназначены для геймеров. Отличительной особенностью данной продукции является присутствие функциональных ингредиентов, улучшающих фокус и время реакции, а также поддерживающих зрение и когнитивные функции. Помимо кофеина в их составе содержатся лутеин, холин, шалфей и L-теанин и другие компоненты. Набор вкусов представлен классическими вариантами – виноградом, вишней и цитрусовыми.

Выпускаются также напитки с необычным вкусом, такие, как корица с апельсином, клюква или оригинальные миксы от производителя.

Присутствие в энергетических напитках большого количества стимулирующих веществ может увеличивать частоту сердечных сокращений, вызывать аритмию и гипертензию у потребителей. При этом наиболее чувствительными к воздействию таких веществ являются дети и подростки.

Специалисты считают, что в среднем безопасная суточная дозировка кофеина для взрослого человека составляет 300–400 мг. Одна порция большинства энергетических напитков содержит дозу кофеина, эквивалентную трём чашкам кофе, а также 14 чайным ложкам сахара.

Потребительская упаковка обычно содержит до 100 мг кофеина, поэтому потребление нескольких банок в день может превысить токсическую дозу.

Содержание кофеина в тонизирующих напитках не должно превышать 400 мг/дм^3. Информация о составе продукта и количественном содержании компонентов должна присутствовать в маркировке напитков.

Одной из целей данной работы является исследование частоты потребления тонизирующих напитков подростками. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что данные напитки пользуются популярностью у молодёжной аудитории.

Исследование проведено методом анкетирования, в котором принимало участие 70 человек. В основном, респонденты являлись учащимися колледжей и техникумов.

Структура респондентов по возрасту представлена на рисунке 1.

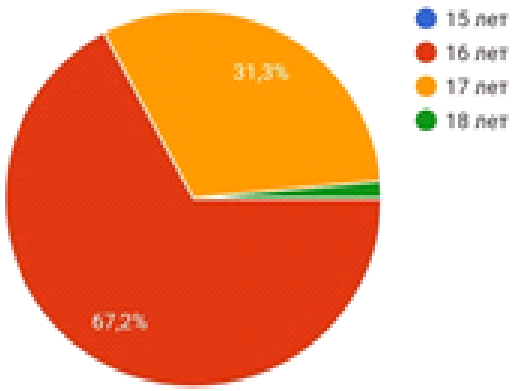


Рисунок 1 – Распределение респондентов по возрасту

Подавляющее большинство респондентов имели возраст 16 лет (67,2 %). Доля подростков в возрасте 17 лет составила 31,3 %.

Частота потребления тонизирующих напитков представлена на рисунке 2.

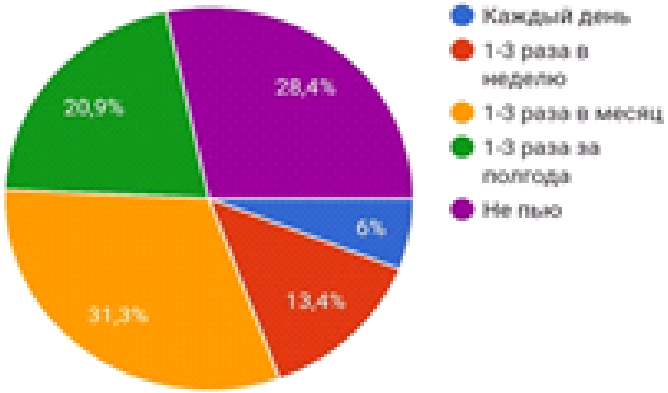


Рисунок 2 – Частота потребления тонизирующих напитков

Большая часть респондентов покупает тонизирующие напитки 1-3 раза в месяц (31,3 %), при этом 28,4 % опрашиваемых вообще не употребляет данный продукт.

Вместе с тем, надо отметить, что 6 % респондентов потребляют энергетические напитки ежедневно.

Результаты ответа на вопрос о том, напитки каких производителей (торговых марок) покупают респонденты, показаны на рисунке 3.

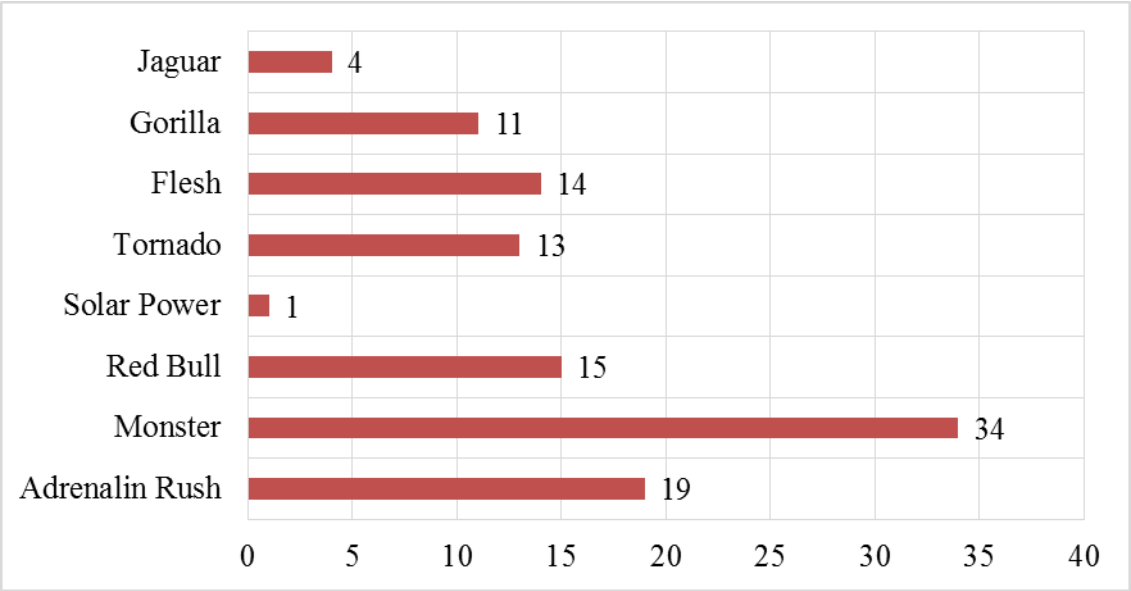


Рисунок 3 – Предпочтения по торговым маркам

Как видно из диаграммы на рисунке 3, большая часть 65,4 % респондентов предпочитает тонизирующие напитки ТМ Monster (65,4 %). Кроме того, предпочтения также отдают таким ТМ как Adrenalin Rush (36,5 %) и Red Bull (28,8 %).

Далее нами изучен состав тонизирующих напитков, которые чаще всего употребляют респонденты.

Объектами исследования являются пять образцов тонизирующих напитков следующих торговых марок – ТМ Monster, ТМ Adrenalin Rush и ТМ Red Bull.

Результаты анализа состава образцов приведены в таблице 1.

Во всех образцах тонизирующих напитков ТМ Monster (образцы № 1 3) содержатся красители, регуляторы кислотности, консерванты, подсластители, ароматизаторы в основном синтетического происхождения. Они могут представлять опасность для здоровья человека. Продукцию данной торговой марки предпочитают покупать респонденты.

Таблица 1

Результаты анализа состава образцов тонизирующих напитков

Наименование образца и торговая марка	**Состав**
Образец № 1 Энергетический напиток Black Monster Energy Juice Pacific Punch (фруктово-ягодный пунш)	Газированная вода, фруктовые соки из концентрата 16,2 % (яблоко, апельсин, гуава, ананас, вишня, маракуйя), сахароза, глюкозный сироп, таурин (0,4 %), кислота (лимонная кислота), ароматизаторы, регулятор кислотности (цитрат натрия), консерванты (сорбат калия, бензоат натрия), кофеин (0,03%), подсластитель (сукралоза), витамины (B_2, B_3, B6, B_{12}), растительные масла (кокос, рапс), модифицированный крахмал, L-карнитин L-тартрат (0,004 %), хлорид натрия, инозит, краситель (Е160а), мальтодекстрин.
Образец № 2 Энергетический напиток Black Monster Energy Ultra Paradise (без сахара), кактус/лайм/тропические фрукты	Газированная вода, лимонная кислота, таурин, цитрат натрия, сорбат калия (консервант), кофеин, ацесульфам калия, сукралоза, бензоат натрия, (консервант) ниацинамид (VIT B_3), пантотенат D-кальция (VIT B_5), соль, L-карнитин L-тартрат, натуральные и искусственные ароматизаторы, гуммиарабик, инозит, сложноэфирная камедь, гидрохлорид пиридоксина (VIT B_6), жёлтый № 5, синий № 1, цианкобаламин (VIT B_{12}).
Образец № 3 Энергетический напиток Monster Energy Ultra Red	Газированная вода, кислота (лимонная кислота), таурин (0,4 %), регулятор кислотности (цитрат натрия), экстракт корня женьшеня обыкновенного (0,08 %), консерванты (сорбат калия, бензоат натрия), подсластители (сукралоза, ацесульфам К), ароматизаторы, кофеин (0,03 %), загуститель (пектины), стабилизаторы (камедь акации, эфиры глицерина канифоли), L-карнитин, L-тартрат (0,015 %), витамины (B_3, B_5, B_6, B_{12}), хлорид натрия, краситель (Е120), D-глюкронолактон, экстракт семян гуараны (0,002 %), инозитол.
Образец № 4 Энергетический напиток Adrenaline Rush Red Energy	Вода, сахар, концентрированные соки (яблоко, черная морковь, чёрная смородина, красная смородина, малина) регулятор кислотности (лимонная кислота, цитрат натрия 3-замещённый, орто-фосфат калия 1-замещённый, молочная кислота), таурин, L-карнитин, ароматизаторы, кофеин, инозит, экстракт семян гуараны, витамины (B_6, B_{12}), экстракт корня женьшеня, краситель (сахарный колер IV, полученный по «аммиачно-сульфитной» технологии). Содержит не менее 11 % сока. Натуральный кофеин (в т. ч. В гуаране), не более 30 мг в 100 мл напитка.
Образец № 5 Red Bull энергетический напиток	Газированная вода, сахароза, глюкоза, регуляторы кислотности (лимонная кислота, гидрокарбонат натрия, карбонат магния), таурин (400 мг/100 мл), натуральный кофеин (32 мг/100 мл), витамины (ниацин, пантотеновая кислота, B_6, B_{12}), ароматизаторы, красители (сахарный колер I, рибофлавин). Пищевая ценность на 100 мл: углеводы 0 г. Витамины: ниацин 8 мг, пантотеновая кислота 2 мг, B_6 2 мг, B_{12} 2 мкг.

В составе образцов № 4 и № 5 не содержатся сахарозаменители, но присутствуют простые углеводы. Так, в образце № 4 в составе указана сахароза, а в образце№5 – сахароза и глюкоза. При этом не указано количественное содержание данных компонентов. Содержание кофеина во всех образцах не превышает норму, установленную в ТР ТС 021/2011.

Во всех образцах концентрация витаминов, аминокислот и веществ растительного происхождения выше, чем в обычных продуктах или в растениях. При этом известно немало заболеваний, вызванных избыточным содержанием в рационе витаминов, имеющих общее название гипервитаминозы.

Таким образом, на основании проведённых исследований, можно сделать вывод о том, что употребление энергетических напитков подростками может представлять опасность для их здоровья. Необходимо проводить разъяснительную работу среди лиц данной возрастной группы, направленную на исключение из их рациона энергетических напитков.

Список литературы:

1. Воронина, Э. В., Мурылёв, Т. В. Анализ ассортимента продуктов детского питания на зерномолочной основе, реализуемых на потребительском рынке Пермского края. В сборнике: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы X Международной научно-практической конференции. – 2023. – С. 110-116.

2. Воронина, Э. В. Сравнительная оценка качества пищевой продукции для детского питания, реализуемой на потребительском рынке Пермского края. В сборнике: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы X Международной научно-практической конференции. – 2023. – С. 117-123.

3. ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» [Электронный ресурс]. – URL: https://docs.cntd.ru/document/902320560 (дата обращения: 22.09.2024).

Воронина Эмма Васильевна
кандидат химических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Малиновская Анастасия Александровна
магистрант
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА СЫРКОВ ТВОРОЖНЫХ ГЛАЗИРОВАННЫХ В РОЗНИЧНОМ ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация: в статье приведены результаты исследования ассортимента сырков творожных глазированных в розничном торговом предприятии и сделаны выводы о недостаточном его обновлении. На основании исследования потребительских предпочтений в данной категории продукции предприятию внесены предложения, направленные на совершенствование ассортимента.
Ключевые слова: сырки творожные глазированные, ассортимент, торговая марка, совершенствование, потребительские предпочтения, анализ.

STUDY OF THE ASSORTMENT OF GLAZED CURD CHEESE BAR IN A RETAIL TRADE ENTERPRISE

Abstract: the article presents the results of the study of the assortment of glazed curd cheese bars in a retail trade enterprise and draws conclusions about its insufficient renewal. Based on the study of consumer preferences in this category of products, the enterprise made proposals aimed at improving the assortment.
Keywords: glazed curd cheese bars, assortment of trade mark, improvement, consumer preferences, analysis.

Сырки творожные глазированные представляют собой формованную творожную массу, получаемую из подпрессованного творога и покрытую глазурью из пищевых продуктов, массой нетто не более 75 г. [1].

Сырки творожные глазированные, которые выпускаются российскими производителями, имеют выраженный прекрасный вкус творога, нежную и мягкую консистенцию. При их производстве в творожную массу могут быть добавлены разнообразные начинки, такие как повидло, варёное сгущённое молоко, изюм, курага, цукаты, орехи, мармелад и другие. Разнообразие вкусов неуклонно расширяется. Так, производитель А.РостАгроКомплекс добавил в творожную массу кленовый сироп и грецкий орех, а ООО «Русское молоко»

ТМ «Свитлогорье» наладило производство сырка с твёрдым сыром «Palermo» с инжиром в молочном шоколаде и сырка глазированного в манговой глазури и с манговой начинкой. Такое разнообразие вкусов привлекает детей, каждый может выбрать творожный сырок в соответствии со своими предпочтениями.

Совершенствуется и потребительская упаковка данной продукции, которая формирует её потребительские свойства. Инновационным вариантом является упаковка трёхшовная флоу пак для творожных сырков. Она может изготавливаться из БОПП-плёнки, металлизированной плёнки, фольги, ламинированной или парафинированной бумаги. Это гибкая, прочная, порционная упаковка прямоугольной формы с тремя герметичными швами, имеющая привлекательный вид и защищающая продукт от посторонних запахов.

Целью работы является анализ ассортимента сырков творожных глазированных в ЗАО ТД «Перекрёсток» магазин «Пятёрочка» с целью его совершенствования.

Актуальность работы состоит в том, что молочная продукция относится к незаменимым продуктам питания. Её пищевая ценность обусловлена присутствием полноценных белков, молочного жира с низкой температурой плавления, а также содержанием минеральных веществ и практически всех витаминов. Качеству, безопасности и выявлению фальсификации данной продукции уделяется особое внимание [2, 3, 4].

На рынке сырков творожных глазированных в настоящее время присутствует продукция разного ценового сегмента. В среднем ценовом сегменте лидируют такие торговые марки, как «Простоквашино», «Чудо» и «Свитлогорье» [5].

Появляется продукция и новых производителей и новые торговые марки, такие как «Сыркофф» (ООО «ДарПродукт») и «Очень важная корова» (АО Зеленодольский молочноперерабатывающий комбинат) и другие, которые в дальнейшем могут составить конкуренцию основным игрокам.

Структура ассортимента сырков творожных глазированных в зависимости от торговой марки представлена на рисунке 1.

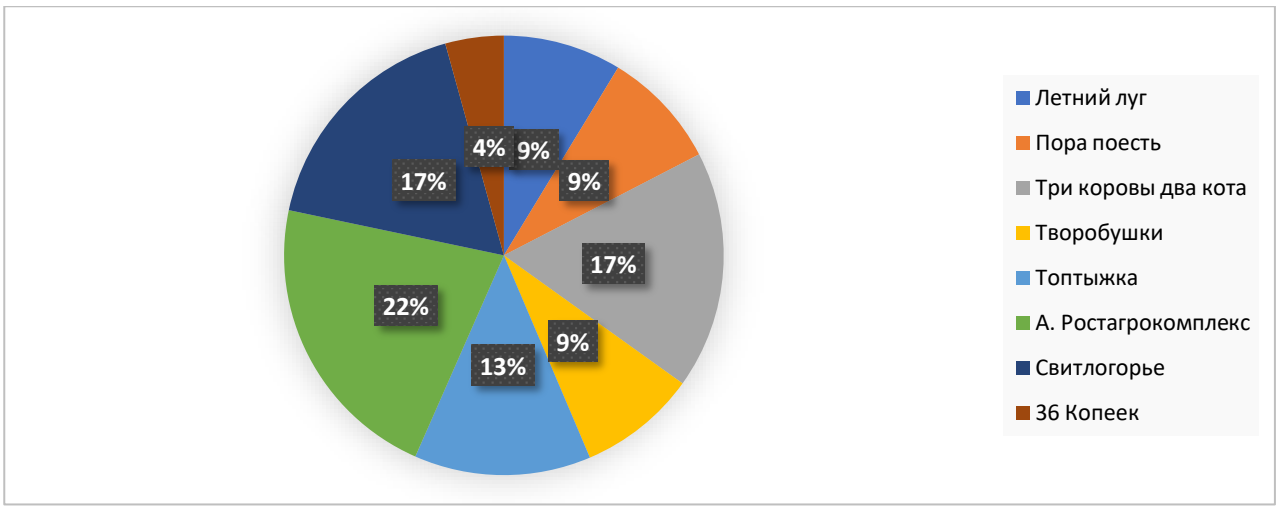


Рисунок 1 – Структура ассортимента сырков творожных глазированных в зависимости от торговой марки в ЗАО ТД «Перекрёсток» магазин «Пятёрочка»

Наибольшую долю в структуре ассортимента сырков творожных глазированных занимает торговая марка «А. РОСТАГРОКОПЛЕКС» (22 %), второе место «Свитлогорье» (17 %) и «Три коровы два кота» (17 %). Наименьшую долю занимает ТМ «36 Копеек» (4 %).

Структура ассортимента сырков творожных глазированных в зависимости от производителя в ЗАО ТД «Перекрёсток» магазин «Пятёрочка» представлена на рисунке 2.

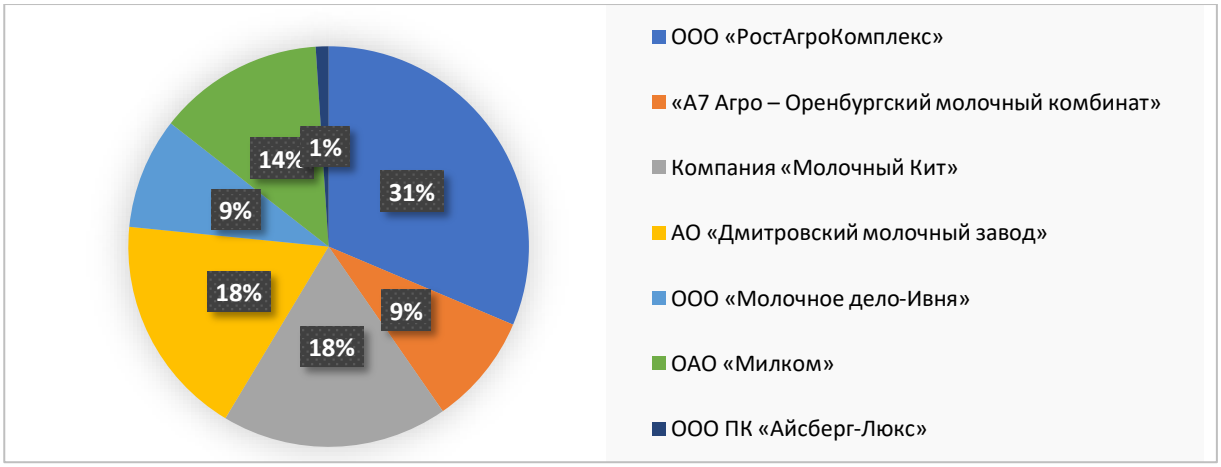


Рисунок 2 – Структура ассортимента сырков творожных глазированных в зависимости от производителя в ЗАО ТД «Перекрёсток» магазин «Пятёрочка»

В ЗАО ТД «Перекрёсток» магазин «Пятёрочка» среди производителей сырков творожных глазированных наибольшую долю занимает ООО «РостАгроКомплекс» (31 %), второе место – АО «Дмитровский молочный

завод» (18 %) и Компания «Молочный Кит» (18 %). Наименьшую долю занимает производитель ООО ПК «Айсберг-Люкс» (1 %).

Наибольшую долю в структуре ассортимента творожных товаров занимают сырки творожные с глазурью и без. Наименьшую долю в ассортименте занимают сырки глазированные с заменителем молочного жира.

Далее нами проведено исследование потребительских предпочтений в категории сырки творожные глазированные методом опроса, в котором приняли участие 70 человек.

Респондентам был задан вопрос, касающийся предпочтений в отношении торговых марок данной продукции.

На рисунке 3 представлены результаты ответов респондентов.

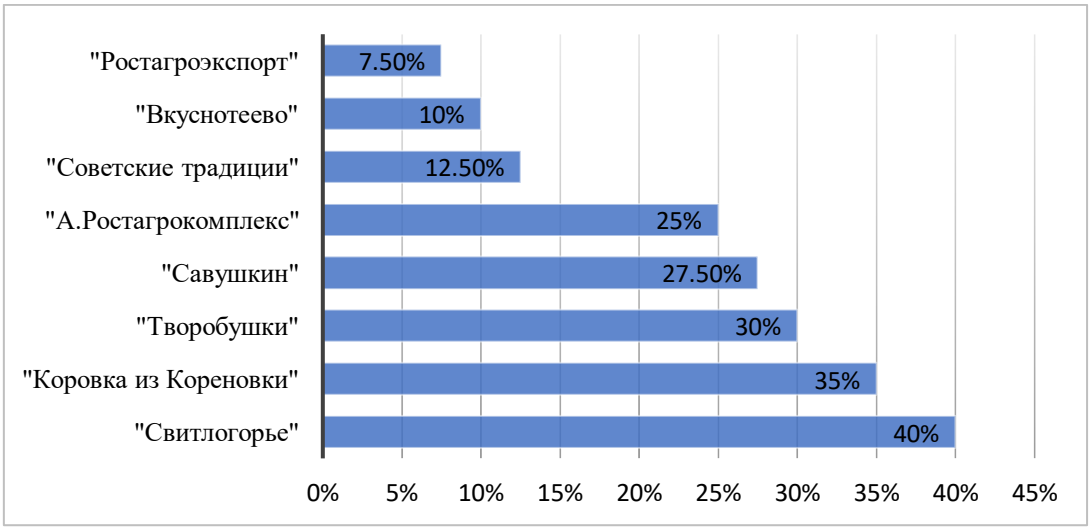


Рисунок 3 – Предпочтения потребителей в отношении торговой марки сырков творожных глазированных

По рисунку 3 можно сделать вывод о том, потребители предпочитают покупать сырки творожные глазированные торговых марок «Свитлогорье» и «Коровка из Кореновки» (40 % и 35 % соответственно).

Сырки творожные глазированные торговых марок «Вкуснотеево» и «РостАгроЭкспорт» предпочитает покупать наименьшее количество опрошенных (10 % и 7,5 % соответственно).

При расчёте показателей ассортимента было установлено, что коэффициент новизны по группе сырки творожные глазированные имеет низкое значение.

С целью обновления ассортимента предприятию даны рекомендации рассмотреть вопрос о возможности введения в ассортимент сырков творожных глазированных продукцию производителя ЗАО «Кореновский молочно-консервный комбинат» ТМ «Коровка из Кореновки».

Список литературы:

1. ГОСТ 33927–2016 «Сырки творожные глазированные. Общие технические условия» [Электронный ресурс]. – URL: https://internet-law.ru/gosts/gost/63865/ (дата обращения: 05.10.2024)/

2. Воронина, Э. В. Исследование качества и выявление фальсификации мороженого разных производителей. В сборнике: Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Сборник XVII Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2022. – С. 44-49.

3. Воронина, Э. В. Качество продуктов питания как основа физического воспроизводства человеческого капитала. В книге: Сфера обращения в системе воспроизводства. Пермь, 2017. – С. 171-188.

4. Воронина, Э. В. Менеджмент качества продуктов питания: проблема фальсификации молочных консервов. В сборнике: Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях. Материалы международной научно-практической конференции. Под ред. Насретдинова И. Т., 2016. – С. 40-42.

5. Рейтинг лучших торговых марок глазированных сырков на 2024 год [Электронный ресурс]. – URL: https://vyborok.com/rejting-luchshih-torgovyh-marok-glazirovannyh-syrkov/ (дата обращения: 06.10.2024).

Воронина Эмма Васильевна
кандидат химических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Мясникова Анастасия Евгеньевна
студентка
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ АКВАКУЛЬТУРЫ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация: в статье представлен обзор современного состояния рыбоводства в России. Рассмотрена динамика производства отечественной аквакультуры, меры господдержки, проблемы и перспективы развития данного сектора российской экономики.

Ключевые слова: аквакультура, проблемы, рыбопромышленный комплекс, инвестиции, потребительский рынок, рыбная продукция

CURRENT STATE OF AQUACULTURE IN RUSSIA: PROBLEMS AND PROSPECTS

Abstract: the article presents an overview of the current state of fish farming in Russia. The dynamics of domestic aquaculture production, government support measures, problems and prospects for the development of this sector of the Russian economy are considered.

Keywords: aquaculture, problems, fish industry complex, investments, consumer market, fish products.

Рыболовство и аквакультура играют важную роль в поддержании глобальной продовольственной безопасности любой страны. По данным ФАО в 2022 году глобальное производство продукции рыбоводства составило более 223 млн тонн. Среднедушевое потребление пищевой продукции из водных биоресурсов в мире в 2021 году достигло 20,6 кг [4].

Рекомендуемый Министерством здравоохранения России уровень потребления рыбной продукции должен составлять не менее 28 кг в год. В 2023 году по данным Всероссийской ассоциации рыбопромышленников он не превысил 22 кг на человека. Вместе с тем потребление рыбы в России имеет тенденцию к росту. Так, по данным РОМИР, в 2023 году оно увеличилось на 22 %, тогда как потребление свинины и птицы снизилось на 8 % [8].

Аналитики Рыбного союза оценили дополнительную потребность страны в рыбном сырье на уровне 2 млн тонн [5]. Такой объём позволит довести внутреннее потребление рыбопродукции до нормативов и выполнить задачу по росту экспорта.

Для повышения потребления рыбы в нашей стране есть все предпосылки. По мере роста доходов россияне стремятся разнообразить свой рацион питания. Расширяется и ассортимент рыбной продукции. Растёт выпуск и качество рыбных консервов и пресервов, полуфабрикатов и снеков [1]. Драйвером роста является также развитие каналов сбыта. Стремительно растут продажи рыбы онлайн.

В ФАО прогнозируют рост потребления рыбной продукции в мире. К основным причинам роста можно отнести повышение доходов населения, урбанизацию, совершенствование подходов к обработке и дистрибуции рыбной продукции, изменение рациона питания населения.

Большой вклад в увеличение объёмов производства рыбной продукции должна внести аквакультура. Ожидается, что к 2032 г. объём производства водных животных увеличится на 10 % - до 205 млн тонн – за счёт как восстановления вылова, так и расширения товарного рыбоводства [4].

Наиболее крупными производителями аквакультурной продукции являются такие страны, как Китай, Индонезия, Индия, Вьетнам, Бангладеш, Республика Корея, Норвегия, Египет, Чили и Филиппины. Они обеспечивают в настоящее время производство 89,8 % аквакультурной рыбной продукции [4].

Одной из приоритетных задач для развития отечественной аквакультуры является уход от импортозависимости и создание собственного производства рыбных кормов. На рыбоводство распространяются все меры господдержки, которыми пользуются сельхозпроизводители.

В 2017 году в России была запущена программа инвестиционных квот, целью которой является привлечение инвестиций в рыбную отрасль, модернизация флота производственных мощностей, создание современной конкурентной рыбной индустрии. В соответствии с этой программой в настоящее время в стране реализуется модернизация всей инфраструктуры рыбного хозяйства. Осуществляется строительство новых промысловых судов, современных перерабатывающих предприятий и логистических комплексов.

Результатом реализации первого этапа программы стало привлечение крупных инвестиций в рыбную отрасль (около 300 млрд рублей) [8].

Второй этап программы, к реализации которого приступили в 2023 году, предусматривает расширение механизмов предоставления квот на добычу водных биоресурсов в инвестиционных целях на строительство современных и безопасных судов рыбопромыслового флота, а также береговых перерабатывающих мощностей на Дальнем Востоке. По итогам реализации программы производственные мощности рыбопромышленного комплекса в основных рыбохозяйственных бассейнах должны быть обновлены на 80 % [7].

В течение последних 10 лет производство аквакультуры в России выросло в два раза. Продолжило оно расти и в 2023 году: объём впервые в истории страны превысил 400 тыс. тонн. По данным Росстата удельный вес прибыльных предприятий в январе-феврале 2024 года составил: среди предприятий рыболовства, рыбоводства - 58 %, среди предприятий переработки водных биоресурсов – почти 74 % [5].

В структуре производства товарной аквакультуры основное место занимают лососевые, карповые рыбы, ценные гидробионты (устрицы, мидии, гребешки и другие моллюски и иглокожие) и осетровые виды. Производители задумываются об экспорте, рассматривая и китайский рынок, который постепенно начинает открываться для России, и другие дружественные страны. Предприниматели всё активнее рассматривают новые семейства рыб в качестве объектов выращивания, а также внедрение инновационных технологий.

Россия постепенно выходит на самообеспечение чёрной икрой. Её получают из рыб семейства осетровых, которое включает такие виды, как осетр, стерлядь, севрюга и белуга. В результате антропогенной нагрузки на водные объекты [1, 2] в настоящее время численность популяций рыб семейства осетровых поддерживается только за счёт искусственного воспроизводства. Основные предприятия находятся в Астраханской области, Карелии и Камчатке.

Десять лет назад на потребительском рынке чёрной икры в стране доминировала импортная продукция, которая в основном была ввезена нелегально и по заниженной цене. В настоящее время в данном сегменте продуктов питания импорт составляет не более 30 %. По данным Всероссийской ассоциации рыбопромышленников, в первом квартале 2024 года по сравнению с аналогичным периодом 2023-го рост производства чёрной икры составил более 40 % [6].

Маркировка «Честный знак» сыграла главную роль в сокращении контрафакта, потому что она позволяет проследить путь товара с предприятия аквакультуры до стола покупателя. Это требование распространяется на производителей, импортёров и продавцов.

В отрасли марикультуры имеются и проблемы, которые тормозят её развитие. Основной из них является получение качественного посадочного материала. Для его производства требуются заводские мощности, которые могут обеспечить стабильные параметры воды в определённый период.

В стране имеются сложности с наличием свободных земельных участков с необходимой инфраструктурой. При этом стоимость земельных участков под прудами постоянно меняется. Процедура предоставления в пользование рыбоводных участков является длительной и запутанной. Наличие природоохранных ограничений также сдерживают развитие производственных мощностей.

В настоящее время на стадии разработки находится новый национальный проект Минсельхоза, имеющий название «Технологическое обеспечение продовольственной безопасности». Он включает в себя восемь проектов, касающихся развития не только сельского хозяйства, но и рыбной промышленности.

Так, федеральный проект «Селекционная и генетическая независимость АПК» направлен на решение проблем, имеющихся в аквакультуре. Уровень самообеспечения посадочным материалом лососевых видов рыб, прежде всего

форели и сёмги, отечественного производства к 2030 г. должен достичь 80 % (2023 г. – 8 %) [6].

В федеральном проекте «Обеспеченность АПК критически важными ферментами, пищевыми и кормовыми добавками» предусмотрено достижение независимости по рыбным кормам. Потребности рыбохозяйств по выращиванию ценных (лососевых) пород рыб в специализированных кормах к началу следующего десятилетия должны быть закрыты на 95 % (2023 г. – 20 %) [7].

Таким образом, несмотря на наличие проблем, отрасль аквакультуры в России успешно развивается и позволит обеспечить россиян качественной рыбной продукцией. Инвестиции в модернизацию рыбопромышленного комплекса имеют потенциал не только улучшить производственные мощности, но и способствовать устойчивому развитию отрасли и укреплению позиций российского рынка рыбной продукции.

Список литературы:

1. Воронина, Э. В. Импортозамещение в рыбной отрасли: оценка качества консервов из копченой рыбы. В сборнике: Актуальные вопросы импортозамещения в России. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», Пермский институт (филиал). – 2016. – С. 5-9.

2. Власова, А. Ю. Проблема снижения биологического разнообразия и пути её решения. В сборнике: Молодые исследователи: взгляд в прошлое, настоящее, будущее. Материалы III Международной студенческой научно-практической конференции. – Смоленск, 2022. – С. 45-48.

3. Воронина, Э. В. Урбанизация как одна из современных экологических проблем. В сборнике: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Материалы опубликованы в авторской редакции. – 2021. – С. 23-29.

4. Мировая рыбная индустрия побила очередной рекорд [Электронный ресурс]. – URL: https://fishnews.ru/news/50098?ysclid=m267nhbf5g117406342 (дата обращения: 12.10.2024).

5. Оборот организаций рыбопромышленного комплекса РФ в первом квартале вырос на 14 % [Электронный ресурс]. – URL: https://agroexpert.press/numbers/oborot-organizaczij-rybopromyshlennogo-kompleksa-rf-v-pervom-kvartale-vyros-na-14/ (дата обращения: 12.10.2024).

6. Производство чёрной икры в России в I квартале выросло на 41,5 % [Электронный ресурс]. – URL: https://tass.ru/ekonomika/20880291 (дата обращения: 12.10.2024).
7. Правительством утверждён перечень видов рыб для второго этапа программы инвестиционных квот [Электронный ресурс]. – URL: https://fish.gov.ru/news/2023/04/14/pravitelstvom-utverzhden-perechen-vidov-ryb-dlya-vtorogo-etapa-programmy-investiczionnyh-kvot/ (дата обращения: 12.10.2024).
8. Эксперты прогнозируют рост производства и потребления рыбы в стране и мире [Электронный ресурс]. – URL: https://finance.rambler.ru/economics/52911057/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 12.10.2024).

Воронина Эмма Васильевна
кандидат химических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В Плеханова,
г. Пермь

ШРИНКФЛЯЦИЯ КАК СПОСОБ ВВЕДЕНИЯ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация: в статье рассмотрены основные проблемы, связанные со скрытым повышением цен на потребительские товары. Охарактеризованы меры, направленные на решение проблемы шринкфляции, не позволяющие производителям вводить в заблуждение потребителей.
Ключевые слова: шринкфляция, проблема, скрытое повышение цен, потребительские товары.

SHRINKFLATION AS A WAY TO MISLEAD CONSUMERS

Abstract: the article examines the main problems associated with hidden price increases for consumer goods. Measures aimed at solving the problem of shrinkflation, preventing producers from misleading consumers, are characterized.
Keywords: shrinkflation, problem, hidden price increases, consumer goods.

Анализ текущей ситуации на российском потребительском рынке позволяет сделать вывод о том, что ассортимент товаров неуклонно расширяется [1, 6].

Уровень конкуренции на рынке продуктов питания постоянно меняется в зависимости от многих факторов. При этом ценовой фактор по-прежнему остается одним важных компонентов конкурентоспособности товаров [2, 9].

В последние годы недобросовестные производители в конкурентной борьбе используют стратегию с названием «шринкфляция», при которой вместо повышения цен на свою продукцию уменьшают содержимое потребительской упаковки.

Шринкфляцией называется узаконенный недовес, при котором массу нетто или объём продукта в упаковке производитель сокращает, а стоимость оставляет прежней. В результате фактически происходит удорожание товара, но на ценнике меняется цифра не цены, а размера упаковки, и это менее заметно для потребителя. Данное явление распространено во всём мире. Появление термина приписывают американскому учёному и аналитику Пиппе Мальмгрен [4].

Шринкфляция является скрытым повышением цен и в последнее время стала одной из самых массовых уловок производителей и продавцов. Она позволяет производителю сохранить видимость стабильности цены на товар, так как внешний вид потребительской упаковки не меняется. Упаковка становится чуть тоньше или приобретает выпуклое дно. Ещё проще скрыть узаконенный недовес у товаров, которые выпускаются в непрозрачной упаковке. Производитель её не меняет, а просто не наполняет до верха. Такой же принцип касается асептической упаковки с соковой и молочной продукцией. Визуально потребителю такое изменение определить почти невозможно.

Около трети потребителей не подозревают о том, что в привычную упаковку не докладывают продукт. Категории товаров, которые в наибольшей степени подвергаются шринкфляции – это хлеб и крупы, мясо, сахар, джем, сиропы, шоколад и кондитерские изделия.

Шринкфляция чаще всего используется в периоды высокой инфляции и в случае проблем с цепочками поставок. Основной целью является повышение

цены на товар таким образом, чтобы потребитель не заметил. Впервые Россия столкнулась с шринкфляцией во время кризиса 2008 – 2010 годов [5].

Существует несколько способов, которые позволяют изменить массу или объём продукта. Рассмотрим некоторые из них:

1) уменьшение количества товара в потребительской упаковке. Особенно легко сделать это для единичных товаров. Так, в России появились упаковки яиц с количеством 3 или 6, вместо 10;

2) снижение массы нетто продукта или его объёма, при одновременном сохранении размера упаковки. Данный способ применяется часто в группе сахаристых и мучных кондитерских товаров;

3) изменение размеров упаковки в большую сторону с одновременным уменьшением массы или объёма продукта. Этот способ является актуальным в сегменте овощных, рыбных и мясных консервированных продуктов;

4) изменение формы товаров. Такой способ применяется в категории как продовольственных, так и непродовольственных товаров. С целью маскировки уменьшения массы туалетного мыла, его форма меняется с округлой на плоскую. В сегменте продовольственных товаров применяется тонкая нарезка продуктов, или уменьшение толщины каждого куска сыра в упаковке с нарезкой;

5) увеличение содержания воздуха в потребительской упаковке, которое может быть применено при производстве чипсов или попкорна.

Помимо рассмотренных способов изменения массы или объёма продукта, шринкфляция может состоять в том, что производитель вносит изменения в его состав путём использования более дешёвых ингредиентов. Дизайн потребительской тары остаётся прежним, чтобы никто не заподозрил «подлог». В данном случае имеет место квалиметрическая фальсификация.

Ещё одной уловкой, которая касается фасованных товаров, является указание их стоимости за 100 или за 200 г. В этом случае потребитель также может быть введён в заблуждение, потому что цена на ценнике, которую видит покупатель, в пересчёте на килограммы может увеличиться в несколько раз.

В основе шринкфляции лежат психологические особенности потребителей. Они очень болезненно воспринимают повышение цен, а к изменению массы или объёма продукта в упаковке относятся относительно спокойно. Кроме того, многие этого вообще не замечают. Большинство из них недолго задерживается у полок с товарами и не привыкло сравнивать массу или объём продукта в разной упаковке, чтобы определить, какой из них является более дешёвым. Тем более, что иногда производитель массу нетто продукта указывает на тыльной стороне упаковки, а не на фронтальной, и использует мелкий шрифт.

Также исследования потребительского поведения показали, что покупателям комфортнее платить столько же денег за меньшее количество товара, чем получать его в прежнем объёме, но дороже.

В результате шринкфляции потребители вынуждены приобретать товары по более высокой цене, в меньших объемах, а также товары, имеющие худшее качество. Для восполнения своей обычной нормы потребления им приходится покупать дополнительную упаковку товара.

Шринкфляция не решает экологическую проблему образования отходов производства и потребления, потому что не меняется размер упаковки. Вместе с тем практически более 23 % отходов, складируемых на полигонах, составляет упаковка, поэтому и объёмы отходов не сокращаются, хотя должны бы, потому что меньший объём продукта можно упаковать в меньшую по размеру тару.

Стоит отметить, что ранее уже предпринимались меры, не позволяющие ритейлерам вводить в заблуждение потребителей.

Самым простым и эффективным решением проблемы шринкфляции является указание на ценниках информации не только о цене одной упаковки товара, но и его единицы, например, 1 кг или 1 л. При этом данную информацию необходимо представить наглядно и равноценно. Подобный подход уже успешно применяется в ряде стран. Требование раскрывать цену товара в пересчёте на 1 кг или 1 литр впервые было установлено более 40 лет назад. На уровне Европейского союза оно стало действовать еще в 1998 году.

С целью борьбы со скрытым повышением цен на потребительские товары в ноябре 2023 года в Государственную думу был внесён проект Федерального закона по контролю шринкфляции. Помимо этого были внесены дополнения и изменения в требования ГОСТ 8. 579 – 2019, в соответствие с которыми не допускается производителям выпускать товар массой нетто или объёмом меньше той величины, которая обозначена в государственном стандарте на конкретную продукцию [3]. При этом поправки в данный стандарт установили фиксированные значения для упаковки социально значимых продовольственных товаров, выпущенных в соответствие с требованиями ГОСТ. Производителям товаров первой необходимости запрещено менять размер упаковки. В соответствие с внесёнными изменениями производители теперь должны использовать фиксированные значения массы нетто или объёма товаров. Например, по новым правилам гречневая крупа подлежит фасовке по 500, 1 000, 2 000 граммов, молоко – 200, 250, 500, 1 000, 2 000 миллилитров.

В соответствие с Постановлением Правительства РФ от 15.07.2010 № 530 к продовольственным товарам первой необходимости относятся: мясо (говядина, свинина, баранина, куры); рыба (мороженая неразделанная); сливочное и подсолнечное масло; молоко; куриные яйца; сахар; соль; чёрный чай; мука; хлеб и булочные изделия из ржаной и пшеничной муки; рис; пшено; гречневая крупа; вермишель; картофель; капуста; репчатый лук; морковь; яблоки [8].

Для поддержки внесённых изменений в нормативную документацию изменений органам прокуратуры поручено регулярно проводить мониторинг соблюдения новых правил фасовки социально значимых продовольственных товаров.

Данный подход является весьма эффективным в отношении социально значимых товаров, но некоторые специалисты предполагают, что производители, скорее всего, будут предпочитать отказ от маркировки по ГОСТ, чем отказываться от уменьшения массы нетто или объёма товаров. Требуется введение новых поправок в текст закона «О защите прав

потребителей», которые обяжут выпускать производителей социально значимые товары исключительно в соответствии с требованиями государственных стандартов.

Регулирование данной сферы является важным аспектом защиты интересов потребителей. С этой целью в начале 2024 года в Госдуму был внесен законопроект № 563042-8, в соответствии с которым предлагается внести поправки в статью 10 закона «О защите прав потребителей» [7].

Предложено дополнить закон информацией о содержании ценников на товары в торговой сети. В частности, установить требования, состоящие в том, чтобы в ценниках на реализуемые продукты питания содержалась информация не только о наименовании товара, но и информация о цене за единицу товара или за единицу измерения товара (вес/объём), а в отношении продуктов питания, помещённых в упаковку, было указано их количество (масса/объём или количество штук).

Изготовители продуктов питания, выпуская товар, должны выполнять требования Технических регламентов ЕАЭС. К ним относятся ТР ТС 021/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки» и профильные регламенты на отдельные группы товаров.

В случае несоблюдения требований производители могут быть привлечены к ответственности, включая конфискацию продукции и штрафным санкциям.

Данная мера поможет стимулировать добросовестную конкуренцию между продавцами и производителями, потому что потребитель будет делать свой выбор, понимая, сколько реально стоит тот или иной товар, и получит возможность корректно сравнить стоимость разных брендов.

Список литературы:

1. Воронина, Э. В., Мурылев, Т. В. Анализ ассортимента продуктов детского питания на зерномолочной основе, реализуемых на потребительском рынке Пермского края / Э. В. Воронина, Т. В. Мурылев. В сборнике: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы X Международной научно-практической конференции. – 2023. – С. 110-116.

2. Воронина, Э. В. Основные направления деятельности бизнеса с целью реализации принципов циклической экономики. В сборнике: Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации. Сборник научных статей по материалам докладов и сообщений X Международной научно-практической конференции. – Смоленск, 2023. – С. 13-18.

3. ГОСТ 8. 579 – 2019 «Государственная система обеспечения единства измерений. Требования к количеству фасованных товаров при их производстве, фасовании, продаже и импорте» [Электронный ресурс]. – URL: https://internet-law.ru/gosts/gost/71950/ (дата обращения: 20.08.2024).

4. Главным способом обмана покупателей в России стала шринкфляция [Электронный ресурс]. – URL: https://polpred.com/news/?ns=1&cat_a=on&page=2 (дата обращения: 20.09.2024).

5. Инфляция – шринкфляция, или куда девалось 10-е яйцо? [Электронный ресурс]. – URL: https://www.vbr.ru/banki/novosti/2019/09/16/ppk-inflyaciya-srinkflyaciya--ili-kyda-devalos-10e-yaico-/ (дата обращения: 20.08.2024).

6. Лядова, И. И. Формирование ассортиментной политики розничного торгового предприятия / И. И. Лядова, И. М. Симанова, С. Б. Югова. Российский экономический интернет-журнал, 2020. - №2. – С.34.

7. О внесении изменения в статью 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» (об информации, размещаемой на ценниках реализуемых продуктов питания) [Электронный ресурс]. – URL: https://sozd.duma.gov.ru/bill/563042-8- (дата обращения: 20.08.2024).

8. Постановление Правительства РФ от 15 июля 2010 г. № 530 «Об утверждении Правил установления предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение определенного количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допускается выплата вознаграждения» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – URL: https://base.garant.ru/12177401/ (дата обращения: 20.08.2024).

9. Симанова, И. М. Оценка качества и конкурентоспособности бытовых электроприборов на примере электрочайников. В сборнике: Современная торговля: теория, практика, инновации. Материалы IX всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. – Пермь, 2020. – С. 143-150.

Галкина Людмила Сергеевна
кандидат педагогических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Тарутин Анатолий Владимирович
кандидат технических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ВЫСШАЯ ШКОЛА И КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: ВЗАИМНОЕ ВЛИЯНИЕ

Аннотация: обсуждаются изменения в образовании, связанные с развитием новой составляющей экономики – креативных индустрий. Указаны аспекты взаимного влияние высшей школы и данного направления.

Ключевые слова: высшее образование, обучение, креативные технологии в образовании, креативные индустрии.

HIGHER EDUCATION AND CREATIVE INDUSTRIES: MUTUAL INFLUENCE

Abstract: the changes in education related to the development of a new component of the economy – creative industries – arediscussed. The aspects of the mutual influence of higher education and this direction are indicated.

Keywords: higher education, training, creative technologies in education, creative industries.

Сегодня на статус драйвера развития общества претендуют креативные индустрии, активно продвигающие свои мощности и занимающие значимое место в социальной активности [2]. Развитие креативных экономик даёт положительные эффекты: повышается качество жизни населения, организуются новые рабочие места, улучшается инвестиционный климат регионов, их туристический потенциал и т. д. [5].Отмечается, что доля творческих отраслей в экономике, запланированная правительством к 2030 году согласно Концепции развития креативных индустрий (далее – Концепция), должна достичь значения в 6 % [4].

Уже давно принято, что не только основным потребителем знаний, но и их носителем, генератором является человек. Человек – главный источник творческих инноваций, а для компаний – это уникальный ресурс, позволяющий

быть им конкурентоспособными. Поэтому важно формировать интеллектуальный капитал, в том числе, в рамках образовательных систем. С одной стороны, можно отметить отставание институтов высшей школы от креативных практик, всё это требует изменения в образовательном процессе. С другой – именно образовательные системы готовят специалистов новой формации.

Новый культурно-исторический виток соотносят с развитием цифрового общества. Повсеместное применение цифровых технологий позволяет принимать решения, основываясь на результатах переработки и генерации больших данных. В Концепции обозначены сферы деятельности, которые могут быть отнесены к креативным индустриям. Остановимся на современных медиа и производстве цифрового контента, включающих в себя кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработку данных и разработку программного обеспечения, виртуальную и дополненную реальность и т. п. [3] Можно отметить, что данные направления привлекают молодёжь перспективами развития, достойной оплатой труда, возможностями реализации своих задумок и идей, а также комплексной государственной поддержкой (льготы, отсрочки и т. п.). Образовательные организации, осуществляющие подготовку кадров по соответствующим направлениям, постоянно увеличивают количество студентов, в том числе и за счёт государственного заказа. Однако профессиональные компетенции, определяемые для соответствующих направлений подготовки бакалавриата в условиях ФГОС ВО 3++ и формирующиеся с учётом потребностей рынка труда (профессиональных стандартов) имеют свойство постоянно обновляться и не могут быть полностью сформированы в рамках вуза [1].

В качестве примера возьмём ФГОС направления подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика» [6]. Выпускники бакалавриата по окончанию обучения должны овладеть общим набором компетенций (универсальными и общепрофессиональными). Частично реализованы могут быть в рамках только вузовской подготовки, например, компетенции УК-1 (способность

осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач), ОПК-1 (способность применять естественнонаучные и общеинженерные знания, методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования в профессиональной деятельности). Формирование некоторых требует реальной практической деятельности в предполагаемой предметной области, сюда можно отнести УК-2 (способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений), УК-3 (способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде), ОПК-4 (способность участвовать в разработке стандартов, норм и правил, а также технической документации, связанной с профессиональной деятельностью) [5]. Сложности возникают здесь, в первую очередь, с пониманием характера будущей профессиональной деятельности из-за недостаточного взаимодействия с работодателями, порой отсутствием реальных баз практик.

Взаимодействие с работодателями на основе креативных пространств, которые становятся площадками для разнообразных событий и проектов, может быть выходом из данной ситуации. Переход от сугубо академического образования к коллаборации его с представителями индустрий должен быть обеспечен. Для этого в настоящее время есть всё необходимое. С одной стороны, у обучающихся возрастает стремление к расширению пространства собственных знаний, умений и навыков, с другой – вариативность моделей обучения и постоянное обновление медиаинструментария позволяет формировать личностные образовательные стратегии. Вариативность обучающих программ, учитывающая обозначенные сложности, может быть обеспечена, например, возможностями современных технологий в рамках программ дополнительного образования. Краткосрочные программы, в том числе, от работодателей, заинтересованных в молодых специалистах, проводятся в форматах лекториев и лабораторий, мастер-классов и

альтернативных курсов. Лофты, инкубаторы, коворкинги, как креативные пространства, притягивают специалистов будущего. Можно сказать, что наметился тренд – образование само может стать креативной индустрией, областью применения творческих подходов.

Таким образом, развитие креативных технологий и индустрий при формировании современной экономической модели страны должно предусматривать всестороннее расширение взаимопроникновения высшего образования и промышленных кластеров. Активное образование – залог дальнейшего успеха молодого специалиста в карьере. Так мы сможем сформировать не только новых современных креативных специалистов, но и построить систему преемственности таких технологий.

Список литературы:

1. Галкина, Л. С. Пропедевтика профессиональных компетенций при изучении проектных модулей и дисциплин младших курсов / Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе : Материалы XIV Международной научно-методической конференции, Пермь, 20 марта–29 апреля 2022 года / Под редакцией Е. В. Гордеевой. – Пермь : Пермский институт (филиал) Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2022. – С. 50-55.

2. Дробышева, Е. Э. Высшая школа и креативные индустрии: возможности взаимодействия / Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2018. - № 14 (809) [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vysshaya-shkola-i-kreativnye-industrii-vozmozhnosti-vzaimodeystviya (дата обращения: 08.10.2024).

3. Жужгов, Р. А. Применение IT-технологий во внеучебной деятельности для формирования гармонично развитой личности / Р. А. Жужгов, А. В. Тарутин // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе : Сборник статей XV Международной научно-методической конференции, Пермь, 20–28 марта 2023 года. – Пермь : Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2023. – С. 95-100.

4. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р.

5. Пирогова, Е. Как креативные индустрии влияют на развитие российских регионов [Электронный ресурс]. –

URL: https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/64d4cfee9a79470ed4fa36ea?from=copy (дата обращения: 08.10.2024).

6. Приказ Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г. № 922 об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика.

Галкина Людмила Сергеевна
кандидат педагогических наук, доцент
Пермского института (*филиала*) *РЭУ им. Г. В. Плеханова,*
г. Пермь
Тарутин Анатолий Владимирович
кандидат технических наук, доцент
Пермского института (*филиала*) *РЭУ им. Г. В. Плеханова,*
г. Пермь

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация: в статье рассмотрены начальные проблемы, возникающие при цифровизации образовательного процесса. Сделаны выводы по итогам уже реализованных шагов по цифровой трансформации высшего образования. Предложены новые нарративы в образовательном процессе.

Ключевые слова: цифровая трансформация, высшее образование, преподаватель, дистанционное обучение.

DIGITAL TRANSFORMATION OF HIGHER EDUCATION: PROBLEMS AND PROSPECTS

Abstract: the article discusses the initial problems that arise during the digitalization of the educational process. Conclusions are drawn based on the results of the steps already taken on the digital transformation of higher education. New narratives in the educational process are proposed.

Keywords: digital transformation, higher education, teacher, distance learning.

Пришедшая в 2019 году на весь мир напасть в виде вируса COVID-19 существенно изменила жизнь всех слоёв общества. Основными «отрицательными» итогами можно назвать снижение финансовой активности, обрушение отдельных секторов экономики (общественное питание, авиаперевозки, потребительская торговля, автоиндустрия, туризм и т. п.) и

одновременное возвышение новых сегментов (онлайн-сервисы, доставка и облачные технологии т. п.).

Самое удивительное произошло, на наш взгляд, в области IT-технологий. Повальное увлечение дистанционными услугами должно было привести к взрывному росту продаж в данной категории – вычислительные средства, сетевое оборудование, хранилища данных и т. п. Однако ничего подобного не произошло. Наблюдался даже спад продаж – мировой IT-рынок вместо ранее ожидавшегося роста показал спад на 4,3 % [1]. Как утверждают специалисты, основная причина этого – нарушение логистических цепочек, на отлаживание которых уходили годы и даже десятилетия.

Возникли проблемы и в области высшего образования. Причём трудности были значительно структурированы. Разные участники образовательного процесса (общество, учащиеся и преподаватели) столкнулись с различными аспектами влияния COVID-19 на свою деятельность. Причём их интересы не совпадали практически никак. Если общество пыталось диктовать свою волю (либо навязывать применение современных цифровых технологий, либо тормозить их, мотивируя отсутствием финансирования), то учащиеся стремились к минимизации осмысленных действий. Мнение преподавательского состава, зачастую, вообще игнорировалось.

Рассмотрим эти вопросы подробнее. Воспользуемся статистикой, представленной в результате мониторинга РАНХиГС при поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации [4].

Чаще всего в статьях, посвящённых влиянию на учебный процесс COVID-19, основное внимание уделяется проблемам, возникающим у студентов и способах их решения [2, 5]. Осуществлялась попытка выявить их мнение об организации образовательного процесса и даже выяснить уровень доверия к преподавателям в данный период ввиду дефицита живого общения [3]. В целом такой подход имеет право на существование. Ещё недавно преподаватели оказывали обучающимся образовательные услуги. Значит, были работниками, зависимыми от капризов и причуд заказчика услуг.

Рассмотрим позицию преподавателей. Резкий переход на дистанционные формы обучения был воспринят основной массой обучающих крайне негативно. Здесь количество факторов, обуславливающих такую ситуацию, очень большое. Среди них есть как объективные, обусловленные сложившейся сложной ситуацией в целом (новизна задач, слабая материальная база, отсутствие необходимых методик и т. п.), так и субъективные, обусловленные характеристиками профессорско-преподавательского состава (низкая квалификация в сфере IT, нежелание принять необходимость перемен и т. п.).

Сложившаяся ситуация во многом напоминала революционную. Приказной порядок перехода на дистант был воспринят как посягательство на свободу преподавателя, его академические навыки и используемые методики. Как недоверие к специалисту-профессионалу. Как геймеризация высшей школы. Как замена учителя администратором. Возникло даже предубеждение к необходимости цифровых преобразований в высшей школе.

С течением времени ситуация стала меняться. И меняться в лучшую сторону. Какие результаты можно отметить с уверенностью?

1. Высшая школа однозначно и уверенно проходит этап цифровой трансформации. Внедряются новые информационные технологии. Совершенствуются программы обучения. Появляются новые современные методики преподавания. Общество в целом стало относиться к цифровым технологиям в образовании терпимо и с симпатией.

2. Активно и неожиданно существенную роль сыграли молодые преподаватели. Именно они, кого зачастую воспринимали как безмолвную массу, смело стали браться за развитие и внедрение информационных технологий не только в классе или школе, но и, порой, в районе и городе. Такая скрытая энергия была воспринята положительно. Об этом можно судить по многочисленным кадровым переменам в области образования на всех уровнях.

3. Материальная база. С одной стороны, мы насытили учебные заведения вычислительной техникой. Как бы повторили процессы компьютеризации 90-х годов XX века. Когда вся информатизация сводилась именно к насыщению

учебных заведений компьютерами. Без учёта софта и методик. Современный этап сопровождался осмысленными закупками под конкретные учебные заведения и даже отдельные специализированные классы.

Здесь следует сделать оговорку о трудной внешнеторговой ситуации, которая усилила влияние COVID-19 на внедрение в высшей школе цифровой трансформации. И если с аппаратной составляющей какие-то пути находить удаётся, то с программными продуктами – сложнее. Почти полное отсутствие отечественного софта могла свести все усилия «на нет». Был шанс вернуться к использованию старой доброй классной доски. Можно сказать, что мы проскользнули «между струек».

4. Появились новые современные методики преподавания с учётом цифровой трансформации. Очевидно – это самый сложный вопрос, от решения которого зависел весь результат успешной цифровой трансформации высшего образования. Причём сложность ситуации состояла в том, что нужны не просто новые методики, позволяющие в полной мере использовать современные цифровые технологии. Необходимо было разработать методики, которые агрегировали бы в себе классические методики преподавания. Так мы сохраняли преемственность в образовании, и стремились к идеалу – смешанной системе образования.

Таким образом, результаты цифровой трансформации в образовании позволяют двигаться в позитивном направлении и сформировать новые нарративы для преподавателей высшей школы:

- не следует соотносить цифровую трансформацию высшего образования с дистанционным обучением;

- необходимо и дальше сближать позиции (интересы) всех участников образовательного процесса – общество, обучаемых и преподавателей;

- требуется дальнейшее совершенствование методик обучения, в рамках которых возможна полнофункциональная цифровая трансформация высшего образования.

Список литературы:

1. IT-рынок VS. Коронавирус. Хроника событий в индустрии высоких технологий / 3Dnews [Электронный ресурс]. – URL: https://3dnews.ru/1007702/itrinok-vs-koronavirus-hronika-sobitiy-v-industrii-visokih-tehnologiy (дата обращения: 07.10.2024).

2. Галкина, Л.С. Использование открытых онлайн-курсов при реализации образовательных программ высшего образования / Л. С. Галкина // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XIII Международной научно-методической конференции, Пермь, 20 апреля 2021 года / Под редакцией Е. В. Гордеевой. – Пермь : Пермский институт (филиал) Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», 2021. – С. 41-45.

3. Дорофеева, А. Р. Проблема доверия в диаде «студент – преподаватель» в контексте перехода вузов на дистанционное обучение // Общество: социология, психология, педагогика. – 2022. – № 7(99) [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problema-doveriya-v-diade-student-prepodavatel-v-kontekste-perehoda-vuzov-na-distantsionnoe-obuchenie (дата обращения: 07.10.2024).

4. Рогозин, Д. М. Как преподаватели вузов воспринимают цифровую трансформацию высшего образования / Д. М. Рогозин, О. Б. Солодовникова, А. А. Ипатова // Вопросы образования. – 2022. – № 1. – С. 271-300.

5. Тарутин, А. В. Дистанционное обучение – проблемы роста / А. В. Тарутин // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XII Международной научно-методической конференции, Пермь, 25 мая 2020 года / Под редакцией Е. В. Гордеевой. – Пермь : Пермский институт (филиал) Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2020. – С. 85-89.

Гварлиани Татьяна Евгеньевна
доктор экономических наук, профессор
Сочинского государственного университета,
г. Сочи
Януров Никита Антонович
соискатель
Сочинского государственного университета,
г. Сочи

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО И ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Аннотация: значимость туристской отрасли сложно переоценить, особенно относительно отдельных регионов, специализирующихся на данном направлении. В развитии туристской индустрии заинтересованы не только частные предприниматели и граждане-потребители туристских услуг, но и государство. По этой причине в России со стороны органов публичной власти прикладываются значительные усилия для развития туристских и санаторно-курортных территорий.

Ключевые слова: туризм, туристская отрасль, региональная программа, государственное управление, бюджет, бюджетные расходы.

EFFECTIVENESS OF IMPLEMENTATION OF THE DEVELOPMENT PROGRAM OF THE HEALTH RESORT AND TOURIST COMPLEX OF THE KRASNODAR REGION

Abstract: the importance of the tourism industry is difficult to overestimate, especially in relation to specific regions specializing in this area. Not only private entrepreneurs and citizens-consumers of tourist services, but also the state are interested in the development of the tourism industry. For this reason, in Russia the public authorities make significant efforts for the development of tourist and health resort areas.

Keywords: tourism, tourism industry, regional program, public administration, budget, budget expenditures.

Развитие туристской и рекреационной сферы в России находится на особом контроле государства. Это связано во многом с особой ролью туристско-рекреационного комплекса в жизни общества и экономике территорий-реципиентов туристского потока. По этой причине в России был разработан и в настоящее время воплощается в жизнь Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [1].

Для реализации данного проекта на уровне регионов также разрабатываются программно-целевые документы, призванные обеспечить достижение поставленных Национальным проектом целей на уровне регионов. Государственной туристской программой Краснодарского края является «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса». В 2021 г. в рамках данной программы было установлено 12 мероприятий широкого спектра, в том числе выделение субсидий муниципальным образованиям на различные цели. Апшеронскому району было выделено финансирование на расчистку склона

Гуамского ущелья от нависающих камней, брёвен и аварийных деревьев в целях защиты туристов от чрезвычайных ситуаций. Гуамское ущелье считается одним из самых живописных мест Краснодарского края, здесь организован туристический тепловоз, проходящий меж крутых склонов, поэтому для обеспечения безопасности туристов и сохранения инфраструктурных объектов работы по расчистке склонов необходимо проводить постоянно. Однако Апшеронский район обладает очень слабо развитой транспортной инфраструктурой, добраться сюда достаточно трудно, но проблема больше заключается в сложности транспортировки между центрами отдыха и административным центром. Туристический потенциал района также складывается и за счёт плато Лагонаки, на котором может быть организован горнолыжный курорт [2].

Городу-курорту Сочи была выделена субсидия на поддержание в надлежащем состоянии Олимпийского парка, что подразумевает текущее содержание территории, в том числе уборку, уход за зелёными насаждениями, поддержание исправности инженерных сетей. Целью субсидии Новороссийску являлась реконструкция систем водоотведения и канализации, что имеет крайне критическое значение в горной местности. В рамках субсидий муниципальным образованиям происходит строительство объектов благоустройства для повышения привлекательности территории среди туристов в городском округе Геленджик (установка урн и лавочек на набережной в г. Геленджик, устройство «скейт-парка» в с. Архипо-Осиповка и пр.), также было проведено множество других мероприятий, направленных на повышение комфортного пребывания туристов на туристских территориях.

Помимо прочего, Краснодарский край принял участие в трёх выставках, каждая из которых проходила в Москве: Международная туристическая выставка «MITT», XVI Международная туристическая выставка «Интурмаркет» 2021, 27 Международный форум-выставка по туризму «ОТДЫХ LEISURE 2021», а также 2 онлайн-выставки. Были проведены обучающий семинар-совещание «Школа Агротуризма», презентации

санаторно-курортного комплекса Краснодарского края в Москве и Санкт-Петербурге, а также был проведён конкурс лидеров туристской индустрии «Курортный Олимп-2021». Также проводилось множество прочих мероприятий информационного характера, целью которых являлось популяризация Краснодарского края как туристической дестинации, в том числе посредством наружной рекламы в эфире теле и радиостанций, а также в сети-интернет. Годом ранее, в 2020 г., проводились мероприятия по укреплению береговой линии вдоль набережной им. Адмирала Серебрякова, также осуществлялись прочие мероприятия по благоустройству в разных муниципальных образованиях.

В 2022-2023 гг. в Краснодарском крае было продолжено мероприятие по борьбе с чрезвычайными ситуациями в Апшеронском районе, расчистке левого скального склона объекта туристского показа «Гуамское ущелье», а также проведено множество других. Например, обустройство мест массового отдыха в границах туристского кластера «Абрау-Утриш», «Курджипский», «Изумрудный мир», берегоукрепление набережной Адмирала Серебрякова, проектирование набережной пляжа в с. Агой, обустройство туристских маршрутов и экологических троп в Геленджике и Горячем Ключе, организация пешеходной зоны и набережной на участке Каруссель-Петит в с. Абрау-Дюрсо, обустройство мест массового отдыха в границах туристского кластера «Курджипский», проведение фестиваля «Черноморская винная неделя». Помимо всех упомянутых мероприятий, в 2022-2023 гг. в Краснодарском крае также продолжалась информационная кампания, призванная расширить информированность граждан о возможностях, предоставляемых туристско-рекреационным комплексом региона [3].

Исходя из списка мероприятий можно констатировать, что в Краснодарском крае власти во многом делают ставку на развитие поддерживающей инфраструктуры, повышение популярности черноморского побережья за счёт информационной кампании, а также благоустройством территории.

Стоит отметить, что затраты на реализацию данной программы растут со значительными темпами: если в 2021 г. на неё из краевого бюджеты было выделено 83 542,8 тыс. руб., то в 2023 г. затраты стали кратно выше и достигли 203 841,1 тыс. руб., что объясняется как инфляцией, значительно ускорившейся после 2022 г., так и ростом приоритета данной отрасли в экономике (рисунок 1).

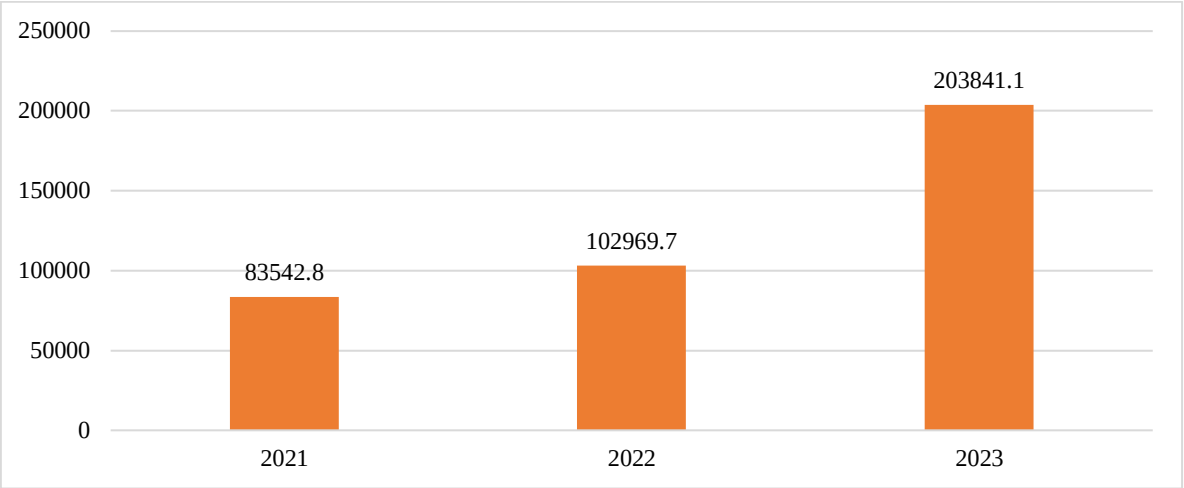


Рисунок 1 – Финансовые затраты на обеспечение региональной программы «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса» (тыс. руб.) [3]

В Краснодарском крае санаторные организации показывают более значительный темп роста, чем стандартные гостиницы, что является отличительной особенностью региона, поскольку на территории России сложилась тенденция, которая отражает снижение популярности санаторно-курортных организаций (рисунки 2 и 3).

Рисунок 2 – Количество ночёвок в санаторно-курортных организациях Краснодарского края и темпы их роста [4]

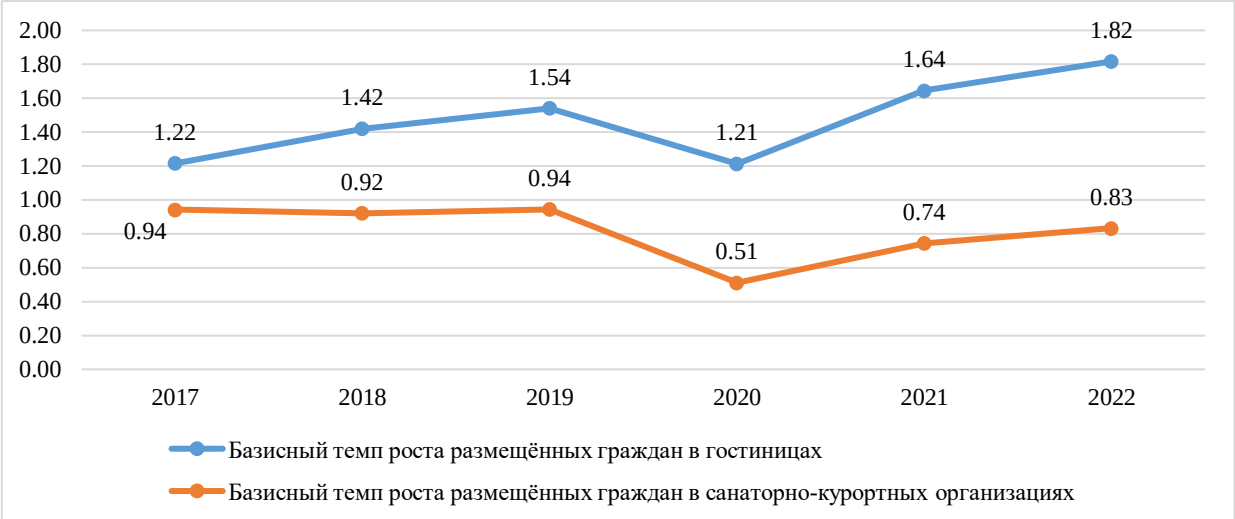


Рисунок 3 – Базисные темпы роста количества ночёвок в гостиницах и санаторно-курортных организациях России [5]

Столь положительная динамика происходит на фоне повышения стоимость услуг по размещению. В 2022 г. средняя стоимость одного дня проживания в гостинице 3* составила 1 562 руб., что больше цены 2018 г. 11,8 %, в то время как обслуживание в санатории подорожало на 38 % с 2 962 руб. до 4 096 руб. (рисунок 4).

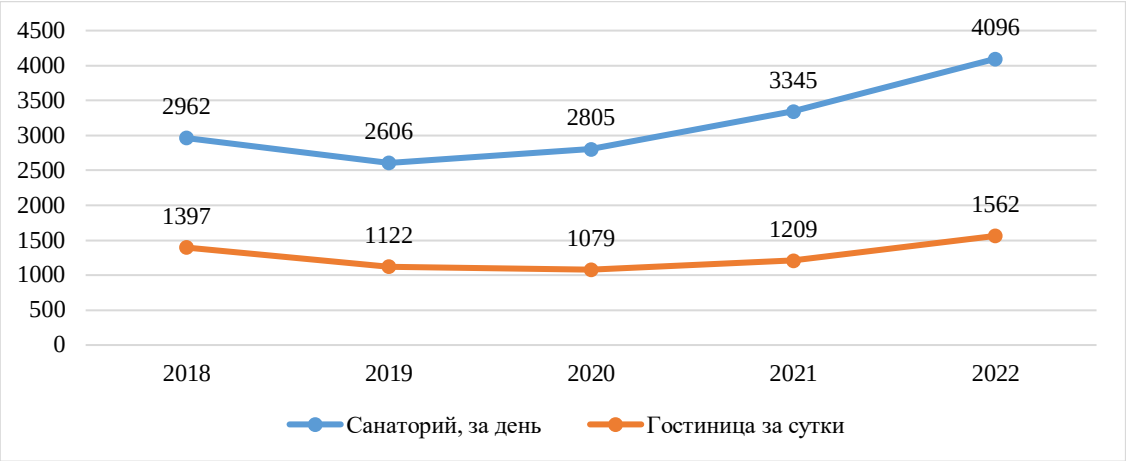


Рисунок 4 – Средняя стоимость размещения в трёхзвёздочных номерах в средствах размещения Краснодарского края [4]

При этом в Краснодарском крае меры государственной поддержки в этом плане не столь значительны: в рамках государственной программы «Дети Кубани» выдаются путёвки на амбулаторное и стационарное лечение в санаториях следующим категориям детей:

- детям-сиротам;
- детям, оставшимся без попечения родителей;
- детям, добившихся успехов в общественной деятельности и учёбе;
- победителям различных соревнований, олимпиад, фестивалей, смотров и конкурсов [6].

Эта мера поддержки граждан хоть и важна, но невыдающаяся на фоне других регионов. В Москве, например, бесплатные путёвки предоставляются гражданам предпенсионного возраста и неработающим пенсионерам, почётным донорам и пострадавшим в результате терактов. В Ямало-Ненецком автономном округе неработающим пенсионерам, которые не входят в число льготников, возмещают расходы на лечение в санатории раз в три года. Ямальцам оплачивают фактические траты, но не больше 70 % от предельной стоимости путёвки (около 2 тыс. руб. в сутки) [7].

Данные факты подтверждают, что реализация программы развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края

развивается хорошими темпами, но необходима и коррекция отдельных направлений её развития.

Список литературы:

1. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» / Официальный сайт министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/nacionalnyy_proekt_turizm (дата обращения: 15.09.2024).

2. Щучкина, Т. Ф. Перспективное использование рекреационных ресурсов горно-предгорных территорий (на примере Апшеронского района Краснодарского края и республики Адыгея) / Т. Ф. Щучкина, А. В. Коновалова. Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. – 2022. - № 1 [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivnoe-ispolzovanie-rekreatsionnyh-resursov-gorno-predgornyh-territoriy-na-primere-apsheronskogo-rayona-krasnodarskogo-kraya (дата обращения: 13.04.2024).

3. Планы реализации программ Краснодарского края / Официальный сайт министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края [Электронный ресурс]. – URL: https://kurort.krasnodar.ru/activity (дата обращения: 15.09.2024).

4. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края 2018–2022, статистический сборник / Федеральная служба государственной статистики, управление федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея.

5. Федеральная служба государственной статистики. Туризм [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm (дата обращения: 10.05.2024).

6. Государственная программа Краснодарского края «Дети Кубани» / Официальный сайт министерство образования, науки и молодёжной политики Краснодарского края [Электронный ресурс]. – URL: https://minobr.krasnodar.ru/activity (дата обращения: 20.05.2024).

7. Оборин, М.С. Экономика и управление предприятиями курортно-рекреационного комплекса: учебное пособие / М. С. Оборин. Министерство науки и высшего образования РФ, ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ. – Пермь : Издательство «ОТ и ДО», 2022. – 156 с.

Гончаров Александр Иванович
доктор экономических наук, профессор
Волгоградского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
Волгоградского государственного университета,
г. Волгоград
Московского финансово-промышленного университета «СИНЕРГИЯ»,
г. Москва
Гончарова Марина Вячеславовна
доктор экономических наук, профессор
Московского финансово-промышленного университета «СИНЕРГИЯ»,
г. Москва
Орлова Алина Александровна
старший преподаватель
Московского финансово-промышленного университета «СИНЕРГИЯ»,
г. Москва

ЦИФРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ КАК ИННОВАЦИОННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Аннотация: анализируется действующая нормативная модель осуществления прав по облигациям, которую формально можно реализовать посредством цифровых финансовых активов. Цель научной разработки – раскрыть алгоритм осуществления прав по облигациям различных видов, реализуемый по инвестиционной технологии цифровых финансовых активов.

Ключевые слова: облигации, цифровые финансовые активы, инвестиционные инструменты.

DIGITAL FINANCIAL ASSETS AS INNOVATIVE FINANCIAL INSTRUMENTS

Annotation: the current regulatory model for the exercise of rights on bonds, which can be formally implemented through digital financial assets, is analyzed. The purpose of the scientific development is to reveal the algorithm for exercising rights on bonds of various types, implemented using the investment technology of digital financial assets.

Keywords: Bonds, digital financial assets, investment instruments.

В Российской Федерации с 1996 г. действует Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» [1]. С начала 2020-х гг. в процессе построения цифровой экономики инвестиционный инструментарий модернизируется в рамках магистрального тренда глубокой имплементации цифровых прав. К ним, наряду с иными разновидностями, относятся цифровые

финансовые активы. В п. 2 статьи 1 Федерального закона от 31.07.2020 № 259-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [2] определено, что цифровые финансовые активы – это цифровые права, включающие возможность осуществления прав по эмиссионным ценным бумагам, а к ним, в свою очередь, относятся облигации.

Как правило, данный инструмент долгового финансирования выпускается эмитентом на определённый срок, однако, существуют также бессрочные облигации. Фондовый рынок в России значительно моложе фондовых рынков развитых экономик [3]. Долговой рынок является одним из основополагающих для российской экономики в условиях глобальной экономической нестабильности и резкого изменения баланса сил в мировой финансовой системе [4]. По итогам 2023 г. объём облигаций на счетах в российских депозитариях увеличился на 17 %, до 50 трлн руб. по номиналу. Рост обеспечили в основном федеральные государственные облигации (+12 % 2022 / 2023), а также корпоративные облигации (+26 % 2022 / 2023), которые в течение 2023 г. приблизились к объёму выпуска в 14 трлн руб. Во многом этому способствовали размещения корпоративными эмитентами их облигаций с плавающим купоном [5].

На российском финансовом рынке ведутся сделки с облигациями, спектр видов которых вполне представителен [6]. Например, к концу 2023 г. доля облигаций в юанях, выпущенных на срок до 1 года, превысила 50 % [6]. Отметим также, что являясь разновидностью корпоративных облигаций, банковские облигации могут стать средством обучения населения навыкам работы с обращающимися финансовыми инструментами, своеобразными «провайдерами» образовательных услуг фондового рынка. Исходя из того, что финансовые услуги должны быть понятны и доступны простым людям, следует подключать к работе социологов, политологов и даже психологов [7]. Относительно недавно начал формироваться рынок зелёных облигаций. В 2008 г. Всемирный банк впервые осуществил выпуск зелёных облигаций в

целях фондирования проектов, связанных с изменением климата. По прогнозам аналитиков Climate Bonds Initiative, ежегодный объём выпуска зелёных облигаций может превысить в 2023 году 1 трлн долл. [8].

Согласно статье 20.1 Федерального закона [1] эмиссия коммерческих облигаций осуществляется без регистрации проспекта ценных бумаг и без государственной регистрации отчёта (без представления эмитентом уведомления в Банк России) об итогах выпуска. Так, в феврале 2024 г. ВЭБ РФ разместил краткосрочные облигации (депозитарий – НКО АО «Национальный Расчётный Депозитарий»). Объём эмиссии составил около 72,38 млрд руб. сроком на 14 дней со ставкой купона 15,57 %. Номинал облигации – 1 тыс. рублей, цена размещения 100 % от номинала, выплата купона – при погашении выпуска облигаций [9]. Также без государственной регистрации в Банке России регистрацию выпуска биржевых облигаций осуществляет организатор торговли (например, ПАО «Мосбиржа»). Так, в феврале 2024 г. на Мосбирже размещено 70 облигационных займов на общую сумму 3,2 трлн рублей, включая объём размещения однодневных облигаций на 2,4 трлн рублей [10].

Цифровым финансовым активам как инвестиционной инновации неотъемлемо присуще дистанционное взаимодействие инвестора и получателя инвестиций эмитента. Интернет-коммуникация стирает все географические, пространственно-временные границы, и в связи с этим, наряду с привычной формой заключения договоров, появилась и получила широкое распространение электронная форма фиксации договорных отношений. Интернет сделал цифровые объекты доступными при любом территориальном расположении контрагентов, сегодня цифровой объект может быть создан в одной юрисдикции, затем через Интернет распространён в другой. Благодаря облачным сервисам учёт сделок с объектом может вестись удалённо – на серверах, работающих в юрисдикциях, где не расположен ни получатель инвестиций, ни инвестор. Цифровая форма – это технический способ фиксации принадлежности объекта гражданских прав определённому субъекту, который

может распорядиться им по своему усмотрению посредством использования цифровых средств передачи информации о них.

Банк России как мегарегулятор большие усилия прилагает к развитию инфраструктуры отечественного финансового рынка, к появлению на нём новых хозяйствующих субъектов и интернет-технологий. После паузы в 2021 г. в 2022 г. были созданы лишь 3 оператора информационных систем, в которых осуществляется выпуск цифровых финансовых активов, в 2023 г. появилось ещё 7 новых операторов, в марте 2024 г. 11-м оператором стал АО «Тинькофф-банк». Также в 2023 г. был создан первый оператор обмена (ПАО «Мосбиржа»), в 2024 г. – второй оператор обмена цифровых финансовых активов (ПАО «СПБ биржа») внесён Банком России в Реестр операторов обмена. Наблюдается быстрый рост выпусков цифровых финансовых активов и объёмов привлечения капитала: по сравнению с 19 выпусками на 0,7 млрд руб. в 2022 г., в 2023 г. проведено 304 выпуска на 65 млрд руб. [11].

В качестве ключевых свойств этой инвестиционной технологии можно выделить вариативность конструирования удостоверяемых цифровыми финансовыми активами прав, высокую скорость выпуска, пониженные издержки, а также автоматизированное исполнение обязательств посредством Интернета. В этой связи, получатели инвестиций – эмитенты, выпускающие облигации, имеют легитимные варианты кардинально расширить круг потенциальных инвесторов, которые могли бы вложить капиталы в их облигации. Во-первых, это достигается предложением нескольких разновидностей облигаций, во-вторых, этому способствует расширение инфраструктуры для реализации сделок с имеющимися облигациями. Корпоративные получатели инвестиций – эмитенты путём договорного взаимодействия с любым из 11 операторов вправе на свои облигации выпустить цифровые финансовые активы, вид которых предусмотрен Федеральным законом [2] – *возможность осуществления прав по эмиссионным ценным бумагам*. Так инвесторы получают дополнительный, казалось бы, более дешёвый и простой доступ через оператора информационной системы, в

которой осуществлён выпуск соответствующих цифровых финансовых активов.

Однако, благой замысел законодателя об упрощении процедур инвестирования и для инвестора, и для получателя инвестиций – эмитента заходит в тупик, упираясь в непонятную фигуру, правовое положение которой практически не регламентировано. Но именно через это лицо должно происходить осуществление прав по облигациям, которых, как известно, имеется довольно внушительный перечень, не менее чем два десятка прав. Полагаем, имеющийся алгоритм осуществления прав по облигациям посредством цифровых финансовых активов в таком виде нежизнеспособен.

Федеральный закон [1], содержащий немало таких выражений, как «права по ценным бумагам»; «права, закрепленные ценной бумагой»; «бумага, закрепляющая право ее владельца», отражает вполне спокойное отношение законодателя к восприятию правовой природы эмиссионных ценных бумаг в качестве юридической фикции «права на права». Поскольку в статье 128 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что и бездокументарные ценные бумаги, и цифровые права – это разновидности имущественных прав, в ракурсе исследуемой проблематики цифровых финансовых активов получается ещё более тяжёлая для восприятия юридическая фикция – «права на права на права». Практически, действуя по закону, для расширения круга, повышения комфорта и доходов инвесторов получатель инвестиций – эмитент, выпустивший бездокументарные облигации («имущественные права 1-го порядка»), должен дополнительно создать посредством цифровых финансовых активов их цифровые эквиваленты («имущественные права 2-го порядка»).

К сожалению, вполне перспективная нормативная модель тормозится отсутствием регламентации правового положения и функционала лица, на которое в депозитарии открывается счёт депо и через которое должны осуществляться права владельцев облигаций, на которые, в свою очередь, выпущены цифровые финансовые активы. Отсутствие на 4-м году действия

Федерального закона [2] хотя бы 1 выпуска цифровых финансовых активов на облигации – убедительное доказательство такого же отсутствия финансово-экономического интереса эмитентов к таким инвестиционным «то́кенам», как к привлекательным финансовым инструментам.

Предлагаем подробно регламентировать возможность осуществления прав по эмиссионным ценным бумагам (облигациям) посредством цифровых финансовых активов на основе юридической фикции – цифровых эквивалентов облигаций. В целом, выявленные проблемы должна решаться комплексно, путём модернизации всей нормативной модели учётно-регистрационной инфраструктуры финансового рынка. Нами предлагается в структуре Банка России единая платформа цифровых инвестиционных эквивалентов (аналог платформы цифрового рубля). На этой единой платформе все отечественные эмитенты выпускают (на ней же ведут учёт, хранение и регистрацию сделок по схеме централизованного блокчейна) цифровые инвестиционные эквиваленты, видовое разнообразие которых будет максимально широким и позволит к 2030 г. оцифровать все существующие сегодня эмиссионные ценные бумаги.

Благодарности:

Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда (проект № 23-28-00475, https://rscf.ru/project/23-28-00475/).

Список литературы:

1. Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ (ред. от 11.03.2024) «О рынке ценных бумаг» / Собрание законодательства РФ. - № 17. Ст. 1918.

2. Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ (ред. от 11.03.2024) «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» / Собрание законодательства РФ. - № 31 (часть I). Ст. 5018.

3. Милинчук, А. А. Инвестиционный активизм: краткий обзор / Корпоративные финансы. – 2009. - № 9 (12). – С. 87–94.

4. Зенкина, О. И. Облигационный рынок России: макроэкономические ожидания и современные реалии / Корпоративные финансы. – 2012. – 23 (3). – С. 87–89.

5. Материалы Банка России [Электронный ресурс]. – URL: https://www.Cbr.ru/about_br/publ/results_work/2023/obespechenie-ustoychivosti-finansovogo-rynka/#a_159683 (дата обращения: 30.08.2024).
6. Обзор финансовых инструментов 2023. Аналитический материал. Банк России: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://www.cbr.ru/collection/collection/ file/48944/fi_review_2023.pdf (дата обращения: 30.08.2024).
7. Белоглазова, Г. Н. Потенциал инвесторской базы российского рынка банковских облигаций / Г. Н. Белоглазова, Е. В. Куделич. Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 345. – С. 133–138.
8. Потапова, Е. Влияние совета директоров на привлечение финансирования с использованием зелёных облигаций / Корпоративные финансы. – 2023. – № 17 (2). – С. 27–38.
9. О размещении краткосрочных биржевых облигаций ВЭБ РФ. ВЭБ. РФ: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://xn--90ab5f.xn--p1ai/press-tsentr/58175/ (дата обращения: 01.09.2024).
10. Московская биржа подвела итоги торгов в феврале 2024 г. Мосбиржа: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://www.moex.com/n68094?nt=106 (дата обращения: 01.09.2024).
11. Итоги работы Банка России 2023: коротко о главном. Банк России: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://www.cbr.Ru/about_br/publ/results_work/ 2023/obespechenie-ustoychivosti-finansovogo-rynka/#a_159683 (дата обращения: 30.09.2024).

Гордеев Александр Евгеньевич
кандидат психологических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Гордеев Евгений Александрович
преподаватель, магистр экономики
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация: на основе влияния цифровой трансформации всех сторон жизни рассмотрены некоторые перспективные направления развития отечественной и мировой экономики.

Ключевые слова: сетевая экономика, цифровая трансформация, цифровые технологии и развитие экономики.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE NETWORK ECONOMY IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Abstract: based on the impact of digital transformation on all aspects of life, some promising areas of development of the domestic and global economy are considered.

Keywords: network economy, digital transformation, digital technologies and economic development.

Как это часто бывает в периоды революционных преобразований, теоретическое осмысление происходящих изменений не успевает за скоростью смены событий. Вот и цифровая трансформация, разворачивающаяся сегодня, регулярно предлагает для исследования новые актуальные проблемы и феномены. Сегодня интересная дискуссия разворачивается вокруг влияния использования цифровых инструментов на будущее развитие экономических отношений. Ряд специалистов предлагают считать состоявшимся переход от традиционной экономики к сетевой [6, 8, 12, 16].

Впервые о сетевом подходе в организации бизнеса практики заговорили во второй половине 19 века, когда активно стал разворачиваться процесс концентрации производства и капитала. Первоначально первые сетевые структуры стали появляется в коммерции, в розничной торговле. Условием для возникновения сетевых торговых компаний явилось, прежде всего, появление новых производственных технологий, позволяющих за счёт роста производительности труда значительно увеличить производство товаров массового спроса. Важным фактором развития международных торговых коммуникаций стало также бурное развитие транспортных возможностей.

Несмотря на то, что сетевые коммерческие предприятия начали формироваться ещё во второй половине 19 века, первые серьёзные исследования этого феномена появились в 70-е годы 20 века. Концентрация производства и стремление получить преимущества за её счёт в различных отраслях экономики заставил коммерческие структуры предпринять серьёзные усилия для приближения своих товаров к потребителю за счёт расширения и освоения новых товарных рынков. Процессы концентрации и централизации капитала позволяли финансировать крупные коммерческие проекты для коммерческого освоения

новых территорий. Одним из способов достижения этих целей стал сетевой принцип построения организационных структур в коммерции.

Специалисты отмечают, что первые сетевые эксперименты в торговле начались в США. Считается, что право внедрения преимуществ сетевого принципа организации бизнеса принадлежит легендарной американской компании Walmart. Именно ей приписывают основные идеи сетевых построений в розничной торговле, заключающиеся в едином стандарте работы, выборе удобного расположения и режима работы магазина [5].

В Европе сетевые розничные торговые сети (РТС) появились значительно позже, так как развитию РТС помешали две разрушительные мировые войны. Во Франции появилась сеть Carrefour, в Германии – Metro, в Великобритании – Tesco. Также как и американские компании, европейские коммерсанты предлагали широкий ассортимент по доступным ценам и удобство расположения магазинов. Следует отметить, что сетевой принцип построения сначала использовался в основном в сегменте FMCG. Позднее принципы сетевого построения стали использоваться в других видах предпринимательской деятельности, таких как общественное питание, сервис, гостиничный бизнес и т. д. [10, 15].

Несмотря на большое распространение сетевых коммерческих предприятий, это явление всё ещё недостаточно изучено. Об этом свидетельствует большое количество дефиниций, связанных с реализацией принципа сетевой организации бизнеса. Очевидно, что это связано со сложностью, неоднозначностью и динамичностью описываемого явления. Эти особенности отмечают в своих работах многие зарубежные и отечественные ученые, эксперты и практики [1, 2, 7].

Рассмотрев предложенные варианты определений, можно согласиться с точкой зрения Кушлина В. И., дополнив её влиянием современных цифровых реалий и, определив современную сетевую структуру, как организационный тип, характеризующейся гибкой, свободно связанной, горизонтально организованной структурой сети, принципиально равноправных, по своим целям, функциям и

ролям, независимых партнёров, выстраивающих своё взаимодействие на основе активного использования возможностей современных цифровых технологий [11].

Сетевые взаимодействия экономических субъектов имеют свои особенности, которые отличают их от традиционных форм взаимодействия и предоставляют дополнительные преимущества. Вот некоторые из них [6, 8, 10, 13, 14].

1. Гибкость и адаптивность.

2. Синергетический эффект.

3. Распределение рисков.

4. Открытость и инклюзивность.

5. Управление и координация.

6. Взаимовыгодность.

7. Информационная открытость.

К особенностям сетевых взаимодействий также можно отнести:

- общий центр управления и единая маркетинговая система;

- централизация закупочной деятельности;

- централизация информации о состоянии продаж, поставок, закупок;

- единое управление товарными и денежными потоками;

- стратегическое планирование изменения хозяйственной деятельности в настоящем и будущем периодах;

- стандартизация всех торговых операций;

- создание собственного бренда для покупателей [3].

Преимущества, предоставляемые сетевой организацией бизнеса, приводят к стремлению постоянно осваивать новые коммерческие пространства. Как отмечает Глодных Н. М. [8] они используют следующие методы развития:

- создание новых собственных торговых объектов как точек роста;

- слияние с действующими объектами и мелкими сетями;

- поглощение действующих объектов и мелких сетей;

- франчайзинг.

Особенно бурно возможности сетевых торговых организаций стали развиваться в условиях широкой цифровизации и формировании сетевой экономики.

Таблица 1

Этапы развития сетевых торговых структур [4]

Период	**Событие**	**Значимые факторы**
Вторая половина XIX – начало XX вв.	Этап зарождения первых РТС и их первоначальное развитие в США	Появление и применение новых технологий привело к появлению крупных промышленных предприятий и повышению производительности товаров. Одновременно развитие бизнеса потребовало ускоренного развития транспортной инфраструктуры, что позволило снизить транспортные издержки.
Начало XX – конец 30-х годов XX в.	Этап быстрого роста. Возникновение большого числа сетевых торговых проектов. Появление первых сетевых торговых образований в Европе. Период активных слияний и поглощений.	Дальнейший процесс концентрации капитала привёл к повышению стремлению получать за счёт преимуществ сетевой организации торговли конкурентными преимуществами. Зарождение и активное развитие научного маркетинга.
Конец 30-х – начало 50-х гг. XX в.	Этап стабильного роста сферы РТС, увеличение доли рынка розничных сетей. Продвижение сетевого принципа организации бизнеса в другие сферы экономики (банковский, гостиничный бизнес, сервис и сферу общественного питания).	Процесс активной индустриализации, дальнейшее развитие транспортной инфраструктуры, которая за счёт бурного развития авиации позволила ускорить процесс доставки товаров.
С 50-х г. XX в.	Этап активного развитие форматов сетевой торговли в Западной Европе.	Повышение уровня жизни в развитых странах, рост покупательских возможностей населения, возрастание спроса населения. Формирование теории и практики маркетинг-менеджмента.
С 60-х г. XX в.	Этап первого применения информационных технологий в бизнесе. Торговые сети начинают применять новые информационные технологии и активно внедрять инновации.	Прорывы в технологии полупроводниковых технологиях. Появление первых образцов микроэлектронной базы привело к первым доступным образцам цифровой техники.
С 70-х г. XX в.	Этап активного создания транснациональных торговых и многопрофильных корпораций.	Активное развитие микроэлектроники, разработка первых цифровых процессоров. Появление более качественной связи за счёт оптоволоконных технологий и использования искусственных спутников Земли, что расширило скорости обмена

		данными.
С 90-х г. XX в.	Этап активного применение цифровых технологий в продажах товаров и услуг.	Формирование сетевой экономики, появление международных систем расчётов и платежей. Активное внедрение ERP компьютерных систем. Появление цифровых валют, позволяющих использовать их как средство онлайн-платежей, инвестиций и переводов.
С начала 2000-х г.	Этап использования в коммерческих целях виртуального пространства для продвижения товаров. Развитие E-commerce.	Появление новых цифровых инструментов управления коммерческой деятельностью и управлением финансами. Активное развитие маркетплейсов как электронных торговых площадок. Широкое внедрение облачных технологий.
С начала 2010-х г.	Этап развития гибридных торговых розничных предприятий, развивающих виртуальную структуру с полноценными структурами обслуживания потребителей на основе создания собственных маркетплейсов.	Появление новых цифровых технологий: Большие данные, ИИ, Интернет 5G, Блокчейн, Интернет вещей, AR и DR и др.
С 2020-х	Этап выделения самостоятельных виртуальных крупных торговых компаний, имеющих собственный маркетплейс, существенно развивающих стандартный перечень торговых услуг традиционных предприятий, например банкинг компании Ozon и др.	Развитие новых цифровых технологий, которые позволяют быстро и эффективно оплатить покупку, выстроить торговую стратегию, провести анализ предпочтений покупателей и выбрать новые каналы работы с ними. Активное развитие s-commerce

Сегодня уже активно используются следующие цифровые технологии.

1. Облачные технологии, основанные на преимуществах распределённых облачных вычислений.

2. Технологии систем распределённого реестра, которые значительно повышают скорость работы с информацией и обеспечивают высокую конфиденциальность данных.

3. Технологии больших данных и искусственный интеллект, позволяющие оперативно интегрировать, хранить, управлять и анализировать громадные массивы информации.

4. Интернет вещей, как концепция сети обмена данными между различными физическими объектами, наделёнными необходимыми средствами и технологиями взаимодействия между собой или с внешней средой.

5. Цифровые платформы как виртуальные площадки для эффективной организации бизнес-процессов различного вида для взаимодействия с сотрудниками, партнёрами и клиентами.

6. Технологии дополненной и виртуальной реальности, создающие новые способы коммуникации и формированию новых подходов к процессу обучения, потребительских сервисов, новые возможности для массовых медиа.

7. Технологии аддитивного производства, позволяющие присваивать новые технологические свойства промышленной продукции.

8. Робототехники, осуществляемые на новых когнитивных технологиях, приводят к настоящему прорыву во многих отраслях промышленности.

9. Цифровые технологии активно используются в развитии взаимодействия государства и общества, что значительно упрощает доступ различного вида государственных услуг.

10. Технологии электронных средств платежа и развитие цифровых систем взаимных расчётов.

Данные технологии активно приводят к кардинальным экономическим преобразованиям.

1. Изменению модели управления экономикой от программно-целевой к программно-прогностической.

2. Смене экономического уклада, изменению традиционных рынков, социальных отношений, государственного управления.

3. Принципиальному изменению основного источника добавленной стоимости и структуры экономики за счёт формирования более эффективных экономических процессов, обеспеченных цифровой инфраструктурой.

4. Переходу функции лидирующего механизма развития экономики к институтам, основанным на цифровых моделях и процессах [9].

Список литературы:

1. Webster, F. Theories of the information society / F. Webster. – London, New York: Routledge, 1996. – 32 p. – ISBN: 0-203-96282-6.

2. Богачев, Ю. С. Механизмы развития инновационной экономики в современных условиях / Ю. С. Богачев, А. М. Октябрьский, Д. А. Рубвальтер. Экономическая наука современной России. – 2009. – № 2 (45). – С. 63-71.

3. Бурмистров, А. В. Формирование стратегии управления сетевой розничной торговли в современных условиях / Вестник РГТЭУ, 2009. - № 9. – С. 109-116.

4. Гордеев, Е. А. Оптимизация деятельности сетевых торговых структур в Российской экономике в условиях цифровой трансформации. Магистерская диссертация, защищенная в Пермском институте (филиале) РЭУ им. Г.В. Плеханова в 2024 г.

5. Дробышева, Т. Walmart: империя из американской провинции [Электронный ресурс]. – URL: https://ushistory.ru/populjarnaja-literatura/682-walmart-imperija-iz-amerikanskoj-provintsii (дата обращения: 07.09.2024).

6. Евграфова, Л. Д. Сетевая экономика как новая форма экономики / В сборнике: Новая наука как результат инновационного развития общества. Сб. науч. Ст. Международной научно-практической конференции: в 17 частях. – 2017. – С. 206-210.

7. Зибер, П. Управление сетью как ключевая компетенция предприятия / Проблемы теории и практики управления. – 2000. – №3. – С.92–96.

8. Зыкова, М. В. Деятельность торговых сетей в современной российской экономике / М. В. Зыкова, Н. М. Глодных // Сборник: Современные проблемы экономического развития России : Материалы межвузовской научно-исследовательской конференции магистров. Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова». – 2017. – С. 47-52.

9. Калаврий, Т. Ю. Инструменты цифровой экономики. Учебное пособие / Т. Ю. Калаврий, О. В. Гордячкова. – М. : Мир науки, 2022 [Электронный ресурс]. – URL: https://izd-mn.com/PDF/66MNNPU22 (дата обращения: 06.09.2024).

10. Костина, К. К. Анализ деятельности розничных сетевых структур в современной российской торговле / К. К. Костина, А. Е. Гордеев // Сборник: Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Материалы VIII Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию учебного заведения. – 2019. – С. 34-40.

11. Кушлин, В. И. Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование рыночных процессов / Под ред. В. И. Кушлина, В. П. Чичканова. – Издательство: Российская академия государственной службы (РАГС), 2004. – 744 с.

12. Паринов, С. И. К теории сетевой экономики / Рос. Акад. Наук, ИЭОПП СО РАН. – Новосибирск. – 2002. – 536 с.

13. Приходько, К. С. Воздействие мировых торговых сетей на развитие потребительского рынка в условиях глобализации / К. С. Приходько. Автореф. Дис. Канд. Эк. наук. – Краснодар, 2008. – 28 с.

14. Сапаров, П. Технологические предпосылки создания сетевой экономики / Матрица научного познания. – 2024. - № 4-1. – С. 396-398.

15. Тлисов, О. В. Концепция сетевой формы организации бизнеса / О. В. Тлисов, С. А. Воробьев // Молодой учёный. – 2019. - № 46 (284). – С. 359-361 [Электронный ресурс]. – URL: https://moluch.ru/archive/284/63940/ (дата обращения: 06.09.2024).

16. Шумахов, Р. Сетевая экономика: общая характеристика и особенности развития / Р. Шумахов, К. С. Шумахова. Научные известия. – 2020. - № 19. – С. 14-18.

Деменева Юлия Андреевна
младший научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории товарных экспертиз Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Пермь

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И ТОРГОВЛЯ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Аннотация: статья посвящена анализу роли предпринимателей в развитии торговли через маркетплейсы. Рассматриваются элементы их деятельности в интернет-пространстве, включая выбор ассортимента, установление цен, применение маркетинговых подходов и коммуникацию с клиентами. Дополнительно уделяется внимание вопросам взаимодействия между предпринимателями и платформами, а также проблемам, с которыми им приходится сталкиваться в процессе работы на маркетплейсах.

Ключевые слова: маркетплейс, предприниматели, маркетинговый подход, торговля.

ENTREPRENEURS AND TRADING ON MARKETPLACES

Abstract: the article analyzes the role of entrepreneurs in the development of trade through marketplaces. Elements of their activities in the Internet space are considered, including the selection of assortment, setting prices, applying marketing approaches and communicating with customers. In addition, attention is paid to issues of interaction between entrepreneurs and platforms, as well as the problems they face in the process of working on marketplaces.

Keywords: marketplace, entrepreneurs, marketing approach, trade.

Предприниматели малого и среднего бизнеса участвуют в развитии торговли на маркетплейсах. Они предлагают разнообразные товары и услуги, что увеличивает доступность для покупателей. Также они формируют

конкурентоспособную среду, способствующую улучшению качества продукции и регулированию цен. Предприниматели помогают в создании новых рабочих мест и развитии инфраструктуры, необходимой для работы маркетплейсов. Их деятельность содействует экономическому прогрессу и повышению жизненных стандартов населения [1].

Деятельность предпринимателей в интернет-пространстве включает несколько основных компонентов. Во-первых, это выбор ассортимента товаров или услуг. Необходимо определить, какие товары будут наиболее востребованы среди потребителей, провести анализ рынка и конкурентов, чтобы предложить уникальные или высококачественные продукты.

Во-вторых, установление цен. Цена должна быть конкурентоспособной, одновременно с этим учитывается необходимость покрытия всех расходов и получение прибыли. Для этого предприниматель может использовать различные методы ценообразования, такие как метод анализа затрат, метод рыночного сравнения или метод ценности продукта.

В-третьих, применение маркетинговых подходов. Это подразумевает создание стратегии для продвижения товара, применение различных рекламных каналов (соцсети, контекстная реклама, SEO), организацию акций и предложений со скидками, участие в партнёрских программах и многое другое. Целью этих мероприятий является привлечение внимания потенциальных клиентов и увеличение продаж.

Также отводится важная роль коммуникации с клиентами. Необходимо уметь быстро реагировать на запросы и пожелания покупателей, решать возникающие проблемы, поддерживать обратную связь. Хорошо организованная служба поддержки и клиентский сервис могут значительно повысить лояльность клиентов и улучшить репутацию бренда [2].

Взаимодействие между предпринимателями и платформами маркетплейсов имеет свои особенности и проблемы. Прежде всего, стоит обратить внимание на условия работы с платформой, правила размещения продукции, размеры комиссий и другие финансовые выплаты. Кроме того,

критически важно правильно выбрать платформу, принимая во внимание целевую аудиторию, географическое положение и другие влияющие факторы.

Предпринимателям часто приходится сталкиваться с проблемами, такими как высокие комиссии, низкий уровень прозрачности в работе платформ, проблемы с доставкой и возвратом товаров, а также высокая конкуренция. Крайне важно тщательно подбирать поставщиков и логистических партнёров, чтобы снизить эти риски [3].

Чтобы эффективно взаимодействовать с маркетплейсами, необходимо внимательным образом ознакомиться с условиями партнёрства, адаптировать свои предложения, постоянно следить за рыночной ситуацией и быстро реагировать на колебания в потребительских предпочтениях.

Ещё одним направлением является необходимость постоянного мониторинга результатов работы. Владельцы бизнеса обязаны следить за показателями продаж, отзывами клиентов и результативностью рекламных акций, чтобы быстро вносить корректировки в свои стратегии. Такой подход предоставляет возможность не только подстраиваться под изменения на рынке, но и предугадать запросы потребителей.

Не менее значима и работа по формированию брендинга. Создание сильного бренда способствует увеличению доверия со стороны потребителей и выделяет товары среди конкурентов. Это может стать решающим фактором при выборе продукта, особенно в условиях жёсткой конкуренции [4].

Создание уникального предложения также поможет предпринимателям в развитии бизнеса через маркетплейсы. Это может быть связано не только с качеством продукта, но и с уровнем сервиса, дополнительными услугами или уникальной упаковкой. Такие отличия могут значительно повысить конкурентоспособность товара и привлечь внимание целевой аудитории.

Кроме того, для успешного продвижения товара на маркетплейсах необходимо уделить внимание качеству фотографий и описанию продукции. Визуальное восприятие играет решающую роль в принятии решения о покупке. Высококачественные изображения и подробно проработанные тексты помогают

потенциальным покупателям лучше понять продукт и его преимущества, что в свою очередь увеличивает вероятность заключения сделки.

Вместе с тем, активное использование социальных сетей для продвижения товаров может значительно увеличить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов. Создание интересного контента, взаимодействие с пользователями и проведение акций через социальные платформы позволяет не только улучшить имидж компании, но и установить более тесные связи с аудиторией.

Дополнительно к этому, для успешного ведения бизнеса на маркетплейсах целесообразно постоянно обучаться и адаптироваться к новым трендам и технологиям. Участие в вебинарах, курсах и тренингах, посещение выставок и обмен опытом с коллегами из данной отрасли помогут быть в курсе актуальных изменений и улучшать стратегии.

В заключение, предприниматели должны активно развивать свои навыки и знания в области цифрового маркетинга, логистики и клиентского обслуживания, чтобы максимально использовать возможности, которые предоставляет рынок маркетплейсов. Только так можно добиться устойчивого успеха и занять нишу в этом динамично развивающемся сегменте.

Список литературы:

1. Куликова, О. М. Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли / О. М. Куликова, С. Д. Суворова // Инновационная экономика: перспективы развития совершенствования. – 2020. - № 6 (48) [Электронный ресурс]. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44347350 (дата обращения: 15.10.2024).

2. Продвижение на маркетплейсах: как получать больше трафика / Медианетологи [Электронный ресурс]. – URL: https://netology.ru/blog/09-2020-marketpleisy (дата обращения: 14.10.2024).

3. Развитие предпринимательства: концепции, цифровые технологии, эффективная система: Монография / под ред. М. А. Эскиндарова. – 2-е изд. : Москва. – 2020. – 605 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1232454 (дата обращения: 16.10.2024).

4. Твердохлебова, М. Д. Роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг / М. Д. Твердохлебова, В. В. Никишкин. Практический маркетинг. – 2019. - № 6 (268) [Электронный ресурс]. – URL:

https://cyberleninka.ru/article/n/rol-marketpleysov-na-rynke-roznichnyh-torgovyh-uslug (дата обращения: 16.10.2024).
5. Фазил-Заде, А. Будущее маркетплейсов: куда движется e-commerce? / Retail.ru. – 2021 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.retail.ru/tovar_na_polku/budushchee-marketpleysov-kuda-dvizhetsya-e-commerce/ (дата обращения: 14.10.2024).

Долгополов Евгений Михайлович
кандидат военных наук, доцент, зав. кафедрой
Пермского Института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Яковлев Владимир Николаевич
кандидат педагогических наук, заместитель директора
по учебно-воспитательной работе
Пермского Института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация: работа затрагивает основные аспекты современного развития предприятий лёгкой промышленности России. Основной акцент делается на актуальности проблем и направлений повышения конкурентоспособности предприятий. В статье приведены результаты анализа конкурентоспособности организаций, предложены направления её повышения на современном этапе развития российской экономики.
Ключевые слова: конкуренты, оценка конкурентоспособности, маркетинг, PEST-анализ, SWOT-анализ.

PROBLEMS AND DIRECTIONS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES

Abstract: the work touches on the main aspects of the modern development of light industry enterprises in Russia. The main focus is on the relevance of the problems and directions of increasing the competitiveness of enterprises. The article presents the results of the analysis of the competitiveness of organizations, suggests ways to improve it at the current stage of development of the Russian economy.
Keywords: competitors, competitiveness assessment, marketing, PEST analysis, SWOT analysis.

Современный бизнес сталкивается с новыми, всё более трудными и сложными условиями развития. К ним относятся глобализация, новые

требования и интенсивность развития рынков, быстрый технологический прогресс. Многие организации проигрывают «гонку» между конкурентами и в итоге терпят неудачи, поэтому эффективное управление конкурентоспособностью организации должно стоять в приоритете стратегических задач каждого предприятия.

Вопросы по управлению конкурентоспособностью организации рассматривали в своих трудах многие отечественные и зарубежные учёные. Значительные наработки, касающиеся различных аспектов конкурентоспособности, отражаются в работах таких авторов, как Фатхутдинов Р. А., Котлер Ф., Портер М. и многие другие. В настоящее время не существует общепринятого подхода к оценке конкурентоспособности организаций. Оценка конкурентоспособности является сугубо индивидуальным процессом для каждого предприятия. Причём, используя различные подходы и методы, можно достичь совершенно разных результатов [1, 2, 5, 6, 7].

Лёгкая промышленность в России находится в периоде вызовов и перемен, особенно в свете санкций и ухода зарубежных производителей из страны. Предприятия этой отрасли сталкиваются с рядом сложностей, но в то же время, представляют потенциал для развития и модернизации. Многие из них являются технологически отсталыми, с низкой производительностью труда. В целом кризису лёгкой промышленности в России способствуют следующие проблемы:

- сложность в масштабировании производства, что не даёт снижать себестоимость;

- отсутствие современного эффективного оборудования, зависимость от оборудования зарубежных производителей;

- высокая зависимость от импортного сырья и ресурсов;

- недостаток квалифицированной рабочей силы и уход молодёжи в другие сферы деятельности, что создаёт проблемы с персоналом и кадрами. Таким образом, лёгкая промышленность представляет собой сложную и динамичную

отрасль, где условия для успешной деятельности предприятий постоянно меняются и не всегда предсказуемы.

Анализ конкурентоспособности предприятия проводился на примере ООО «Трек» (Пермский край), осуществляющего производство и торговлю спортивными товарами. В качестве конкурентов исследована деятельность компаний России, которые производят алогичные товары: «Фарадей» (г. Москва), «ХСН» (г. Чебоксары), «SPINE» (г. Ярославль) [3, 4].

Для определения и оценки факторов внешней среды дальнего окружения, влияющих на деятельность ООО «Трек» был проведён PEST-анализ.

В группе политико-правовых факторов наиболее важным является фактор нестабильной политической ситуации в стране, который может стать причиной резкого падения спроса. В последнее время в мире происходит много кризисных явлений, влияющих на политическую ситуацию в разных странах. Менее важным фактором являются ставки налогообложения, которые от решения государства могут повышаться или понижаться, что напрямую влияет на издержки компании. Самым незначительным фактором оказался наличие конфликта между странами, особенно если компания имеет за границей филиалы и торговые соглашения.

В экономических факторах наибольшую угрозу представляет уровень безработицы, средние зарплаты и трудовая мобильность, которые могут влиять на доступность и стоимость рабочей силы. Наименее значимым оказался уровень процентных ставок, существенно ухудшивший ситуацию на финансовом рынке.

Наиболее важным и значимым социокультурным фактором является нехватка квалифицированных специалистов, которая может стать причиной неэффективного использования всех производственных мощностей предприятия. Самым малозначимым оказались демографические изменения в структуре населения.

В группе технологических факторов наибольшее значение представляет фактор внедрения современных систем автоматизации и роботизации в

производственные процессы, который может значительно увеличить производительность, снизить затраты на труд и сократить время производства. Менее значимым оказалось внедрение современных методов рекламы для привлечения внимания населения.

По результатам проведенного SWOT-анализа удалось выявить главные направления для дальнейшего развития фирмы в зависимости от ситуации на рынке:

- освоение маркетплейсов для расширения дистрибуции и доступа к новым сегментам рынка;

- активная политика продвижения товаров;

- активный поиск сотрудников, заключение договорных отношений с обучающими организациями;

- совершенствование ассортимента более дешевыми предложениями;

- укрепление позиций на рынке;

- контроль себестоимости, совершенствование стандартов финансового и управленческого учёта;

- увеличение частоты рекламных кампаний, мероприятий, акций.

Для оценки конкурентоспособности ООО «Трек» было проведено экспертное оценивание, было выбрано семь критериев оценки конкурентоспособности: репутация компании на рынке; цена товаров; уникальность и особенность товара; дистрибуция и доступность; рекламная активность; ассортимент (спектр решаемых потребностей с помощью продукта компании); уровень гарантийного и сервисного обслуживания.

На основе проведённого анализа выявлено, что исследуемое предприятие занимает последнее место среди четырёх конкурентов. Наиболее слабые стороны бизнеса заключаются в области узнаваемости и репутации на рынке. К сожалению, широкая аудитория недостаточно осведомлена о существовании отечественного производителя, что свидетельствует о недостаточно эффективной маркетинговой политике.

Кроме того, уровень дистрибуции и доступности товара также необходимо совершенствовать. Товары не всегда присутствуют в необходимых торговых точках, а отсутствие компании на маркетплейсах не даёт покупателям сделать процесс заказа значительно проще. В результате клиенты не имеют возможности быстро и удобно приобрести продукцию, что снижает конкурентоспособность предприятия.

Тем не менее, исследуемое предприятие имеет и сильные стороны, которые создают потенциал для улучшения его положения на рынке. Товары, которые выпускает предприятие, уникальны и обладают особыми характеристиками. Предприятие является единственным производителем коньков для массового катания, так же в планах массовый выпуск футбольных бутс, что создаёт значительное конкурентное преимущество. Ассортимент продукции достаточно разнообразен, что позволяет удовлетворять широкий спектр потребностей клиентов. Также предприятие обеспечивает хорошую поддержку своих партнёров – регулярные рассылки с актуальной информацией, а также познавательные видеоматериалы на YouTube, статьи в Яндекс Дзен способствуют повышению информированности и лояльности клиентов и партнёров.

Как показало исследование, современные рыночные условия предъявляют высокие требования к предприятиям, заставляя их постоянно совершенствовать свои процессы и адаптироваться к изменяющимся реалиям. В ходе анализа деятельности ООО «Трек» были выявлены следующие ключевые проблемы, оказывающие негативное влияние на конкурентоспособность предприятия:

- отсутствие квалифицированных специалистов приводит к снижению производительности и затрудняет выполнение задач;

- недостаточная координация и обмен информацией между отделами создают барьеры в оперативном принятии решений и реализацией проектов;

- ограниченность точек сбыта препятствует росту и расширению бизнеса;

- неэффективные маркетинговые стратегии и рекламные кампании снижают способность привлекать и удерживать клиентов,

Для повышения конкурентоспособности ООО «Трек» необходимо сосредоточить усилия на трёх ключевых направлениях: увеличение объёмов реализации товаров, улучшение внутренней коммуникации и повышение узнаваемости и осведомлённости о предприятии.

Первое направление, увеличение объёмов реализации товаров, требует стратегического подхода к расширению рынка сбыта. Для этого необходимо исследовать новые рынки, а именно освоить маркетплейсы для удобной доставки товара потребителю. Важно также внедрять клиентоориентированный подход, улучшая качество обслуживания, что будет способствовать повышению лояльности и удержанию клиентов.

Улучшение внутренней коммуникации является вторым важным направлением. Эффективное взаимодействие между отделами способствует более оперативному принятию решений и повышению общей производительности. Необходимо внедрять современные подходы к управлению отделами, которые помогут оптимизировать рабочие процессы и улучшить взаимодействие между ними. Регулярные встречи и отчёты обеспечат прозрачность и согласованность действий всех подразделений, а обучение и развитие персонала повысят квалификацию сотрудников, способствуя созданию более сплочённой и эффективной команды.

Третье направление – повышение узнаваемости и осведомлённости о предприятии, включает в себя комплекс мероприятий по усилению маркетинговых и рекламных стратегий. Важным шагом является увеличение рекламных кампании: активное ведение социальных сетей и использование цифровой рекламы помогут охватить широкую аудиторию. Участие в отраслевых мероприятиях, таких как выставки и конференции, а также организация собственных вебинаров и семинаров, укрепит имидж компании. Параллельно этому, развитие бренда через PR и партнёрства, сотрудничество с блогерами и сферой туризма, а также реализация программ социальной

ответственности, помогут создать положительный общественный имидж и повысить привлекательность бренда в глазах клиентов.

Комплексный подход и всестороннее обеспечение предлагаемых направлений позволит значительно повысить конкурентоспособность предприятия, обеспечив устойчивый рост и его развитие в долгосрочной перспективе.

Список литературы:

1. Владыкина, Ю. Ю. Конкурентоспособность коммерческих организаций как экономическое явление / Ю. Ю. Владыкина, Н. М. Глодных. Современные проблемы экономического развития России: Материалы II межвузовской научно-исследовательской конференции магистрантов (г. Пермь, 23 марта 2018 г.) // ПИ (ф) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова». – Пермь : Изд-во «Миг», 2018. – С. 26-33.

2. Вышенский, М. Ю. Управление лояльностью в торгово-сервисной организации как инструмент формирования стабильности сферы обращения / М. Ю. Вышенский, В. Ф. Шушарин. Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы докладов пленарного заседания VIII Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию учебного заведения (г. Пермь, 31 октября 2019 г.) // ПИ (ф) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова». – Пермь : Изд-во «ПИ (ф) РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2019. – С. 16-22.

3. Интернет-магазин TREK / Интернет-магазин спортивной обуви для активного отдыха в Перми – Trekshoes [Электронный ресурс]. – URL: https://trekshoes.ru/ (дата обращения: 29.06.2024).

4. Каталог TREK / ТРЕК [Электронный ресурс]. – URL: https://trekwear.ru/ (дата обращения: 15.05.2024).

5. Пострелова, А. В. Оценка конкурентоспособности предприятия / А. В. Пострелова, М. С. Маркин. – Текст: непосредственный // Молодой учёный. – 2013. - № 6 (53). – С. 398-402 [Электронный ресурс]. – URL: https://moluch.ru/archive/53/7077/ (дата обращения: 17.09.2024).

6. Федосеева, Т. В. Факторы конкурентоспособности предприятия / Вестник науки и творчества. – 2017. - № 12 (24) [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/faktory-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-4 (дата обращения: 12.07.2024).

7. Чебурахина, Д. И. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия / Д. И. Чебурахина, Т. Н. Субботина. Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. - № 5-3 [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-metodov-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-1 (дата обращения: 20.09.2024).

Дьяконов Алексей Владимирович
аспирант
Сочинского государственного университета,
г. Сочи

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА РИЕЛТОРСКИХ УСЛУГ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЙ, НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ

Аннотация: в статье анализируются тенденции развития рынка риелторских услуг на рынке недвижимости курортных территорий с особым акцентом на специфику регионального рынка недвижимости, рассматриваются основные тенденции в поведении клиентов, изменения в предпочтениях потребителей, а также состояние конкуренции среди агентств недвижимости и индивидуальных предпринимателей. Обсуждаются инновационные подходы, включая внедрение технологий дополненной реальности, дистанционного обслуживания покупателей и экологически устойчивых решений, которые становятся ключевыми для привлечения покупателей. Результаты исследования подчеркивают важность адаптации риелторских услуг к изменяющимся условиям и ожиданиям потребителей, что в свою очередь диктует необходимость постоянного мониторинга трендов и готовности к инновациям для обеспечения конкурентоспособности на рынке риелторских услуг курортных территорий.

Ключевые слова: рынок недвижимости курортных территорий, рынок риелторских услуг, сфера обслуживания, тенденции развития, цифровизация.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE REAL ESTATE SERVICES MARKET IN THE REAL ESTATE MARKET OF RESORT AREAS, ON THE EXAMPLE OF THE RESORT CITY OF SOCHI

Abstract: the article analyzes the trends in the development of the real estate services market in the real estate market of resort areas, with a special emphasis on the specifics of the regional real estate market, the main trends in customer behavior, changes in consumer preferences, as well as the state of competition among real estate agencies and individual entrepreneurs are considered. Innovative approaches are discussed, including the introduction of augmented reality technologies, remote customer service and environmentally sustainable solutions that become key to attracting buyers. The results of the study emphasize the importance of adapting real estate services to changing conditions and consumer expectations, which in turn dictates the need for constant monitoring of trends and readiness for innovation to ensure competitiveness in the real estate services market of resort regions.

Keywords: real estate market of resort areas, real estate services market, service sector, development trends, digitalization.

Один из самых популярных курортов России горноклиматический город-курорт Сочи продолжает активно развиваться как центр туризма и бизнеса и после проведения Олимпийских игр 2014 года. На фоне стремительного развития за последнее десятилетие наблюдается ежегодное увеличение интереса к рынку недвижимости города, что влечет за собой постоянно увеличивающийся спрос на объекты недвижимого имущества на территории курорта. При этом рынок риелторских услуг, представленный как индивидуальными предпринимателями, так и риелторскими агентствами, претерпевает значительные изменения. Статья посвящена анализу тенденций, наблюдающихся на рынке риелторских услуг на рынке недвижимости города-курорта Сочи за последнее десятилетие.

Актуальность исследования определяется ежегодно увеличивающимся туристическим потоком, формирующим устойчивый спрос на услуги компаний, оказывающих риелторские услуги как в части аренды, так и в части покупки различных объектов недвижимого имущества. Исследование рынка риелторских услуг поможет проанализировать текущий и будущий спрос на услуги агентств недвижимости, выявить возможности улучшения качества оказываемых услуг и определить факторы развития и оптимизации этого рынка.

В первой части статьи даётся общая характеристика рынка риелторских услуг города-курорта Сочи и его текущее состояние, а во второй подробно рассмотрены основные тенденции функционирования рынка.

После объявления в 2007 году Сочи столицей Олимпийских игр 2014 года город стал более привлекательным для инвестиций. Проведение крупных спортивных и развлекательных мероприятий привело к резкому увеличению туристического потока, к постоянному росту спроса на недвижимость и, как следствие, росту спроса на риелторские услуги на этом рынке. По настоящее время рынок недвижимости Сочи, в отличие от других региональных рынков РФ, испытывает повышенный спрос со стороны потенциальных покупателей как за счёт внешних факторов (пандемия COVID-19, специальная военная

операция, запрет для определенной части населения на выезд за границу), так и за счёт внутренних (мораторий на строительство вне рамок комплексного развития территорий, дефицит качественных объектов на рынке). В настоящий момент рынок недвижимости города-курорта включает в себя различные типы недвижимого имущества: квартиры в жилых комплексах, отдельно стоящие и сблокированные дома, а также объекты коммерческой недвижимости, больше 90 % которых составляют гостиничные номера и нежилые помещения в апарт-отелях, и земельные участки.

Специфика рынка риелторских услуг проистекает из специфики рынка недвижимости курортных территорий, что подразумевает следующие особенности.

1. Сезонный характер спроса – в зимние месяцы спрос на объекты на побережье значительно снижается, а на курортах Красной Поляны, наоборот, увеличивается.

2. Большое разнообразие объектов в экспозиции, но относительно небольшое их количество. Рост цен на недвижимость показал волнообразную динамику: основные скачки цен пришлись на объявление Сочи столицей Олимпиады, предолимпиадный год, начало пандемии COVID-19 и специальной военной операции.

3. Рынок риелторских услуг в Сочи высококонкурентен и имеет признаки олигополии: на нём активно функционируют 4–5 крупных компаний, которые контролируют больше 70 % рынка. Конкуренция между этими игроками рынка интенсивна, действия и стратегии таких игроков оказывают влияние на весь рынок. Оставшиеся 30 % делят между собой мелкие агентства недвижимости и частные риелторы.

4. Рынок риелторских услуг почти полностью закрыт и с трудом поддается количественному анализу. Это связано с непрозрачностью проводимых сделок на вторичном рынке недвижимости, когда продавец и покупатель умышленно занижают стоимость в договоре купли-продажи с целью сокращения налогового бремени продавца. Агентские договоры при

этом если и заключаются, то зачастую комиссионное вознаграждение не отражается в данных бухгалтерского учёта агента. Кроме количества совершенных сделок статистика не позволяет корректно оценить ни размер комиссионного вознаграждения агента, ни долю комиссионного вознаграждения в стоимости квартиры, ни долю рынка, занимаемого тем или иным игроком.

5. Большинство покупателей объектов сочинского рынка недвижимости постоянно живут и работают в других городах, что порождает недобросовестную рекламу со стороны, как частных агентов, так и крупных игроков рынка риелторских услуг на основных онлайн-агрегаторах: Авито, Циан, Домклик, Яндекс-недвижимость. Цены существенно занижаются, а объекты в экспозиции порой и вовсе не существуют. Это необходимо агентствам для привлечения клиентов, что подтверждает наше суждение о высококонкурентном рынке.

Среди основных тенденций рынка риелторских услуг можно выделить следующие.

1. Рост доли сделок с объектами нежилого фонда (гостиничными номерами и апартаментами), как объектами недвижимости, приносящими рентный доход.

2. Рост доли сделок на рынке первичной недвижимости. Бурный рост рынка спроса породил строительный бум, основой которого стало строительство жилых комплексов в рамках комплексного развития территорий. Застройщики, не будучи законодательно ограниченными в площадях и количестве квартир, спроектировали, построили и реализовали гигантские, по меркам Сочи, жилые массивы с превалирующими малогабаритными квартирами (примером может служить жилой комплекс «Кислород» от застройщика «AVA-групп», расположенный на северном склоне горы Бытха). Для риелторов задача, с одной стороны, упростилась (продавать объекты первичного рынка значительно проще), с другой стороны, конкуренция возрастает.

3. Также строительный бум породил тенденцию к большому числу дистанционных сделок: квартиры в жилых комплексах унифицированы, процедура покупки строго регламентирована Федеральным законом «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» от 30.12.2004 № 214-ФЗ, банки совершают сделки с использованием счёта эскроу. Вывод для риелторов такой же: процесс продажи упростился, но возросла конкуренция.

4. Бум в строительной отрасли затронул не только сектор жилой недвижимости, но и рынок коммерческой недвижимости, где новые гостиничные комплексы возводятся и реализуются также в рамках 214-ФЗ. При этом практически все новые крупные стройки осуществляются совместно и под контролем отельного оператора (Alean, Cosmos, Azimut).

Продажа строящегося объекта коммерческой недвижимости требует от риелтора знания основ финансовой математики, так как продаётся не просто будущий объект недвижимости, а финансовый инструмент с определённой прогнозируемой доходностью.

5. Рост digital-технологий. С развитием технологий значительно изменился подход к продаже и аренде недвижимости. Онлайн-платформы крупных агентств недвижимости содержат сведения о продаваемых объектах вторичного рынка и строящихся жилых комплексах. Услуги по поиску недвижимости через интернет становятся всё более популярными. Социальные сети и онлайн-реклама становятся важнейшими инструментами для продвижения услуг. Разработка 3D-туров и использование виртуальной и дополненной реальностей позволяют потенциальным покупателям и арендаторам получать более полное представление о недвижимости, без необходимости личного присутствия на объекте. Это не только ускоряет процесс принятия решений, но и расширяет охват рынка, позволяя агентам привлекать клиентов из других регионов и стран.

6. Высокая конкуренция вызвала и рост использования маркетинговых стратегий. Посредники активнее используют социальные сети и контент-маркетинг, чтобы привлечь внимание целевой аудитории. Публикация качественного контента о жизни в Сочи, преимуществах инвестиций в недвижимость этой зоны, а также рецензии на объекты стали важными инструментами в работе агентств.

7. Высокая конкуренция заставляет компании внедрять инновационные решения, улучшать качество обслуживания и предоставлять дополнительные услуги. Некоторые агентства начали предлагать «пакеты услуг», включающие юридическую поддержку, помощь в получении ипотечных кредитов, а также управление недвижимостью. Такой подход позволяет выделиться на фоне конкурентов и привлечь больше клиентов. Наблюдается явная тенденция к увеличению ориентированности на потребности клиентов. Современные агентства недвижимости уделяют внимание не только продаже объектов, но и созданию долгосрочных отношений с клиентами, предлагая персонализированные решения и консультации. Например, работа с клиентами в режиме онлайн и использование CRM-систем позволяет агентам лучше управлять процессами и взаимодействовать с клиентами, повышая удовлетворённость и лояльность.

8. С ростом осознания важности экологии и устойчивого развития всё большее внимание уделяется экологически чистым проектам и курортной недвижимости, которая соответствует современным стандартам энергосбережения и устойчивого строительства. Посредники всё чаще акцентируют внимание на этих аспектах при продаже объектов, что также становится важным критерием для покупателей.

Несмотря на благоприятные тенденции, рынок сталкивается с рядом вызовов. К ним относятся проблемы недобросовестной конкуренции, сложность в проверке прав собственности на объекты, а также не всегда объективная информация о рынке. Эти факторы могут снизить доверие к посредникам и негативно сказаться на их бизнесе.

Рынок посреднических услуг в сфере недвижимости курортных территорий, в частности Сочи, демонстрирует множество тенденций, способствующих его развитию. Однако для закрепления положительных изменений необходимо преодолевать существующие проблемы и адаптироваться к вызовам времени. С правильным подходом посредники могут внести значительный вклад в успешное развитие курортного рынка недвижимости.

С учётом роста числа туристов и инвестиций в инфраструктуру (например, строительство автодороги «Джубга-Сочи», обустройство единой набережной Сочи, строительство нового горнолыжного курорта «Турьев хутор»), рынок риелторских услуг в Сочи имеет хорошие перспективы для дальнейшего развития. Ожидается, что интерес к недвижимости в этом регионе будет неуклонно расти, что в свою очередь будет способствовать развитию соответствующих услуг.

Успех игроков рынка зависит от понимания тенденций его развития, первоклассного обслуживания клиентов и использования современных технологий для привлечения и удержания клиентов. Для повышения конкурентоспособности и улучшения качества услуг агентствам недвижимости стоит активнее использовать современные технологии для автоматизации процессов, формировать доверительные отношения с клиентами через предоставление качественного сервиса и прозрачность сделок, инвестировать в обучение персонала, чтобы сотрудники были готовы к изменениям на рынке и могли предоставлять актуальную информацию.

Экономические колебания, включая изменения в валютных курсах и ставки по ипотеке, могут оказывать значительное влияние на рынок недвижимости. В условиях нестабильности спрос на недвижимость может как возрастать, так и падать, соответственно, посреднические услуги должны гибко реагировать на эти изменения.

Политическая ситуация как внутри страны, так и за её пределами также влияет на рынок. Изменения в законодательстве, касающиеся иностранных

инвесторов, а также санкционные меры могут существенно повлиять на динамику ключевых показателей.

С внедрением искусственного интеллекта и машинного обучения в процессы поиска и анализа недвижимости посредники могут обеспечить более высокую скорость и качество обслуживания. Например, автоматизация обработки заявок поможет оперативно реагировать на запросы клиентов.

Рынок посреднических услуг на рынке недвижимости курортных территорий, в частности в Сочи, находится на стадии активного роста и трансформации. Тенденции, такие как рост технологий, увеличение конкуренции и ориентация на клиента, будут формировать будущее агентств и брокеров. Успешные компании, способные адаптироваться к меняющимся условиям и учитывать интересы клиентов, получат значительное преимущество на этом динамичном рынке.

Список литературы:

1. Гарифуллин, Р. С. Формирование и развитие рынка риэлторских услуг крупного города: Автореф. дисс. канд. экон. наук. – 2008. – СПб.

2. Коробкова, М. В. Методические основы совершенствования управления деятельностью риелторской компании на рынке ипотечного кредитования: Автореф. дисс. канд. экон. наук. – 2007. – М.

3. Кратенко, М. В. Сделки с недвижимостью: всё о посредниках. – 2023. – М. : Проспект.

4. Малышев, И. В. Формирование конкурентной стратегии на рынке риелторских услуг: Автореф. дисс. канд. экон. наук. – 2007. – СПб.

5. Новиков, В. Д. Рынок и оценка недвижимости в России. – 2020. – М. : Экзамен.

6. Российский статистический ежегодник. Стат. Сб. – 2023. – М. : Росстат.

7. Барышева, Л. В., Семенова, Е. А. Тенденции и проблемы развития курортного бизнеса в России. – Москва : Научный мир. – 2022.

Еникеева Алсу Гумеровна
старший преподаватель
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Ташкент,

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Аннотация: Узбекистан обладает значительным потенциалом развития креативной экономики. Стратегия развития Нового Узбекистана включает в себя цифровизацию экономики. Данный симбиоз даёт колоссальный синергетический эффект и способствует бурному росту экономики в целом.
Ключевые слова: Новый Узбекистан, культурное наследие, третий Ренессанс, инновационное развитие.

DEVELOPMENT OF THE DIGITAL CREATIVE ECONOMY IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: Uzbekistan has significant potential for the development of a creative economy. The New Uzbekistan Development Strategy includes the digitization of the economy. This symbiosis creates a colossal synergistic effect and contributes to the rapid growth of the economy as a whole.
Keywords: New Uzbekistan, cultural heritage, third Renaissance, innovative development.

Современный человек готов платить большую цену за креативную продукцию, нежели за недорогой стандартный набор базовой продукции. Отсюда очевидно, что потенциальные потребители креативного продукта стали катализатором высвобождения творческого таланта производителей инновационной продукции и оригинальных услуг во всех сферах экономики.

Творчество и самовыражение – ключевые характеристики, отличающие человека от других представителей животного мира. Человек экономический по максимуму использует природные материалы, человек же творческий – бунтарь, восстаёт против законов природы и создаёт продукт, будоражащий воображение.

К креативному относится продукт, который сочетает в себе новое, полезное и неожиданное [5, с. 14-55]. Сфера креативности обширна. Здесь речь идёт не только о реальном секторе экономики, но и о культурных и творческих областях. Имеет под собой серьёзные основания гипотеза, что данные области являются мощной движущей силой экономического прогресса.

Говоря о креативной экономике, мы понимаем, что это не только соответствующие индустрии, но и творческие профессии, не входящие в данные отрасли. Разработка технологий для креативной экономики,

исследования и разработки в этой области напрямую связаны с цифровыми технологиями. Разделить эти сферы сегодня не представляется возможным.

В век цифровизации креативная экономика тесно переплетена с информационной экономикой и экономикой знаний. Данный симбиоз даёт колоссальный синергетический эффект и способствует бурному росту экономики в целом, поскольку креативная экономика рождает инновации, которые, в свою очередь, являются катализатором креативности. Креативная цифровая экономика оперативно создаёт привлекательный контент, который побуждает потребителей всё активнее пользоваться цифровыми платформами.

Согласно данным ЮНЕСКО в 2022 г. на культурный и креативный секторы приходится 3,1 % мирового ВВП и 6,2 % всей трудовой занятости [4]. Сегодня креативная индустрия зарабатывает почти 2,3 трлн долларов в год. Глобальный экспорт – это 250 млрд долларов, и по прогнозам, учитывая текущие темпы роста и значимость этого сектора в мировой экономике, в ближайшие 10–15 лет этот сектор составит 10 % глобального ВВП.

Достаточно быстро стираются границы между креативными отраслями и сектором информационно-коммуникационных технологий, что диктуется ростом спроса и способствует росту производства. С развитием искусственного интеллекта данное сближение будет только увеличиваться. Таким образом, традиционное искусство имеет потенциал использования интеллектуальной собственности, что способствует масштабному созданию материальных ценностей. Данный процесс, соответственно, способствует созданию дополнительных рабочих мест. Отсюда, рост экономики и общего благосостояния [2].

Каждый день в мире генерируется 500 млн твитов, 294 млрд электронных писем, 4 млн Гбайт данных Facebook, 65 млрд сообщений WhatsApp и 720 тыс. часов нового контента, ежедневно добавляемого на YouTube [6]. На рынке появились технологические гиганты, такие как Google, Amazon Prime Video, Netflix и т. п., существенно изменился формат взаимодействия производителей

и потребителей, что не могло не повлиять на креативную индустрию и не изменить цепочку создания добавленной стоимости.

Узбекистан относится к развивающимся странам. Как и большинство стран данной категории, страна использует уже разработанные цифровые платформы IT-гигантов развитых стран. Производители креативного контента развивающихся стран имеют возможность доступа к глобальной аудитории и мировым рынкам. Для молодёжи это самая перспективная отрасль экономики, что актуально для Узбекистана, где дети и молодые люди до 30 лет составляют 60 % населения [3].

Доля креативной индустрии в ВВП Узбекистана не имеет конкретных данных. На сегодняшний день зарегистрировано 9 563 предприятия из сферы креативных индустрий и вовлечены 84 068 сотрудников без учёта самозанятых лиц. Из всех предприятий сферы 83 % или 7 931 приходится на микропредприятия, где работают до 9 сотрудников, а число малых предприятий с количеством сотрудников до 49 составляет 1 264, и всего в 368 предприятиях трудятся более 50 сотрудников. В республике существует 205 IT–центров, более 100 дизайн центров, 60 центров анимационных картин, 30 центров разработки игр и более 20 артгалерей [1].

У Узбекистана богатое культурно-историческое наследие, в силу чего страна обладает огромным потенциалом развития креативной экономики. Сферы туризма и «ночной экономики», популярность которых сегодня стремительно растёт, не имеют перспектив без креативной составляющей.

Креативная экономика Узбекистана – это значительная составляющая экономики, а не просто культура, искусство, туризм или IT по отдельности. К направлениям креативной индустрии относятся: изобразительные, исполнительские, аудиовизуальные виды искусств; проекты телевидения, радиовещания, Интернет-трансляции; деятельность, связанная с продвижением креативных продуктов; образовательные проекты; цифровые технологии; архитектура, дизайн, индустрия моды; туризм; народное искусство; литература; индустрия развлечений и т. п.

Для формирования эффективной политики в одном из ключевых секторов экономики необходимо определиться с чёткими понятиями и надёжной экономической статистикой. Развитие креативной экономики приняло масштабы, требующие определения понятийного аппарата на государственном уровне. Пришло время данное направление поместить в правовое поле. Закон – вот нормативный документ, который должен расставить все точки над i.

В Республике Узбекистан в июле 2024 г. был опубликован проект закона «О креативной экономике в Республике Узбекистан», разработанный Фондом развития культуры и искусства Узбекистана.

Основными целями закона являются:

- создание условий и возможностей самореализации инновационного и интеллектуального потенциала граждан, на основе чего развитие креативной экономики с учётом сохранения культурных ценностей, национальных традиций, наследия и природных ресурсов;

- совершенствование системы образования в сфере креативных индустрий и внедрение современных образовательных программ для развития компетенций в сфере креативных индустрий.

Публикация законопроекта вызвала бурные обсуждения среди представителей креативной индустрии.

В октябре этого года в Ташкенте состоится IV Всемирная конференция по креативной экономике, организатором которой выступает Фонд развития культуры и искусства. Право на проведение форума официально было передано Узбекистану в октябре 2022 года на III Всемирной конференции по креативной экономике, которую принимал индонезийский остров Бали. Партнёрами фонда в части организации международного форума являются Министерство туризма и креативной экономики Индонезии, Конференция ООН по торговле и развитию (UNCTAD) и Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO). Договорённости о сотрудничестве достигнуты в 2022-2023 годах в ходе встреч на представительском уровне. Одним из главных пунктов этой конференции будет подписание закона о креативной экономике.

Он, по сути дела, станет отправной точкой того, как креативная экономика в Узбекистане будет развиваться в дальнейшем.

Однако конкурентоспособность Узбекистана не может базироваться исключительно на возрождении духовных ценностей. Единственное, что может вывести Узбекистан из числа ресурсных доноров в эпоху четвёртой промышленной революции – это инновационный путь развития. В 2017 году в Узбекистане было создано Министерство инновационного развития. Цель – к 2030 году войти в топ-50 стран в Глобальном инновационном индексе. Создана достаточная правовая база, включающая законы, госпрограммы, «дорожные карты» для реализации Стратегии развития Нового Узбекистана, ключевыми моментами которого служат цифровизация экономики, реформирование системы образования, развитие человеческого капитала.

По данным Международного валютного фонда, в 2023 году ВВП Узбекистана впервые превысил 100 млрд долларов. Согласно прогнозам, рост ВВП в 2024 году составит около 5,5 %, что подчёркивает устойчивость экономики даже в условиях глобальных вызовов. Особенно стоит отметить развитие сельского хозяйства, энергетики и туризма, где было зафиксировано значительное увеличение экспорта.

Осуществляемые в Узбекистане масштабные и динамичные реформы направлены на достижение высочайшей мечты узбекского народа о повышении человеческого и интеллектуального потенциала общества, формировании фундамента новой эпохи возрождения – третьего Ренессанса, обеспечении динамичного и устойчивого развития Узбекистана и всей Центральной Азии, её интеграции в мировую экономику [3]. Важно, что все экономические реформы страны глубоко проникнуты благородной идеей во имя интересов и достоинства человека, во имя счастья народа.

Список литературы:

1. Агентство Стратегических реформ при Президенте Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. – URL: https://asr.gov.uz/ru/news/11149 (дата обращения: 01.10.2024).

2. Зорин, Г. Е. Перспективы цифровой креативной экономики как фактора роста экспорта в цифровую экономику у развивающихся стран / Вестник РУК. – 2022. - № 1 (47) [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-tsifrovoy-kreativnoy-ekonomiki-kak-faktora-rosta-eksporta-v-tsifrovuyu-ekonomiku-u-razvivayuschihsya-stran (дата обращения: 26.09.2024).

3. Мадаминов, А. А. Третий Ренессанс и новый Узбекистан / Экономика и социум. – 2021. - № 11-2 (90). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tretiy-renessans-i-novyy-uzbekistan (дата обращения: 20.09.2024).

4. ЮНЕСКО. Отчёт за 2022 год о культурных и креативных секторах. ЮНЕСКО 2022 г.

5. Andersson, Å. E. Creative people need creative cities. In: Andersson, D.E., Andersson, E., Mellander, C. (Eds.), Handbook of Creative Cities. Edward Elgar. – 2011. – Pp. 14–55.

6. The Top 25 Most Popular Social Media Plat – forms in the World [Электронный ресурс]. – URL: https://www.semrush. Com/blog/most-popular-social-media-platforms

Ермакова Татьяна Александровна
кандидат экономических наук, доцент
Минского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова,
г. Минск, Беларусь
Калякин Вадим Сергеевич
студент
Минского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Минск, Беларусь

АВТОМАТИЗАЦИЯ ОБРАБОТКИ ЭКСПЕРТИЗ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация: авторами работы обобщаются возможности использования экспертных методов для решения актуальных задач управления; приводятся результаты пилотного проекта по автоматизации решения задач методом априорного ранжирования; определяются возможности использования результатов проекта в управлении ИТ-рисками.

Ключевые слова: экспертные методы, экспертиза, метод априорного ранжирования, управление ИТ-рисками.

AUTOMATION OF EXAMINATION PROCESSING FOR SOLVING MANAGEMENT PROBLEMS

Abstract: the authors of the work summarize the possibilities of using expert methods to solve current management problems; the results of a pilot project to automate problem solving using the a priori ranking method are presented; the

possibilities of using project results in IT risk management are determined.
Keywords: expert methods, examination, a priori ranking method, IT risk management.

Одно из основных преимуществ экспертных методов заключается в том, что они могут предоставить информацию и точки зрения, которые недоступны при подходе, основанном исключительно на данных. Эксперты могут поделиться своими знаниями и опытом, чтобы помочь интерпретировать данные и найти решения, которые не сразу очевидны только по анализу данных. Когда данные неполны или их трудно интерпретировать, эксперты могут предоставить контекст и помочь разобраться в информации.

Экспертные методы используются для решения ряда задач [1].

- Прогнозирование и принятие решений: системы поддержки принятия решений используются для решения задач прогнозирования, а также для принятия решений в сложных проблемных ситуациях с недостатком фактической информации, основываясь на знаниях и опыте экспертов.

- Задачи диагностики и анализа: экспертные методы поддерживают решение задач диагностики проблем, а также определения причин появления, помогают в организации анализа сложных систем.

- Задачи планирования и оптимизации: экспертные системы часто используются для планирования процессов, оптимизации ресурсов и принятия оптимальных решений.

- Обучение и консультирование: экспертные методы применяются для обучения сотрудников предприятий, а также для создания интерактивных обучающих программ.

- Организация мониторинга и контроль за процессами: методы экспертных оценок применяются для мониторинга и контроля процессов с точки зрения наличия в них аномалий, дублирования работ, недостаточной либо избыточной загрузки персонала и других проблем.

Однако важно отметить, что экспертные методы не являются надёжными и могут иметь ограничения. У экспертов могут быть предубеждения или слепые

пятна, которые повлияют на результаты экспертизы. Важно использовать экспертные методы в сочетании с другими подходами, такими, как анализ на основе данных и статистическое моделирование.

Экспертное оценивание предполагает проведение нескольких процедур.

1. Организация экспертизы (подбор экспертов, создание рабочей и технической групп, решение вопросов обеспечения работы участников).

2. Проведение экспертизы (методы могут зависеть от необходимости быстрого получения результата, либо навыков организаторов экспертизы).

3. Обработка результатов экспертизы (можно использовать разные методы обработки).

Выделяют следующие методы обработки результатов экспертизы [2, с. 82-87]:

– метод ранговой корреляции (априорного ранжирования);

– метод непосредственного оценивания (балльных оценок);

– метод последовательного сравнения.

Наиболее популярным из них является метод априорного ранжирования. Методика обработки результатов экспертизы в данном случае следующая [3, 4].

1. Определение суммы рангов для каждого рассматриваемого фактора.

2. Определение разницы между суммой рангов каждого фактора и средней суммой рангов.

3. Определение суммы квадратов отклонений.

4. Определение коэффициента конкордации (степени согласованности экспертных мнений).

5. Если коэффициент конкордации находится в диапазоне от 0,5 до 1, то мнение экспертов имеет определённое согласие и можно проверить гипотезу о неслучайности совпадения мнений экспертов посредством расчёта критерия χ^2 .

6. Сравнение полученного значения критерия χ^2 с табличным значением при заданном уровне значимости (обычно 5 %). Табличное значение должно быть меньше.

7. В завершение анализа экспертизы желательно построение априорной диаграммы рангов для визуализации полученных результатов.

Для автоматизации данного метода разработано приложение, которое в перспективе должно стать модулем комплексной автоматизированной системы поддержки принятия решений (в такой системе будет возможно использование ряда методов анализа для поддержки принятия управленческих решений, например, метода анализа иерархий, методов теории нечётких множеств и др.).

Разработанное приложение позволяет решать задачи по обработке результатов экспертизы методом априорного ранжирования. В качестве исходных данных используются таблицы рангов, которые определены экспертами по отношению к тем или иным факторам, влияющим на решение задачи. Приложение обрабатывает исходные данные в соответствии с алгоритмом метода априорного ранжирования. В результате обработки запроса пользователя на экран будут выведены гистограмма, содержащая значения важности каждого из указанных пользователем факторов (наиболее низкое значение у наиболее важного), сумма рангов для каждого из факторов с выделением самого важного, коэффициент конкордации и значение критерия χ^2 (рисунок 1).

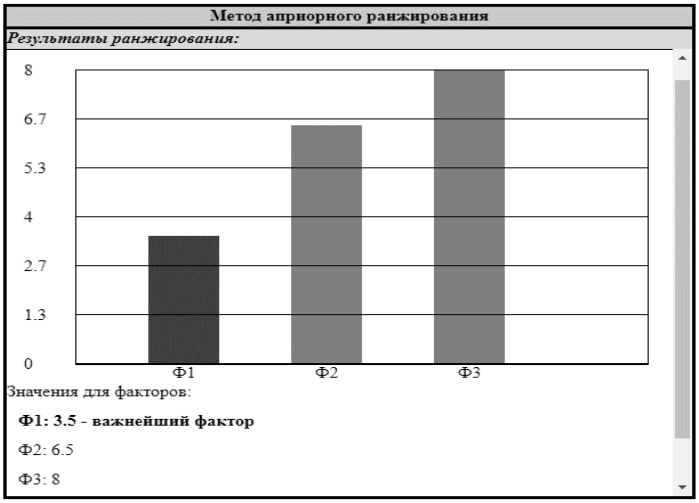


Рисунок 1 – Вывод результатов ранжирования

Алгоритм работы программы следующий.

1. Запуск приложения.

2. Ввод пользователем исходной информации о количестве экспертов и факторов (важность которых оценивается экспертами путём ранжирования), а также уровня значимости.

3. Проверка правильности введённых значений. Если введенные значения нарушают требуемые диапазоны, то система информирует пользователя об этом и возвращает его к предыдущему шагу.

4. Заполнение пользователем матрицы «эксперты-факторы» значениями рангов. Следует учитывать, что в некоторых ранжировках ранги могут повторяться, этот факт принимается во внимание при расчёте коэффициента конкордации и критерия χ^2 .

5. Проверка правильности заполнения матрицы рангов, при наличии ошибки система информирует пользователя о ней и возвращает его к предыдущему шагу.

6. Проверка согласованности мнений экспертов. Если согласованность мнений экспертов ниже требуемой (менее 0,5), то пользователь информируется об этом факте, а также может просмотреть подтверждающие это расчётные значения в уведомлении системы. После этого система возвращается к шагу 4.

7. Вывод результатов ранжирования. После анализа полученной информации пользователь может перейти к шагу 1 и решить новую задачу.

Отрицательный результат анализа – низкий коэффициент конкордации (менее 0,5) – свидетельствует о том, что согласованность мнений экспертов низкая. В этом случае необходимо создать новую экспертную группу с учётом наиболее важных факторов, которым рекомендуется при подборе экспертов: компетентность, нонконформизм, креативность, самокритичность, коллективизм, конструктивность мышления. Следует также учитывать, что в некоторых случаях наблюдается очень сильное влияние на экспертов доводов одного или нескольких членов группы, то есть возникает коалиции, лоббирующая частные интересы.

Описанный выше подход можно использовать в управлении ИТ-рисками. Задача риск-менеджмента может быть сформулирована следующим образом:

используя результаты коллективной экспертизы, определить значимость каждого вида риска из базового набора ИТ-рисков, которые рекомендует рассматривать IT Governance Institute (ITGI) [5]: риск инвестиций или издержек; риск несанкционированного доступа или безопасности; риск целостности; риск соответствия; риск доступности; инфраструктурный риск; риск управления проектами.

Поскольку приоритизация рисков является важным этапом в идентификации и анализе рисков, то и решение такой задачи может экспертным методом дать лицу, принимающему решения, важную информацию для разработки плана мероприятий для управления рисками.

Основным преимуществом описанной программы является то, что она разработана специально для метода априорного ранжирования, а потому предоставляет пользователю простой интуитивно понятный интерфейс с доступом к тонким настройкам, поэтапно проверяет допустимость вводимых значений и наглядно демонстрирует ему результаты проведённой обработки введённых данных.

Кроме того, программа написана полностью на языке программирования JavaScript без использования сторонних библиотек для реализации тех или иных функций, что позволяет запускать её практически с любого устройства через приложение браузера.

Таким образом, разработанная программа является инструментом, позволяющим автоматизировать обработку результатов экспертиз методом априорного ранжирования, что востребовано в том числе среди аналитиков, студентов и преподавателей.

Предполагается дальнейшее развитие системы за счёт добавления возможностей решения задач принятия решений и иными методами. Таким образом разработанное приложение в перспективе должно стать модулем более комплексной системы поддержки принятия решений, в которой можно будет использовать и другие подходы для поддержки принятия сложных управленческих решений, такие, как метод аналитической иерархии в его

классическом и модифицированном виде, методы теории нечётких множеств, методы теории полезности и ряд других.

Список литературы:

1. Карданская, Н. Л. Управленческие решения: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям / Н. Л. Карданская. – 3-е изд., перераб. И доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 439 с.
2. Силич, М. П. Основы теории систем и системного анализа: учеб. Пособие / М. П. Силич, В. А. Силич. – Томск : Изд-во Томск. Гос. Ун-та систем управления и радиоэлектроники, 2013. – 340 с.
3. Кокорева, Т. А. Системный анализ процедур принятия управленческих решений / Т. А. Кокорева. Гос. Ком. Рос. Федерации по высш. Образованию. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. Ун-та, 1994. – 147 с.
4. Бакуменко, Л. П. Методика априорного ранжирования факторов качества жизни населения / Л. П. Бакуменко // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2010. – № 6. – С. 142-148.
5. Голубев, В. IT Governance для управления рисками и соответствиями [Электронный ресурс]. – URL: https://www.ospcon.ru/files/media/Golubev_TBS.pdf (дата обращения: 12.04.2024).

Жданкова Ирина Викторовна
преподаватель
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

Н. А. БЕРДЯЕВ И П. А. ФЛОРЕНСКИЙ О ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В КУЛЬТУРЕ

Аннотация: статья посвящена проблеме воспитания личности. В статье проанализированы труды Н. А. Бердяева и П. А. Флоренского в части их взглядов на социализацию личности, показана актуальность философских работ XX века в современном мире.

Ключевые слова: личность, воспитание, социализация, Н. А. Бердяев, П. А. Флоренский.

N. A. BERDYAEV AND P. A. FLORENSKY ON THE PROCESS OF HUMAN FORMATION IN CULTURE

Abstract: the article is devoted to the problem of personality education. The article analyzes the works of N. A. Berdyaev and P. A. Florensky in terms of their

views on the socialization of personality, shows the relevance of philosophical works of the twentieth century in the modern world.
Keywords: personality, upbringing, socialization, N. A. Berdyaev, P. A. Florensky.

Становление личности – сложный, многоуровневый процесс, основанный на процессе воспитания, образования, самовоспитании, самообразовании и социализации человека. Процесс становления личности может быть как целенаправленным, например, через систему воспитания и образования ребёнка или взрослого, так и нецеленаправленным – через встраивание человека в окружающие его обстоятельства, общество, так называемую социализацию[1].

Наибольшую роль в становлении личности играет воспитание, полученное человеком в детстве. Инструменты, применяемые для качественного выполнения данной функции, разработаны и описаны в научных трудах по педагогике[8].

Кроме педагогики процесс воспитания достаточно широко рассмотрен в философских и культурологических трудах[8].

Данная статья посвящена философским суждениям о процессе воспитания, высказанным Павлом Александровичем Флоренским и Николаем Александровичем Бердяевым.

Актуальность данного исследования определяется следующими обстоятельствами.

Во-первых, процесс воспитания, а самое главное, верного воспитания подрастающего поколения, во все времена волновал неравнодушных к судьбе общества людей.

Во-вторых, в современном мире, в котором ежеминутно происходит «перестройка» общества, экономических и политических блоков, необычайно важно перенимать опыт предков в воспитании подрастающего поколения. Именно, как кладезь исконных знаний можно использовать философские труды П. А. Флоренского и Н. А. Бердяева[2].

Сегодня, в начале XXI века работы П. А. Флоренского, посвящённые вопросам семьи и рода, актуальны как никогда. Современные реалии таковы, что институт семьи и брака практически полностью нивелирован. Обращение к корням, внимание к мелочам, философское осмысление своего места в роду может помочь подросткам в процессе становления и осознания себя личностью, как в социальной, так и культурной среде. Так же переосмысление места воспитанника в семье и в обществе, в целом, поможет воспитателю выстроить верную траекторию своей воспитательной деятельности.

При изучении педагогических идей и предпочтений П. А. Флоренского особое внимание стоит уделить его труду «Детям моим». В описании своего детства, своих внутренних детских переживаний автор показывает всю важность любой мелочи в становлении будущей целостной личности[1].

Казалось бы, излишние подробности в его книге не случайны. Именно через них автор ведёт своих читателей к мысли о необходимости быть внимательнее к собственному становлению, своим впечатлениям и переживаниям. П. А. Флоренский подмечает, что «первые детские впечатления определяют дальнейшую внутреннюю жизнь». В произведении «Детям моим» автор часто обращается к своим первым детским впечатлениям. Это и сюжет, описывающий ужас, в который привела ребёнка встреча с точильщиком. Противоположные чувства у ребенка вызывает «встреча» с морем. Несмотря на то, что чувства у ребенка возникают разные, но помнит он о них всю свою жизнь, и несомненно, свой след в формировании личности также остаётся на всю жизнь[1].

Дети, по мнению автора, наблюдая за окружающими его людьми, явлениями природы, обычаями и традициями, культурным окружением в целом, делают определённые выводы, которые повлияют на его становление и на всю его последующую жизнь. Вопросы, заданные взрослым, при условии, что ребенок получает на них ответы, учат его разобраться во всём хитросплетении жизни[1].

Очень важную роль в становлении личности ребёнка, во встраивании его в окружающий мир в целом и принятии им культуры, играет семья, в которой воспитывается человек. Здесь на первый план выходят те культурные нормы, которые приняты в семье и которые члены семьи имеют возможность и желание транслировать в сознание подрастающего человека[1].

В той же работе П. А. Флоренский анализирует возможность ребёнка, ещё не сформировавшего полностью своего мировоззрения, ценить и подмечать красоту, а также и отличать такие понятия как «добро» и «зло»[1].

Несколько в ином плане рассматривает процесс социализации личности Н. А. Бердяев. В своём труде «Судьба человека в современном мире» Николай Александрович переосмысляет и призывает переосмыслить читателя возможности исторических событий и определённых культурных норм воздействовать на становление личности человека. Произведение, написанное в 1930-х гг., в современном мире как никогда актуально. Некоторые процессы, происходящие сегодня на политической арене, а следовательно, и метаморфозы личности людей, втянутых в данные процессы, перекликаются с событиями, описанными в данном труде[3].

Бердяев, понимая значимость исторических процессов, происходящих в Европе в 1930-х гг. пытается проанализировать их и натолкнуть на необходимость размышления на эту тему своего читателя[3].

Происходит конфликт человека и исторических событий, происходящих вокруг него. Человек вынужден приспосабливаться к предлагаемым обстоятельствам[3].

Отдельное внимание автор уделяет конфликту гуманизма, как основы воспитания личности и технического прогресса.

Процесс дегуманизации, по мнению автора, идёт рука об руку с техническим прогрессом. Однако автор ни в коем случае не призывает отказаться от плодов технического прогресса и благ цивилизации. Кроме того, он признаёт, что не все люди идут в сторону техницизма, некоторые, наоборот, устремляют свой взгляд в сторону «космических сил». И то и другое

направление, хоть и абсолютно различными способами, губит личность человека. Следовательно, по мнению автора, и тот и другой путь – не есть благо для человека[3].

Отдельной строкой в работе Н. А. Бердяева «Судьба человека в современном мире» проходит мысль о необходимости и важности свободы для социализации личности. Свобода, это категория равноценная в любую эпоху и для любого человека. Особенно она ценится в эпоху перемен или исторических потрясений. Для социализации личности и встраивания её в новые реалии необходимо соблюдение свободы личности окружающими. Однако, это далеко не всегда осуществимо, ведь «человек обязан уважать и соблюдать свободу другого человеку, а не только свою. Любителей собственной свободы слишком много на свете. Чужую же свободу отрицают». Именно отрицание чужой свободы приводит к ещё большим историческим потрясениям[3].

Казалось бы, человек, стремящийся к личной свободе, должен отрицать идею коллективизма. Ему должна быть чужда сама мысль об обезличенности, точнее сказать о приспособлении к законам «толпы». Но история показывает обратное – человек во все времена одновременно и стремился к личной свободе и самозабвенно примыкал к различным коллективам, порой диаметрально меняя свои взгляды[3].

Таким образом, при всех различиях между современными историософскими системами, которые осваивают религиозно-философское наследие России, Западной Европы, проблема личности имеет основополагающее значение. С историко-философской точки зрения, анализ историософского персонализма русских и зарубежных мыслителей позволяет существенно углубить представление об отечественной персоналистской традиции и выработать тот алгоритм, который рассматривает персону с разных ракурсов в формате культурфилософской и историософской проблематики. Понятие личности многогранно, её концепт может быть представлен как совокупность свойств или характеристик личностного бытия (несводимость к природе, свобода, уникальность, общение, открытость, творчество, единство,

любовь), которыми, тем не менее, до конца не исчерпывается её определение. Высоконравственная и культурная значимость сочинений П. А. Флоренского и Н. А. Бердяева никак не пропадает потому, что их авторы стоят в религиозных позициях. П. А. Флоренский и Н. А. Бердяев принадлежат к тому виду российских мыслителей, которых мы зовём правдоискателями. Они разыскивают высочайшие истины. Воспитание подрастающего поколения и самовоспитание уже сформировавшейся личности «красной нитью» проходят в трудах данных авторов. Роль правдоискателей – в хранении общественного и высоконравственного совершенствования людей. В «минуты фатальные» правдоискатели-идеалисты внезапно становятся актуально необходимыми человеку, а их нерушимый призыв к внутреннему восстановлению находит отзыв в сердцах и умах людей.

Список литературы:

1. Флоренский, П. А. У водоразделов мысли (Черты конкретной метафизики) / Москва : Директ-Медиа, 2012 [Электронный ресурс]. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=7377 (дата обращения: 06.11.2024).

2. Бердяев, Н. А. О назначении человека: АСТ / – Москва : Хранитель. – 2006 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=177081 (дата обращения: 06.11.2024).

3. Бердяев, Н. А. Судьба человека в современном мире / Издательство: YMCA-PRESS. – Париж. – 1934 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.odinblago.ru/sudba_cheloveka (дата обращения: 06.11.2024).

4. Флоренский, П. Детям моим. Воспоминания прошлых лет. Религиозная Философия. – 2000 [Электронный ресурс]. – URL: https://lib.pravmir.ru/library/readbook/2434 (дата обращения: 06.11.2024).

5. Воспитание / Большая российская энциклопедия. – Том 5. – Москва, 2006.

6. Citaty.su Меньше слов — больше смысла (Интернет-журнал). Статья: Краткая биография Павла Флоренского [Электронный ресурс]. – URL: https://citaty.su/kratkaya-biografiya-pavla-florenskogo (дата обращения: 06.11.2024).

7. Новая философская энциклопедия gufo.me [Электронный ресурс]. – URL: https://gufo.me/dict/philosophy_encyclopedia (дата обращения: 06.11.2024).

8. Философский словарь (Интернет-справочник). Статья: Воспитание – [Электронный ресурс]. – URL:

http://www.harc.ru/slovar/400.html#:~:text=(Erziehung) (дата обращения: 06.11.2024).

Жужгов Илья Алексеевич
аспирант
Пермского государственного аграрно-технологического университета имени академика Д. Н. Прянишникова,
г. Пермь

ВЛИЯНИЕ ЭТНИЧЕСКОГО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА СОХРАНЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ И САМОБЫТНОСТИ НАРОДОВ

Аннотация: в статье отмечено, что у наций, проживающих на территории России, очень много национальных блюд. В некоторых регионах (Краснодарский край, Дагестан, Татарстан, Башкортостан) активно проводят различные гастрономические фестивали и ярмарки, а также организовывают этнические гастрономические туры. На основании коэффициента корреляции установлено, что существует сильная связь между количеством объектов этнического гастрономического туризма в России и количеством мероприятий по сохранению национальной культуры и самобытности народов высокая**.**

Ключевые слова: этнический гастрономический туризм, сохранение, национальная культура, самобытность, народ, туристская дестинация, развитие.

INFLUENCE OF ETHNIC GASTRONOMIC TOURISM ON THE PRESERVATION OF NATIONAL CULTURE AND IDENTITY OF PEOPLES

Abstract: the article notes that the nations living in Russia have a lot of national dishes. In some regions (Krasnodar Krai, Dagestan, Tatarstan, Bashkortostan) various gastronomic festivals and fairs are actively held, and ethnic gastronomic tours are also organized. Based on the coefficient, it was established that there is a strong connection between the number of ethnic gastronomic tourism facilities in Russia and the number of events to preserve the national culture and identity of peoples is high.

Keywords: ethnic gastronomic tourism, conservation, national culture, identity, people, tourist destination, development.

Российская Федерация – богатая страна, на её территории живёт много различных национальностей – это буряты, татары, чеченцы, башкиры, чуваши, чукчи, ненцы и другие. Народы чтят свои традиции и имеют особенности в приготовлении национальных блюд. Это позволяет сохранить национальную

культуру и самобытность, так как блюда в разных регионах нашей страны помогают прочувствовать фольклор и погрузиться в культуру питания и прочувствовать историческое наследие. Некоторые российские туристы осознано выбирают места, в которых можно попробовать национальные блюда.

Стоит отметить, что кулинарные предпочтения местных жителей иллюстрируют культуру, образ жизни и темперамент данного народа [8, с. 418].

В таблице 1 показаны национальные блюда народов, проживающих на территории России.

Таблица 1

Национальные блюда народов, проживающих на территории России

Республика	**Народ**	**Национальные блюда**	**Развитие этнического гастрономического туризма**
Бурятия	буряты	Буузы, зутран сай, боовы	Активное
Татарстан	татары	Чак-чак и эчпочмак	Активное
Башкортостан	башкиры	Баурсак и бешбармак	Активное
Марий Эл	марийцы	Подкоголи и коман мелна	Пассивное
Мордовия	мордва	Овтонь лапат и селянка, **уникальные пельмени с зайчатиной**	Пассивное
Пермский край	коми (народ)	Посикунчики, хлебное ухо, блюда из пистиков	Активное
Удмуртия	удмурты	Кровяная колбаса, Перепечи, Табани	Активное

* Данные на основе собственных исследований

В таблице 1 представлено малое количество национальных блюд народов России, на самом деле их тысячи и многие блюда знают только кулинары, занимающиеся данным направлением.

Активное развитие этнического гастрономического туризма зафиксировано в таких регионах, как в Бурятии, Татарстане, Башкортостане,

Пермском крае, Удмуртии. В Пермском крае много национальных блюд (посикунчики, хлебное ухо, шанежки с черёмухой, блюда из пистиков и другие). Регионы переживают новый виток интереса, так как гастрономия становится актуальным направлением с точки зрения туризма.

Важно отметить, что в России сформирован опыт развития этно-гастротуризма, проводятся фестивали, выставки, праздники, мастер-классы по приготовлению национальных блюд (таблица 2).

Таблица 2

Примеры опыта развития этно-гастротуризма [3]

Мероприятие	**Краткое описание**	**Место**	**Регион**
Выставка InterFood Krasnodar	Производители продуктов питания угощали национальными блюдами	г. Краснодар	Краснодарский край
Гастрономический фестиваль «БлинОК»	Дегустация блюд, приготовленных из блинов	г. Армавир	Краснодарский край
этно-гастрономический фестиваль «О, да! Еда!»	Фестиваль посвящён черноморской кухне	Поселок Абрау-Дюрсо, Новороссийский район	Краснодарский край
Этно-гастрономический фестиваль «Долина Дома»	Участники фестиваля угощали национальными блюдами	г. Ростов-на-Дону	Краснодарский край
Гастрономический фестиваль аутентичной и современной кухни народов юга России «KavkazFoodFest»	Угощают блюдами народов юга России (плов, далма, шашлык, люля-кебаб и другие)	пос. Архыз	Карачаево-Черкесия
Чеченский «Хонк-Фест»: праздник цвета черемши	Кулинары готовят различные блюда из черемши	г. Грозный	Чеченская Респу́блика
Фестиваль прикамской кухни	На этом фестивале готовят различные блюда прикамской	г. Пермь	Пермский край

	кухни (посикунчики, пистики, народные пироги и т. д.)		

Из таблицы 2 следует, что очень много мероприятий проводится в Краснодарском крае, который нравится многим путешественникам своим мягким климатом, наличием выхода к морю, множеством туристских дестинаций. Именно характер и высокая степень взаимодействия различных структур помогают создать и развить уникальный гастрономический туристский продукт в Краснодарском крае [4, 5, 6, 7].

В Пермском крае проводится фестиваль прикамской кухни, в рамках которого проходит кулинарный конкурс, где повара знакомят жителей региона с блюдами локальной кухни. На фестивале можно попробовать различные блюда прикамской кухни, которые характерны только для этого региона, что позволяет привлечь гурманов со всей страны.

Данная тема затронута отечественными авторами. Например, Гавриловец Л. В., Лавринович В. В. Изучали проведение гастрономических фестивалей для сохранения национальной культуры и самобытности народов, а также для брендинга туристской дестинации [2, с. 32–33]. Кулинарные фестивали, прежде всего, направлены на пропаганду народной кухни или характерных для определённой местности набора продуктов и блюд из них.

Но в некоторых регионах не проводятся мероприятия по развитию этнического гастрономического туризма для сохранения национальной культуры и самобытности народов.

Максимов Д. А., Смирнова Е. И., Тугуши В. А. на основании математических расчётов доказали, что усилия, прилагаемые многими регионами для развития у них гастротуризма являются безусловно недостаточными [3, с. 292].

Влияние этнического гастрономического туризма на сохранение национальной культуры и самобытности народов оценим на основании

коэффициента корреляции. Коэффициент корреляции показывает связь между двумя переменными. Первая переменная – это количество объектов этнического гастрономического туризма в России, вторая переменная – количество мероприятий по сохранению национальной культуры и самобытности народов в России. Формула для расчёта коэффициента корреляции [3]

$$r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^{n}(x_i-\overline{x})\cdot(y_i-\overline{y})}{(n-1)\cdot S_x \cdot S_y}, \quad (1)$$

где:

x – количество объектов этнического гастрономического туризма в России;

y – количество мероприятий по сохранению национальной культуры и самобытности народов в России.

Данные для расчёта влияния этнического гастрономического туризма на сохранение национальной культуры и самобытности народов представлены в таблице 3.

Таблица 3

Данные для расчета влияния этнического гастрономического туризма на сохранение национальной культуры и самобытности народов [9]

Параметр	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Количество объектов этнического гастрономического туризма в России	1345	1412	1426	1455	1499
Количество мероприятий по сохранению национальной культуры и самобытности народов в России	341	348	351	362	380

По расчётам в Excel коэффициент корреляции получился 0,94, то есть существует высокая связь между количеством объектов этнического гастрономического туризма в России и количеством мероприятий по сохранению национальной культуры и самобытности народов.

Таким образом, влияние этнического гастрономического туризма на сохранение национальной культуры и самобытности народов огромное, что доказано на примере коэффициента корреляции. При проектировании гастрономического тура нужно включать разнообразные интерактивные элементы, содержащие рефлексию процессов приготовления и потребления пищи, всё то, что подкрепит впечатление о процессе еды и повысит его популярность у потребителей. В наши дни инвесторы заинтересованы в развитии этнического гастрономического туризма и при создании необходимых условий со стороны государства интерес к нему может вырасти ещё больше.

Список литературы:

1. Боджгуа, А. Ю. Этно-гастрономический туризм: проблемы и перспективы развития / А. Ю. Боджгуа, П. П. Чуваткин. – Сочи : ФИЦ СНЦ РАН, 2022. – 221 с.

2. Гавриловец, Л. В. Гастрономические фестивали полесского региона и их значение для брендинга туристской дестинации / Л. В. Гавриловец, В. В. Лавринович. Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы. Сборник научных трудов. Под общей редакцией В. В. Кириенко. – Гомель. – 2023. – С. 32-34.

3. Максимов, Д. А. Гастрономический туризм в России: особенности и перспективы развития / Д. А. Максимов, Е. И. Смирнова, В. А. Тугуши. Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 6-2. – С. 292-298.

4. Оборин, М. С. Стратегические направления модернизации сферы услуг Южного макрорегиона / Региональная экономика. Юг России. – 2019. – Т. 7. - № 1. – С. 124–133.

5. Оборин, М. С. Повышение эффективности деятельности предприятий сферы услуг общественного питания в регионах РФ на основе улучшения бизнес-процессов / Инновационное развитие экономики. – 2019. - № 1 (49). – С. 51-59.

6. Оборин, М. С. Повышение эффективности деятельности предприятий сферы услуг общественного питания в регионах РФ на основе улучшения бизнес-процессов / Инновационное развитие экономики. – 2019. - № 1 (49). – С. 110-117.

7. Фокина, Е. Д. Гастрономическая культура малочисленных народов Алтая как основа развития туризма (на примере кумандинцев) / Е. Д. Фокина, Ж. Е. Абишева, А. К. Аубакирова. Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2023. - № 15. – С. 73-78.

8. Шайфутдинова, Д. В., Капустенко, И. С. Организация этнического гастрономического туризма народов дальневосточного региона // Молодёжь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований. Материалы IV Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. В 4-х частях. Редколлегия: Э. А. Дмитриев (отв. Ред.), А. В. Космынин (зам. Отв. Ред.). Комсомольск-на-Амуре, 2021. – С. 418-421.

9. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru (дата обращения: 12.10.2024)

Загумённов Юрий Леонидович
кандидат педагогических наук, доцент
Минского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Минск, Беларусь

ПРИОРИТЕТЫ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: рассмотрены приоритеты в подготовке кадров для цифровой экономики. Определены IT-компетенции. Отмечена ключевая роль информационно-педагогических технологий в их формировании в вузе.

Ключевые слова: цифровизация, IT-компетенции, педагогические технологии, «перевёрнутый класс».

PRIORITIES IN PERSONNEL TRAINING FOR THE DIGITAL ECONOMY

Abstract: priorities in personnel training for the digital economy are considered. IT competencies are defined. The key role of information and pedagogical technologies in their formation at the university is noted.

Keywords: digitalization, IT competencies, pedagogical technologies, «flipped classroom».

В контексте экономики знаний эффективная современная система социально-экономического развития основана на исключительных возможностях человеческого общества, использующего современные

технологии, для повышения производительности и эффективности ведения экономической деятельности во всех секторах и отраслях промышленности.

Тенденции развития мировой экономики на протяжении столетий определяли информация и информационно-аналитический анализ. Однако в настоящее время уже не действуют те же факторы влияния, которые действовали раньше. Теперь именно динамичные, изменчивые компетенции определяют суть и качество политики, разрыв в бизнес-моделях и экономике стран.

В настоящее время глобализация и цифровые технологии являются важными факторами достижения экономического роста стран и регионов, порождает серьёзные изменения во всём мире, начиная с создания новых рабочих мест, быстрого доступа к информации и услугам, фактически способствуя развитию так называемого цифрового общества, которое, в свою очередь обеспечивает рост благосостояния населения в странах и регионах.

В этих условиях цифровые технологии, коммуникационные сети, информация, сетевое взаимодействие (нетворкинг) могут создать предпосылки для решения многих проблем, стоящих перед современной экономикой и обществом. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) играют ключевую роль в цифровой экономике, как в качестве сектора информационных технологий, так и в качестве передовых производственных инструментов и услуг, которые приводят к значительным изменениям с точки зрения уровня занятости, а также квалификации, которые требуются от будущих работников на национальном и глобальном уровнях, а также для экономического развития.

Экономический рост имеет основополагающее значение для повышения общего объёма производства в Российской Федерации, Республике Беларусь и в региональных объединениях, в которые входят наши страны, таких как Евразийский экономический союз, Шанхайская группа, БРИКС и другие.

Экономическая и социальная политика в региональных объединениях, в которых участвуют Российская Федерация и Республика Беларусь, направлена

на совершенствование, инновации, на содействие развитию государств-членов и создание сплочённости в регионе. Если не принимать во внимание культурные барьеры, экономические различия, социальные проблемы, то во всем этом есть один общий элемент – глобальное явление цифровизации экономики и общества в целом.

Важно отметить, что влияние человеческого капитала, выраженное индексом человеческого развития, который включает в себя как компоненты образования, так и здравоохранения, также является положительным и статистически значимым по отношению к ВВП на душу населения, что подтверждает положительный эффект инвестиций и влияние человеческого фактора на производительность труда.

При этом высококвалифицированное население в области применения информационно-коммуникативных технологий способствует созданию более эффективных условий регулирования социально-экономического развития, созданию благоприятной окружающей среды, инновациям, развитию инфраструктуры, а также другим ключевым факторам, а те, в свою очередь, способствуют повышению степени цифровизации стран и регионов.

Таким образом, новые технологии могут обеспечить цифровизацию экономики и, следовательно, повышение благосостояния, но потенциал новых технологий в полной мере может быть эффективно использован только при наличии подходящей благоприятной среды, в том числе, при наличии необходимой цифровой квалификации рабочей силы.

Зарубежный опыт свидетельствует о том, что увеличение на 10 % показателя индекса цифровизации страны, рассчитанного Booz & Company's (Нью-Йорк, США), способствовало росту ВВП на душу населения на 0,75 % [3]. Понимая значение этого фактора, ЕС в своей программе Horizon Europe 2021-2027 и инвестиционной схеме цифровой трансформации Европы предусмотрел выделение 2,5 млрд евро непосредственно на развитие искусственного интеллекта и дополнительно 700 млн евро на инвестиции в

обеспечение продвинутых цифровых навыков посредством школьного и университетского образования, а также специализированных IT-курсов.

В наших странах также понимают значение подготовки кадров для развития цифровой экономики. Основываясь на зарубежном опыте оценки уровня цифровизации и, принимая во внимание специфику Российской экономики, Центр финансовых инноваций и безналичной экономики Московской школы управления СКОЛКОВО разработал методологию «Цифровая Россия», учитывающую количественные показатели и экспертную оценку, основанную на анализе метаданных, отражающих процессы цифровизации регионов, где одним из основных субиндексов являются «кадры и учебные программы».

Аналогичные исследования также проводят специалисты Высшей школы экономики, где разработан и используется «Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы», в котором одним из ключевых субиндексов, наряду с «уровнем использования цифровых технологий», «цифровизацией бизнес-процессов», «затратами на внедрение и использование цифровых технологий» и «кибербезопасностью», также являются «цифровые навыки персонала».

Как показали исследования, подготовка квалифицированных кадров для цифровой экономики является одним из приоритетов в регионах Российской Федерации. Однако здесь предстоит ещё сделать немало для того, чтобы страна вошла в список стран с наиболее высокими показателями по этому субиндексу. И здесь свой весомый вклад предстоит внести высшим учебным заведениям.

Подготовка кадров для цифровой экономики – это комплексный процесс, который требует от высших учебных заведений учёта специфических требований и вызовов нового мира. В отечественных и зарубежных источниках отмечаются следующие основные приоритеты этой подготовки.

1. Фокус на развитии ключевых IT-компетенциях, включая программирование, разработку веб-приложений, работу с базами данных, кибербезопасностью, облачными технологиями; аналитических навыках, таких,

как обработка данных, статистический анализ, визуализация данных, использование инструментов бизнес-аналитики; на цифровых коммуникациях, в том числе, умении эффективно общаться в цифровой среде, работать с социальными сетями, продвигать продукты и услуги онлайн; креативности и инновационности, включающих поиск новых решений, разработку инновационных продуктов и услуг с использованием цифровых технологий.

2. Междисциплинарность и гибкость, предполагающие комбинация IT-специальностей с другими областями, например, финансовый анализ с использованием Big Data, маркетинг с использованием AI и machine learning, медицинские технологии с использованием VR/AR; обучение в формате lifelong learning, предполагающее постоянное обновление знаний и навыков, адаптацию к быстро меняющимся технологиям; гибкие программы обучения, включая онлайн-курсы, модульные программы, микроквалификации, а также традиционные университетские программы с цифровым фокусом.

3. Развитие soft skills, предполагающее развитие критического мышления, т. е. способности анализировать информацию, решать проблемы и принимать обдуманные решения; умение работать в команде, эффективно сотрудничать в команде, обмениваться информацией и достигать общих целей. Важную роль здесь играет развитие коммуникативных навыков, предполагающее ясную и эффективную коммуникацию, умение передавать информацию и доносить свою точку зрения. Необходим также творческий подход, т. е. способность генерировать новые идеи, решать проблемы нестандартным образом.

4. Важность практического обучения, где преобладает проектная работа, включающая реализацию реальных проектов с использованием цифровых технологий, чтобы применить теоретические знания на практике [2]. Необходимы стажировки и практика, т. е. получение будущими специалистами опыта работы в компаниях цифровой экономики, развитие практических навыков и знакомство с современными технологиями, а также создание инновационных стартапов, где развиваются цифровые и предпринимательские навыки и есть возможность применить свои знания в реальном бизнесе.

5. Определяющая роль, на наш взгляд, принадлежит образовательным технологиям, предполагающим использование платформ онлайн-обучения, таких, например, как Moodle, доступ к качественным материалам и онлайн курсам в любое время и в любом месте, виртуальные лаборатории и симуляторы, изучение и практику работы с цифровыми технологиями в виртуальной среде, использование искусственного интеллекта, индивидуальных программ обучения с использованием цифровых инструментов, интеллектуальных систем оценки, персонализированной обратной связи.

Результаты нашей опытно-экспериментальной работы по внедрению инновационных образовательных технологий в практику работы вуза, свидетельствует о том, что наиболее продуманной и эффективной информационно-педагогической технологией, успешно реализующей на практике вышеизложенные приоритеты, является технология «перевёрнутый класс» [1]. В рамках этой технологии смешанного обучения широко используются разрабатываемые педагогами электронная обучающая среда и цифровые инструменты. В результате внеаудиторная и аудиторная работы меняются местами: до аудиторных занятий, на основе подготовленных преподавателем в электронной обучающей среде онлайн-видео, подкастов и других учебных материалов в различных медиа форматах студенты самостоятельно изучают содержание учебной дисциплины. Непосредственно на занятиях преподаватель, ориентируясь на запросы студентов, осуществляет целенаправленное обучение, используя для этого различные дидактические формы и методы, приемы геймификации, ролевые игры, лабораторные эксперименты, интерактивные лекции, проектирование и др. Несомненным плюсом технологии «перевернутый класс» является то, что она позволяет оптимально использовать в обучении цифровые ресурсы и при этом студенты приучаются к самоорганизации, самостоятельной, исследовательской, творческой деятельности, способствующей формированию у них компетенций работы в цифровой среде, а также навыков мышления более высокого порядка.

Список литературы:

1. Загумённов, Ю. Л. Использование технологии смешанного обучения «перевёрнутый класс» в формировании лидерских качеств у будущих ИТ специалистов / Открытое образование. – 2023. – Т. 27, № 2. – С. 16–26. DOI [Электронный ресурс]. – URL: https://doi.org/10.21686/1818-4243-2023-2-16-26 (дата обращения: 10.09.2024).

2. Мазунина, Т. А. Проектный метод обучения в естествознании / В сборнике: Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе Материалы XI Всероссийской научно-методической конференции (Пермь, 25 апреля 2019 г.). – 2019. – С. 47-52.

3. Bukht, R., Heeks, R. Defining Conceptualizing and Measuring the Digital Economy. Development Informatics, 2017, Working paper, № 68 [Электронный ресурс]. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3431732 (a] (дата обращения: 01.10.2024).

Зубков Максим Эдуардович
соискатель
Юго-Западного государственного университета,
г.Курск
Жахов Николай Владимирович
доктор экономических наук, доцент
Юго-Западного государственного университета,
г. Курск

ВЛИЯНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РЕГИОНАЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ: ФАКТОРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация: в статье рассматривается влияние актуальных трендов современного предпринимательства на региональное экономическое развитие России. Ключевые тенденции, такие как цифровизация бизнеса, развитие стартапов, экологическая ответственность, глобализация и рост венчурного капитала, становятся важнейшими драйверами роста. Анализ статистических данных последних лет показывает значительный рост числа субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП), а также повышение их вклада в региональные экономики. Особое внимание уделяется государственным мерам поддержки, способствующим развитию инновационных технологий и предпринимательства на местах.

Ключевые слова: региональная экономика, предпринимательская деятельность, увеличение инвестиций, тренд.

INFLUENCE OF CURRENT TRENDS OF MODERN ENTREPRENEURSHIP ON REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT: FACTORS AND PROSPECTS

Abstract: the article examines the impact of current trends in modern entrepreneurship on the regional economic development of Russia. Key trends such as business digitalization, startup development, environmental responsibility, globalization and the growth of venture capital are becoming important drivers of growth. An analysis of statistical data from recent years shows a significant increase in the number of small and medium-sized enterprises (SMEs), as well as an increase in their contribution to regional economies. Special attention is paid to government support measures that promote the development of innovative technologies and entrepreneurship in the field.

Keywords: regional economy, entrepreneurial activity, increase of investments, trend.

Публикация выполнена в рамках государственного задания на 2024 год № 0851-2020-0034.

Современное предпринимательство играет важнейшую роль в формировании и развитии региональной экономики. В условиях глобальной цифровизации, ускоренного внедрения технологий и растущей конкуренции инновационные тренды в предпринимательской деятельности становятся ключевыми драйверами экономического роста на региональном уровне. В данной статье будет рассмотрено, как актуальные тенденции в развитии предпринимательства влияют на региональную экономику Российской Федерации, с анализом статистических данных последних лет.

В последние годы предпринимательская деятельность трансформируется под воздействием ряда глобальных трендов. Нами выделены наиболее актуальные тренды в современном предпринимательстве, к числу значимых из них относятся: цифровизация бизнеса, развитие стартап-экосистем, экологическая ответственность, глобализация и локализация, рост венчурного капитала.

Если детализировать каждый из представленных трендов то можно отметить, что происходит внедрение цифровых технологий в различные сферы предпринимательства (интернет-коммерция, автоматизация процессов,

использование Big Data); рост количества малых инновационных предприятий, ориентированных на технологические прорывы; рост интереса к «зелёным» технологиям и устойчивому развитию бизнеса; расширение международной торговли, с другой - усиление роли локальных рынков и поддержки местных производителей.

Для России отметим тенденции санкционого давления на фоне геополитической нестабильности, увеличение инвестиций в молодые компании, особенно в IT и высокотехнологичные сферы.

Развитие предпринимательства на уровне региона определяется сочетанием внутренних и внешних факторов. К внутренним факторам можно отнести наличие благоприятного делового климата, поддержку малого и среднего бизнеса со стороны государственных институтов и уровень инновационной активности в регионе. Внешние факторы включают глобальные тренды, рыночные изменения и государственную политику [1].

Одним из важнейших факторов успеха является государственная поддержка предпринимательства, которая включает субсидии, налоговые льготы и специальные программы для МСП (малые и средние предприятия). Важно также отметить роль инфраструктуры, такой как технопарки, коворкинг-пространства и бизнес-инкубаторы, которые предоставляют доступ к ресурсам для развития бизнеса.

Согласно данным Росстата, в 2022 году количество зарегистрированных субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в России составило около 6 миллионов, что на 5 % больше, чем в 2021 году. Наибольший прирост наблюдался в Центральном федеральном округе (8 %), что объясняется концентрацией деловой активности в Москве и Московской области [2].

Важную роль играют региональные программы поддержки МСП. В 2022 году 54 % всех предпринимательских субъектов воспользовались мерами государственной поддержки в виде налоговых льгот и субсидий, что позволило регионам удерживать экономическую стабильность в условиях постпандемийного восстановления [3].

Наибольший вклад в развитие экономики регионов вносят предприятия сферы IT и высоких технологий, что подтверждается высоким уровнем инвестиций в эти секторы [4]. Например, доля ИТ-сектора в ВРП Москвы составила 8,5 % в 2022 году, что выше среднего по стране (3,2 %). Это свидетельствует о том, что регионы с развитой инфраструктурой для технологических стартапов демонстрируют более высокие темпы роста предпринимательской активности.

Цифровизация и внедрение новых технологий оказывают непосредственное влияние на экономику регионов, с особым вниманием и поддержкой в последнее время к импортозамещению [5]. В 2021–2022 годах наблюдался значительный рост числа IT-компаний и стартапов, занимающихся разработкой программного обеспечения и внедрением цифровых решений в традиционные отрасли экономики (сельское хозяйство, промышленность, транспорт). Это позволило регионам увеличить свою долю в общенациональном ВРП.

Например, в Татарстане, где активно поддерживается цифровизация и развитие стартапов через такие программы, как «Иннополис», за 2022 год ВРП региона вырос на 3,7 %, несмотря на общие экономические вызовы. Этот пример подтверждает, что внедрение цифровых и инновационных решений стимулирует экономический рост регионов, происходит инновационное развитие экономики строительной отрасли в условиях цифровой трансформации [6].

Экологическая ответственность и устойчивое развитие также становятся важным фактором в развитии регионального предпринимательства. Компании, внедряющие «зелёные» технологии, получают поддержку как на федеральном, так и на региональном уровне. В 2022 году доля «зелёных» проектов, финансируемых через государственные программы, составила 12 %, что свидетельствует о возрастающем внимании к экологии и ресурсосбережению.

В долгосрочной перспективе ключевыми драйверами развития региональной экономики останутся цифровизация, инновационные технологии

и поддержка стартапов [7]. Прогнозируется, что к 2030 году доля предпринимательских проектов в сфере IT и экологии вырастет на 25 %, что будет способствовать увеличению конкурентоспособности российских регионов на глобальном уровне.

Государственная политика поддержки предпринимательства, особенно в части налоговых льгот и субсидий, будет играть важную роль в укреплении региональных экономик. Увеличение инвестиций в региональные стартапы и инновационные проекты, а также развитие инфраструктуры для предпринимательства будут ключевыми факторами роста.

Современные тенденции в развитии предпринимательства, такие как цифровизация, развитие стартапов и экологическая ответственность, оказывают значительное влияние на региональное экономическое развитие в России. Региональные экономики, активно внедряющие новые технологии и поддерживающие инновационные компании, демонстрируют более высокие темпы роста и устойчивости. Важную роль в дальнейшем развитии будут играть государственная поддержка, венчурные инвестиции и создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности на местах.

Список литературы:

1. Менциев, А. У. Концепция формирования новой цифровой экономики: проблемы, решения и перспективы / А. У. Менциев, Э. Ф. Амирова, Т. Р. Магомаев. Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12. - № 10-1. – С. 468-474.

2. Малое и среднее предпринимательство в России [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223 (дата обращения: 24.09.2024).

3. Менциев, А. У. Роль цифровых технологий в постковидном экономическом развитии / А. У. Менциев, Т. Р. Магомаев, С. М. Юнаева. Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12. - № 11-1. – С. 274-281.

4. Орешников, В. В. Инновационное развитие регионов Приволжского федерального округа // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. - № 12-2 (82). – С. 183-185.

5. Кривошлыков, В. С. Динамика изменения потребительского рынка макрорегиона в условиях политики импортозамещения / В. С. Кривошлыков // Потребительский рынок: качество и безопасность товаров и услуг: Материалы X Международной научно-практической конференции, посвященной 100-

летию Орловского государственного университета им. И. С. Тургенева, Орёл, 21–22 ноября 2019 года / Под редакцией О. В. Евдокимовой, Т. Н. Лазаревой. – Орёл: Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева, 2019. – С. 398-403.

6. Сироткина, Н. В. Инновационное развитие экономики строительной отрасли в условиях цифровой трансформации / Н. В. Сироткина, А. В. Батова, Д. А. Зыкова // Цифровая и отраслевая экономика. – 2020. – № 2(19). – С. 5-9.

7. Крымский, Д. С. Направления проведения цифровой трансформации в организации / Д. С. Крымский, В. С. Кривошлыков // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: Сборник материалов международной научно-практической конференции, Курск, 21–22 апреля 2022 года. – Курск: Курский государственный университет, 2022. – С. 130-133.

Иванова Валерия Владиславовна
специалист АО «Тандер»,
г. Рославль
Ковалева Елена Николаевна
кандидат экономических наук, доцент
Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Смоленск

ПРИМЕНЕНИЕ КАБИНЕТНЫХ МЕТОДОВ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕТЕВОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье представлены показатели конкурентоспособности сетевых торговых организаций, которые могут быть оценены при помощи кабинетных методов маркетинговых исследований. Проведена сравнительная оценка некоторых сетевых ретейлеров, регионом присутствия которых является Смоленская область. Обоснована необходимость оценки конкурентоспособности торговых организаций как по данным вторичной информации, так и по результатам полевых исследований.

Ключевые слова: сетевые торговые организации, FMCG, ретейл, показатели конкурентоспособности, кабинетные маркетинговые исследования.

THE USE OF DESK METHODS OF MARKETING RESEARCH TO ASSESS THE COMPETITIVENESS OF A NETWORK TRADING ORGANIZATION

Abstract: the article presents indicators of the competitiveness of network trading organizations, which can be assessed using desk methods of marketing research. A comparative assessment of some network retailers, whose region of presence is the Smolensk region, has been carried out. The necessity of assessing the

competitiveness of trade organizations is justified both according to secondary information and according to the results of field research.
Keywords: network trade organizations, FMCG, retail, competitiveness indicators, desk marketing research.

Высокий уровень конкурентоспособности является ведущим фактором, способствующим формированию условий по обеспечению экономической безопасности организаций [1]. Для формирования конкурентных преимуществ необходима разработка и внедрение комплексных системных мер, направленных на обеспечение бесперебойного и эффективного функционирования организации. Принятие эффективных управленческих решений возможно только на основе анализа и интерпретации маркетинговой информации, которая может быть получена как в формате кабинетных, так и полевых маркетинговых исследований [2, 3].

Целью исследования, краткие результаты которого представлены в данной статье, является проведение анализа конкурентоспособности сетевой торговой организации (на примере АО «Тандер») на основе кабинетных маркетинговых исследований и разработка мероприятий, способствующих повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности организации. В настоящей статье представлены результаты использования вторичной информации и количественных методов анализа при оценке конкурентоспособности.

Развитие рынка товаров повседневного спроса демонстрирует положительную динамику уже несколько десятилетий. Оборот розничной торговли в 2023 году в Российской Федерации вырос на 6,4 % до 47,4 трлн руб. Выручка АО «Тандер» при этом составляет 2 314,39 млн руб.

Первым этапом анализа конкурентоспособности торговой организации является определение её рыночной доли относительно конкурентов исходя из данных отчётности других торговых организаций (рисунок 1).

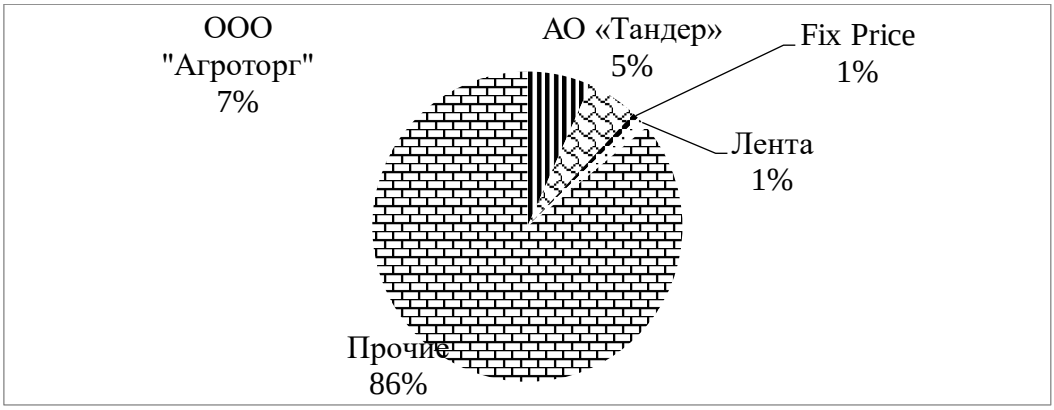


Рисунок 1 – Рыночные доли основных конкурентов АО «Тандер», 2023 г.

ООО «Агроторг» занимает 7 % рынка FMCG, на втором месте АО «Тандер» с долей рынка 5 %. ООО «Лента» и её торговая сеть занимает порядка 1 % рынка. В таблице 1 отображены ключевые показатели деятельности АО «Тандер» по сравнению с конкурентами.

Таблица 1

Ключевые показатели деятельности
основных продуктовых ретейлов за 2023 год

Показатель	**АО «Тандер»**	**ООО «Агроторг»**	**ООО «Лента»**
Количество регионов присутствия, ед.	71	67	58
Общая численность магазинов торговой сети, ед.	27909	19164	827
% рост численности магазинов по отношению к прошлому году	5,1	6,63	8,3
Общий объём торговой площади, тыс. $м^2$	9623	7497	1789
% рост торговых площадей по отношению к прошлому году	5,3	6,37	1,9
Численность распределительных центров, ед.	45	53	15
Численность покупателей по программам лояльности, млн	68	70	26,9
% рост трафика по отношению к прошлому году	1,6	3,1	-2,6
% рост среднего чека по отношению к прошлому году	10,3	7,5	5,0

* составлено авторами на основании данных, представленных в официальной отчётности организаций [5, 6, 7]

По территориальному охвату лидирует торговая сеть АО «Тандер» – она находится в 71 регионе Российской Федерации, несколько меньше регионов охвата имеет ООО «Агроторг» - 67 регионов. Наименьшая доля

территориального охвата у ООО «Лента», 58 регионов, что связано с большеформатностью сети.

Аналогичны показатели и по численности магазинов торговых сетей – у АО «Тандер» на конец 2023 года имеется 27 909 магазинов, расположенных в 71 регионе, численность магазинов ООО «Агроторг» на 45,6 % меньше – 19 164 магазина. ООО «Лента» на конец прошлого года имеет 827 магазинов. При этом рассматривая рост численности магазинов торговых сетей, можно отметить, что ООО «Лента» развивается наиболее эффективно – прирост численности магазинов за год составил 8,3 %, у АО «Тандер показатель самый низкий – всего 5,1 %. Таким образом, несмотря на большой территориальный охват, рост числа магазинов АО «Тандер» один из самых низких среди конкурентов.

По объёмам торговых площадей лидирует АО «Тандер» - 9 623 тыс. $м^2$, у ООО «Агроторг» торговые площади составляют 7 497 тыс. $м^2$. Наименьшие торговые площади установлены у ООО «Лента» - 1 789 тыс. $м^2$. По росту торговых площадей в 2022 году лидирует ООО «Агроторг» - за год их прирост составил 6,37 % против 5,3 % у АО «Тандер» и 1,9 % у ООО «Лента». Следовательно, развитие ООО «Агроторг» идёт более активно, чем у конкурентов. По численности распределительных центров лидирует ООО «Агроторг» (53), у АО «Тандер» их численность на 15,09 % меньше, а ООО «Лента» имеет всего 15 распределительных центров, что вызвано низкой долей охвата рынка [4].

Численность покупателей, которые зарегистрированы в программах лояльности, у ООО «Агроторг» и АО «Тандер» практически равны – 70 и 68 млн чел. Соответственно. При этом у ООО «Агроторг» наблюдается самый высокий рост трафика относительно 2021 года – повышение на 3,1 %. В АО «Тандер» рост трафика составил 1,6 %, в то время как у ООО «Лента», напротив, имеется сокращение трафика на 2,6 %. Выросли и размеры среднего чека у всех исследуемых организаций, в АО «Тандер» он увеличился на 10,3 %, у ООО «Агроторг» - на 7,5 %, у ООО «Лента» - на 5 % [4].

Проведённое исследование позволяет установить, что несмотря на б*о*льший территориальный охват у АО «Тандер», показатели развития торговой организации выделяют ООО «Агроторг» как одного из преуспевающих конкурентов российского рынка продуктового ретейла.

Сравним основные финансовые показатели ключевых торговый сетей региона (таблица 2).

Таблица 2

Финансовые результаты основных продуктовых ретейлеров за 2023 год

Показатель	**ООО «Агроторг»**	**АО «Тандер»**	**ООО «Лента»**
Выручка, млн руб.	2 002 786	2 314 387	537 401
% рост выручки по отношению к прошлому году	18,2	11,21	11,1
EBITDA, млн руб.	129 817	160 509	32 638
Рентабельность EBITDA, %	7,2	6,8	6,1
Чистая прибыль, млн руб.	21 016	34 086	4 850
Рентабельность чистой прибыли, %	2	1,4	0,9

* составлено авторами на основании данных, представленных в официальной отчетности организаций [5, 6, 7]

Набольший объём полученной выручки зафиксирован у АО «Тандер» — это 2 314 387 млн руб. Ближайший конкурент – ООО «Агроторг», выручка которого составила 2 002 786 млн руб. Наименьшие финансовые показатели наблюдаются у ООО «Лента» - 537 401 млн руб. По росту выручки лидирует ООО «Агроторг» - за последний год она выросла на 18,2 %, у АО «Тандер» прирост составил 11,21 %, а у ООО «Лента» - 11,1 %.

Показатели EBITDA и чистой прибыли аналогичны, лидером по этим критериям остаётся АО «Тандер». При этом, показатели рентабельности говорят об устойчивых позициях ООО «Агроторг» - рентабельность EBITDA составила 7,2 % против 6,8 % у АО «Тандер», а чистая прибыль – 2 %, против 1,4 у ближайшего конкурента. Следовательно, несмотря на то, что у АО «Тандер» зафиксирована самая высокая выручка за 2023 год, по показателям рентабельности деятельность ООО «Агроторг» является более эффективной.

На основании ключевых показателей эффективности деятельности основных торговых сетей возможно составить матрицу бенч-маркетинга (рисунок 3).

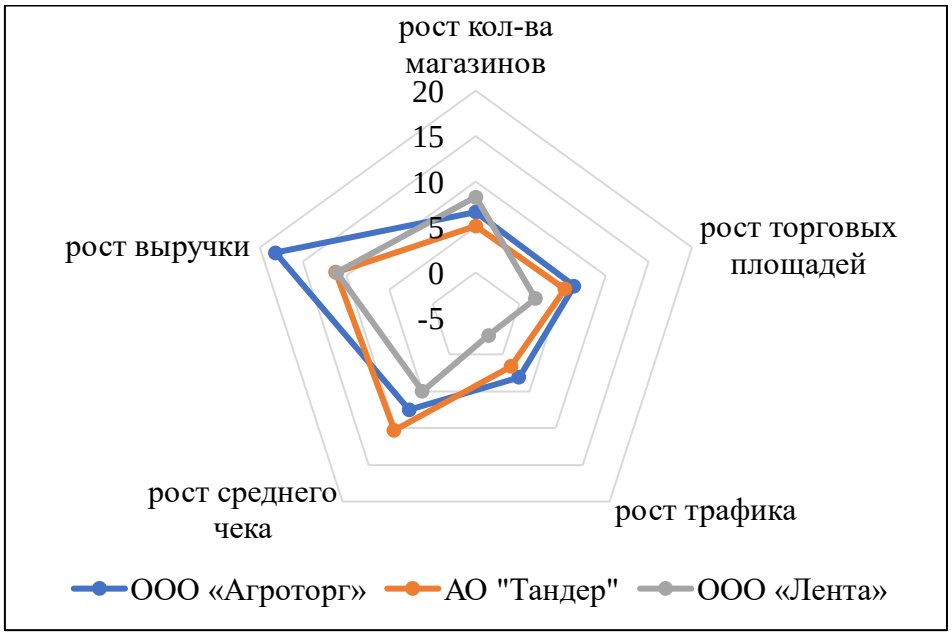


Рисунок 3 – Матрица бенч-маркинга основных продуктовых ретейлов

Матрица бенч-маркинга подтверждает, что АО «Тандер» является наиболее эффективной торговой сетью на рынке российского продуктового ретейла, однако ООО «Агроторг» является более конкурентоспособной организацией по росту трафика и торговых площадей, а также обладает наибольшей рентабельностью чистой прибыли.

Для повышения конкурентоспособности АО «Тандер» рекомендуются следующие мероприятия:

- улучшение качества сервисного обслуживания в торговых точках АО «Тандер»;

- проведение масштабной и эффективной политики в области подготовки персонала, что представляет собой особую форму вложения капитала;

- оптимизация логистической системы, строгое соблюдение заключенных договоров на поставку товара.

Список литературы:

1. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебник / А. Ю. Юданов. – М.: ГНОМ и Д, 2020. – 304 с.
2. Актуальные проблемы экономического развития России: Монография / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. – 124 с.
3. Бармина, Э. Э. Актуальность системного подхода в построении организационной структуры продаж / Э. Э. Бармина, Е. В. Писарева // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы докладов пленарного заседания VIII Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию учебного заведения, Пермь, 31 октября 2019 года. – Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. – С. 87-92.
4. Вечеря, О. Н. Оценка факторов устойчивости и эффективности торгового бизнеса в России В сборнике: Прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции: в 4 частях. – 2017. – С. 255-261.
5. X5 Group. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://www.x5.ru/ru/about/ (дата обращения: 08.10.2024).
6. ПАО «Магнит». Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://www.magnit.com/ru/ (дата обращения: 08.10.2024).
7. ООО «Лента». Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://b2b.lenta.com/#rec738684482 (дата обращения: 08.10.2024).

Ильин Роман Вадимович
старший преподаватель
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Аннотация: в современном мире туризм является важной частью экономики, и эффективное управление туристическим комплексом требует использования современных цифровых технологий и программных продуктов. Программное обеспечение для туристических комплексов играет ключевую роль в оптимизации процессов, повышении качества обслуживания и увеличении прибыли. В данной статье представлена классификация и основные преимущества использования программного обеспечения в туристическом комплексе.

Ключевые слова: туристический комплекс, туристическое программное обеспечение, туризм, автоматизация бизнес-процессов.

TOURISM COMPLEX SOFTWARE

Abstract: in the modern world, tourism is an important part of the economy, and effective management of the tourist complex requires the use of modern digital technologies and software products. Software for tourist complexes plays a key role in optimizing processes, improving the quality of service and increasing profits. This article presents the classification and main advantages of using software in the tourist complex.

Keywords: tourist complex, tourist software, tourism, automation of business processes.

Туризм является одной из самых быстрорастущих отраслей экономики и с каждым годом возрастают требования к качеству предоставляемых услуг. Эффективное управление туристическим комплексом требует использования современных информационных технологий, позволяющих оптимизировать процессы и предлагать клиентам уникальный опыт. Программное обеспечение становится краеугольным камнем в организации работы туристического бизнеса, начиная от систем бронирования и заканчивая управлением взаимоотношений с клиентами.

Среди многообразия видов программного обеспечения можно выделить несколько категорий, используемых в туристических комплексах [1, 6].

- Системы управления бронированием (PMS) позволяющие управлять процессами бронирования номеров, услуг и мероприятий, а также автоматизируют работу с клиентами и позволяют минимизировать ошибки.

- Системы управления отношениями с клиентами (CRM) помогают туристическим комплексам изучать и анализировать потребности своих клиентов, а также управлять взаимодействием с ними и повышать уровень обслуживания.

- Финансовые и бухгалтерские программы (1С) позволяют эффективно управлять финансами, контролировать расходы и доходы, а также формировать отчёты.

В туристических комплексах используется разнообразное программное обеспечение, которое помогает оптимизировать управление, улучшить обслуживание клиентов и повысить эффективность работы. На рисунке 1

представлена классификация программного обеспечения туристического комплекса.

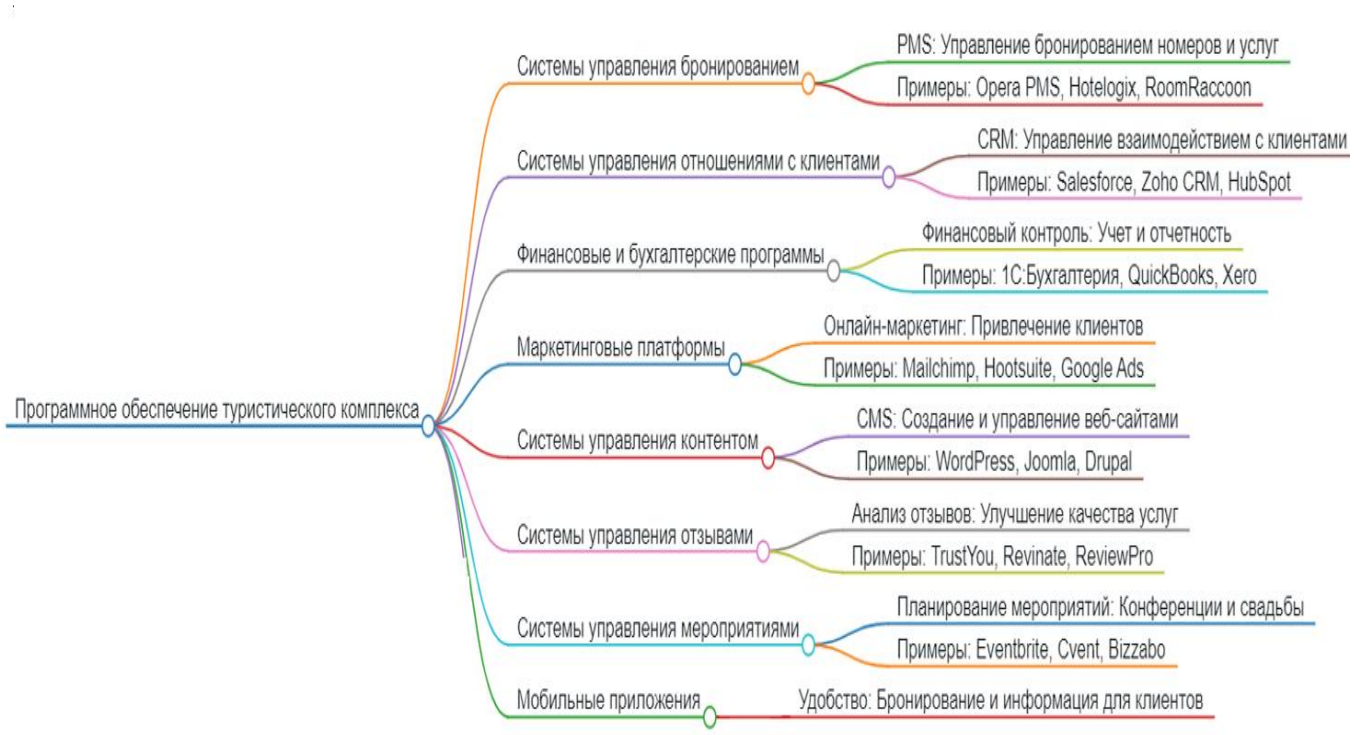


Рисунок 1 – Классификация программного обеспечения туристического комплекса [3]

Автоматизация бизнес-процессов является одной из основных тенденций в разработке программного обеспечения для туристической отрасли. Использование искусственного интеллекта (AI) и технологий Big Data открывает новые горизонты в туристической сфере. AI анализирует большие объемы данных, помогая определять предпочтения клиентов и прогнозировать спрос на определённые услуги, что позволяет компаниям предлагать более релевантные пакеты и мероприятия, а также эффективно управлять ресурсами.

Использование специализированного программного обеспечения в туристическом комплексе приносит множество преимуществ: во-первых, позволяет автоматизировать рутинные задачи, такие как бронирование, выставление счетов и управление запасами, что освобождает время сотрудников для более важных задач; во-вторых, современные системы позволяют собирать и анализировать данные о клиентах, что помогает

принимать обоснованные решения и разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии. Автоматизация и оптимизация процессов помогает снизить операционные затраты, что положительно сказывается на прибыли [2, 5].

При выборе программного обеспечения для туристического комплекса важно учитывать не только функциональные возможности, но и общую стоимость владения, удобство использования и возможность интеграции с другими системами. Системы автоматизации представляют собой программные решения, предназначенные для оптимизации различных процессов в туристической отрасли.

На рисунке 2 представлен функционал современных программ по автоматизации туристической деятельности, используемых в России.

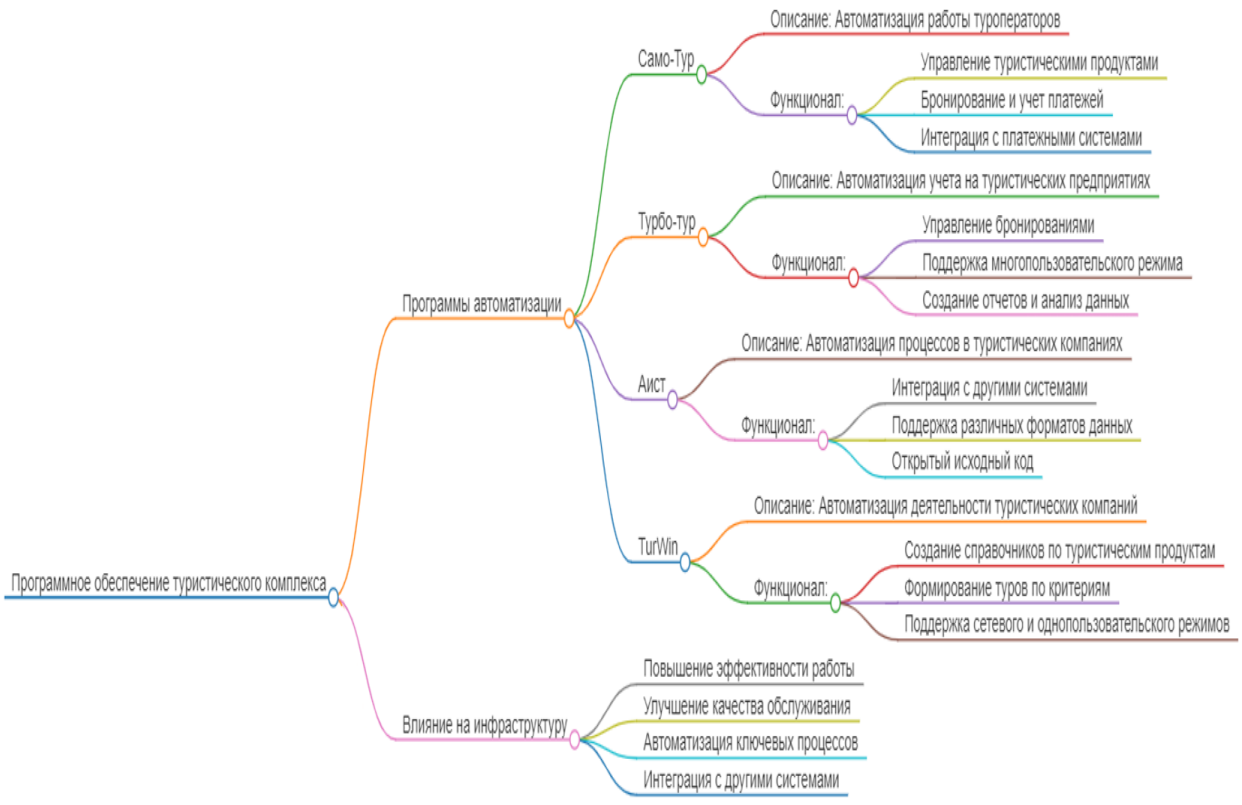


Рисунок 2 – Функциональные возможности программ по автоматизации туристической деятельности [3, 4]

Внедрение программного обеспечения в туристический комплекс должно основываться на [7]:

- анализе потребностей и необходимости определения, какие функции и возможности необходимы комплексу;

- выборе ПО, которое соответствует требованиям и бюджету комплекса;

- степени профессиональных навыков сотрудников по работе с ПО;

- анализе технического оснащения комплекса.

Программное обеспечение туристических комплексов на сегодняшний день является инструментом для успешного управления и развития бизнеса и помогает улучшить качество обслуживания, оптимизировать процессы и повысить конкурентоспособность. В условиях быстро меняющегося рынка туризма, использование современных технологий становится залогом успеха и устойчивого роста. Программное обеспечение играет ключевую роль в развитии туристических комплексов, позволяя им адаптироваться к современным требованиям и ожиданиям клиентов. Внедрение новых технологий способствует автоматизации процессов, повышению качества обслуживания и эффективности управления. В дальнейшем важно не только развивать и внедрять инновации, но и обучать сотрудников работать с новым ПО, чтобы максимально использовать его потенциал.

Список литературы:

1. Алексанков, А. М. Цифровые инструменты оценки качества туристических услуг / А. М. Алексанков // Национальная концепция качества: государственная и общественная защита прав потребителей : Сборник тезисов докладов международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 30 сентября–01 октября 2019 года / Под редакцией Е. А. Горбашко. – Санкт-Петербург : ООО «Редакционно-издательский центр «КУЛЬТ-ИНФОРМ-ПРЕСС»», 2019. – С. 212-216.

2. Гладкий, А. В. Информационное, компьютерное и программное обеспечение мультимедийных технологий туристического предприятия / А. В. Гладкий // Туризм и гостеприимство в мейнстриме цифровой экономики : Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции, НИУ «БелГУ, 17 апреля 2020 года / Отв. Редактор О. К. Слинкова. – НИУ «БелГУ» : Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2020. – С. 13-18.

3. Официальный сайт «CRMindex» [Электронный ресурс]. – URL: https://crmindex.ru/for/travel (дата обращения: 03.10.2024).
4. Официальный сайт «САМО-турагент – автоматизация турагентства, CRM для турагентств» [Электронный ресурс]. – URL: https://samo.ru/touragent.html (дата обращения: 03.10.2024).
5. Ракитин, А. Ю. Автоматизированная система управления взаимоотношениями с клиентами в отрасли туризма / А. Ю. Ракитин, Ю. Г. Ларченко // Трансформация информационно-коммуникативной среды общества в условиях вызовов современности : Материалы II Международной научно-практической конференции молодых учёных, Комсомольск-на-Амуре, 30 ноября–01 декабря 2023 года. – Комсомольск-на-Амуре : Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2023. – С. 282-285.
6. Таймазова, Э. А. Автоматизированные системы управления бизнес-процессами гостиничного хозяйства / Э. А. Таймазова // Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития : Сборник научных трудов. – Симферополь : ИП Хотеева Л. В., 2021. – С. 365-371.
7. Таймазова, Э. А. Роль автоматизации бизнес-процессов управления предприятий туристической сферы / Э. А. Таймазова // Учёные записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2018. – № 4(62). – С. 160-165.

Кабулов Аброр Ахорович
кандидат экономических наук, доцент
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Ташкент, Узбекистан

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация: в данный момент в Узбекистане региональный потребительский рынок, благодаря повсеместному использованию информационно-коммуникационных и цифровых технологий, стал эффективно развиваться почти во всех отраслях и сферах национальной экономики. Повсеместное радикальное реформирование экономики республики привело к тому, что в последнее время региональный потребительский рынок овладел возможностью плодотворного использования рынка как на территории своей страны, так и за её пределами. Это является предпосылкой для дальнейшей глобализации и трансформации национальной экономики.

Ключевые слова: региональный потребительский рынок, трансформация, цифровизация, торговля, товары и услуги.

CONSUMER MARKET OF THE REGIONS OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN IN THE CONDITIONS OF DIGITIZATION

Abstract: news, in Uzbekistan, the regional consumer market, thanks to the widespread use of information, communication and digital technologies, has begun to develop effectively in almost all industries and spheres of the national economy. The widespread radical reform of the republic's economy has led to the fact that recently the regional consumer market has mastered the possibility of fruitfully using the market both on the territory of its country and abroad. This is a prerequisite for further globalization and transformation of the national economy.

Keywords: regional consumer market, transformation, digitalization, trade, goods and services.

В настоящее время доля регионального потребительского рынка составляет более 90 % всего розничного товарооборота страны, а ¾ этого показателя приходится на импортные товары. Здесь надо отметить, что доля импортных продуктов питания, обеспечивающих экономическую безопасность страны, оценённая международными экспертами, составляет около 40 %, что является негативным явлением, т. к. показатели импорта товаров резко увеличились, и это повлияло на экспортную составляющую нашего государства [2, с. 112]. В результате этого возникла проблема учёта и регулирования этим процессом, приведшая к тому, что роль государственного регулирования готовых поставок ощутимо ослабла. В результате проводимых государством реформ в направлении развития регионального потребительского рынка товаров и услуг очень важное значение приобретает инновационность, технологичность и цифровизация. Принимаемые меры на уровне Правительства республики по применению цифровых технологий на региональном потребительском рынке приведут к возможности поднять уровень развитие национальной экономики республики.

Основываясь на передовых информационно-коммуникационных и цифровых технологиях, региональный потребительский рынок может повлиять на весь экономический рынок, который стал инновационным продуктом устойчивого развития государства. После проведения всеобщего анализа существующих недостатков в области освоения технологий, можно сказать, что цифровизация на региональном потребительском рынке на данный момент времени претерпевает самое пристальное внимание со стороны всех

экономических структур, что несомненно даст импульс к эффективному использованию современные информационных и цифровых технологий, и это уже подтверждается.

Для развития регионального потребительского рынка невозможно получить положительные результаты, если не учитывать и не изучать политические, экономические, социальные и прочие направления жизнедеятельности, которые напрямую влияют на прогресс. Развитие регионального потребительского рынка на основе цифровой экономики является итогом принятой Правительством Программы на государственном уровне, основанной на новых инновационных направлениях и её отдельных структурах. С этой целью государством проводится большая продуктивная работа, по использованию цифровых технологий в этой сфере экономики [1, с. 2].

Руководитель нашего государства, обращаясь к народу и Олий Мажлису Республики Узбекистан, сказал: «Сегодня одно из важных направлений в работе Правительства республики заключается в том, чтобы подрастающее поколение было подготовлено к революционным преобразованиям, которые происходят в мире в области развития и освоения современных технологий и применения их во всех сферах экономики» [1, с. 4].

В связи с вышеизложенным надо констатировать, что государственные органы управления тщательно контролируют процесс внедрения и использования передовых, современных цифровых и информационных технологий в национальную экономику, и в частности, в развитие регионального потребительского рынка нашей страны. В нашей жизни по первому требованию человека глобальные сети используются всегда и во всём, и это стало существенным, сложившимся устоем почти всех людей на нашей планете, особенно это сказалось в связи с распространением кароновируса, который охватил почти всю нашу планету. Наша страна, как и многие другие развивающиеся страны, ощущают некоторые проблемы в использовании и совершенствовании цифровых и информационных технологий. На

сегодняшний период времени телекоммуникационная инфраструктура и связь развиваются у нас ещё не на достаточно высоком требуемом уровне.

В настоящее время предприниматели главной своей задачей и целью в своей работе рассматривают вопросы, связанные с уровнем знаний и обладанием навыком работы с цифровыми технологиями своих кадров, что является фактором эффективного развития человеческого капитала и всей национальной экономики в целом. Более широко использовав возможности практического применения полученных цифровых навыков, можно при условии необходимого сосредоточения обучения кадров современным средствам вычислительной техники, предоставить возможность образовательным учреждениям учитывать это в своих учебных процессах. Надо иметь в виду, что у нас в стране использование современных технических средств и цифровых навыков находится пока не на желаемом уровне, что несомненно сказывается на пользовании станций связи, которое влияет на возможность применения цифровых технологий, в данном случае сегодня, на региональном потребительском рынке. Например, в стране на сегодняшний день есть насущные вопросы, связанные с тем, что в регионах одна базовая станция обслуживает одновременно только 10 тысяч человек, К примеру, в Беларуси этот показатель намного выше, т. е. более 200 тысяч человек, а в соседней Республике Казахстан и того больше – около 600 тысяч [2, с. 22].

Жители страны ещё недостаточно владеют знаниями в цифровых вопросах, что является серьёзным препятствием и большой проблемой для цифровой трансформации. На региональный потребительский рынок очень сильное влияние оказывает цифровая грамотность, которая по Узбекистану в целом не вызывает положительных эмоций, т. к. в районах областей страны показатель владения навыками в использовании современной вычислительной техники намного ниже, чем в городах. Для того чтобы поднять уровень грамотности цифрового использовании в региональном потребительском рынке, необходимо повысить требования и уровень преподавания в учебных заведениях и эффективно обучать будущих предпринимателей и бизнесменов в

умении использовать в своей повседневной работе цифровые и информационные технологии.

Поэтому, на наш взгляд, Правительству республики необходимо вести более активную работу по решению вопросов оснащения образовательных учреждений в регионах страны современным техническим и технологическим оборудованием, а также использовать различные пути приглашения иностранных граждан, специалистов в этой области для обучения и правильного, умелого использования и овладения навыками работы с цифровыми технологиями, что сразу же положительно скажется на повышении уровня регионального потребительского рынка.

По нашему мнению, существенное влияние на повышение цифровых навыков на региональном потребительском рынке окажет решение вопросов, связанных с использованием инновационных подходов в компьютерных технологиях, от которого непосредственно зависит качество образования обучающихся.

Сегодня в нашей стране главной стратегической задачей является, как можно эффективнее и быстрее решить вопросы ускоренного внедрения цифровых технологий на региональном потребительском рынке, благодаря качественному увеличению мобильных услуг глобальных сетей. В настоящее время, Интернет в Узбекистане используется в регионах не очень продуктивно по причине недостаточного обеспечения цифровыми ресурсами, что очень негативно отражается на региональном потребительском рынке. Как одному из эффективных способов регулирования на региональном рынке потребительских услуг особое место отводится маркетинговым услугам. Одним из способов в улучшении конъюнктуры отдельных сегментов являются методы социологического обследования.

Совершенствование нормативно-правовой базы является одним из существенных направлений в эффективном использовании новых цифровых направлений на региональном потребительском рынке.

Региональный потребительский рынок в результате использования инноваций, цифровых и информационных технологий бесспорно должен повлиять на развитие национальной экономики. В таком случае неизбежно выявление всевозможных негативных препятствий, которые необходимо избежать и соответственно появится надобность в проведении ряда действий, а именно:

- внедрять и применять цифровые технологии необходимо как можно быстрее и, эффективнее ими управлять на региональном потребительском рынке;

- использовать необходимые способы применения и соблюдения нормативно-правовых норм;

- для эффективного определения перечня товаров и услуг, пользующихся наибольшим спросом на региональном потребительском рынке, необходимо эффективнее осуществлять применение именно цифровых технологий.

В заключение надо сказать, что, на наш взгляд, очень правильно было бы в настоящее время в Узбекистане главный акцент ставить на дальнейшем развитии и эффективном использовании современных средств цифровых и информационных технологий в национальной экономике, и на региональном потребительском рынке, в частности.

Список литературы:

1. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О мерах по обеспечению поддержки потребительского рынка в сфере реального сектора экономики» от 31 декабря 2022 г. № 288 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.lex.uz/Pages/GetAct.aspx?lact_id=143620 (дата обращения: 5.09.2024).

2. Садыков, А. И. Особенности управления качеством на региональном потребительском рынке. – Т. : Из-во: «Мехнат», - 2023. – 380 с.

Карабаева Гулнора Шарафитдиновна
доктор философии по экономическим наукам, доцент
Ташкентского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова,
г. Ташкент

ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ[1]

Аннотация: в статье рассматривается роль финансовой грамотности в решении актуальной стратегической задачи по обеспечению благосостояния народа через развитие предпринимательства. Исследуется зависимость уровня финансовой грамотности от образования и возраста, а также зарубежный опыт проведения уроков финансовой грамотности для безработных и нуждающихся с последующим вовлечением их в сферу бизнеса.

Ключевые слова: финансы, бедность, грамотность, образование, население, благосостояние.

INCREASING FINANCIAL LITERACY IN STRATEGIC DEVELOPMENT

Abstract: the article discusses the role of financial literacy in solving the urgent strategic task to ensure the well-being of the people through the development of entrepreneurship. The dependence of the level of financial literacy on education and age is studied, as well as foreign experience in conducting financial literacy lessons for the unemployed and those in need with their subsequent involvement in the business sector.

Keywords: finance, poverty, literacy, education, population, welfare.

В последнее время вопрос о повышении уровня благосостояния народа становится главным приоритетом развития Узбекистана. Стратегия «Узбекистан – 2030» предусматривает скачок на новый уровень системы дошкольного образования и расширение охвата высшим образованием, особенно доведение уровня охвата молодёжи высшим образованием не менее, чем до 50 процентов, что обосновывает актуальность выбранной темы исследования.

Тенденции развития интеграции в мировые социально-экономические процессы определяют необходимость перестройки отечественной системы образования во всех её звеньях. Здесь неоценима роль человеческих ресурсов,

[1] Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан

как главного богатства любого общества, движущего его к социальному прогрессу и устойчивой экономике [1].

Образование, скорее именно повышение финансовой грамотности, играет ключевую роль в сокращении бедности, поскольку оно является мощным инструментом для улучшения экономического и социального положения человека.

Тема повышения благосостояния народа всегда занимала ведущее место в работах зарубежных и отечественных учёных.

Так, Друкер П. Ф. описывает знание как способность применять информацию в конкретной сфере деятельности [2].

Философия Кийосаки основана на идее, что финансовая грамотность имеет решающее значение для достижения финансовой свободы [3].

Появление в последнее время большого количества публикаций, посвящённых исследованию роли финансовой грамотности в решении актуальной стратегической задачи обеспечения благосостояния народа, свидетельствует о том, что проблема является актуальной и требует дальнейшего изучения.

В 2020 году в стране была начата масштабная работа по повышению благосостояния населения. До этого времени 7,5 миллиона человек (23 %) населения проживали в бедности [5]. После пандемии в республике стали принимать решения по смягчению финансового, энергетического и продовольственного кризиса, который отразился на уязвимых группах населения по всей стране. Активно принимаются меры по борьбе с бедностью, безработицей. Так как без эффективной социальной защиты бедность может переходить от поколения к поколению.

По данным Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан исследован объём реального совокупного дохода на душу населения по регионам. За прошедшее время население выросло на 3,7 млн чел., а уровень бедности был повышен в 1,5 раза. Несмотря на это, за счёт обеспечения доходами 3,5 млн человек по итогам 2023 года уровень бедности

удалось сократить до 11 %. Так, 2,2 млн человек получили социальную помощь. Это в 4,5 раза больше прошлогодних показателей. Пенсионерам повысили пенсию в 1,5 раза [5].

Быстро развивается социальная инфраструктура городов и сёл, растёт количество детских садов, школ и медицинских учреждений.

В 2021 году молодым семьям были выданы льготные кредиты под сельскохозяйственные работы. Но во многих областях благосостояние жителей незначительно изменилась, можно сказать в некоторых районах даже повысился уровень бедности. Значит, деньгами решить вопрос бедности невозможно.

Однако, молодёжь всегда стремится жить лучше и тратит на это много сил и энергии. Таким образом, правильная мотивация и стимулирование молодых специалистов может стать движущим локомотивом развития страны [4].

В целях разрешения проблемы многие предприятия объявили о вакансиях с зарплатой до 5 млн сумов, однако у бедных семей нет необходимых знаний и навыков. 43 % замужних женщин не имеет возможности работать по причине ухода за детьми. И таких проблем всегда хватает. Каким образом решить эти вопросы?

Экономическую активность молодёжи и уровень занятости связывают, в первую очередь, с уровнем образования, поскольку именно оно характеризует качество рабочей силы [6].

За последние годы молодёжь активнее интересуется финансами, но не ладит с математикой, а значит и не может правильно составить свой финансовый план.

Исследования показали, что население старше 35 лет более просвещённое по финансам, нежели молодые. Также определено, что женатые и замужние по необходимости самообучаются финансовой грамотности быстрее холостых.

Накопления в сфере человеческого капитала являются основой для улучшения личного благосостояния, содействия занятости, увеличения дохода и содействия экономическому росту [7].

Обучение финансовой грамотности – это образовательный процесс, включающий компоненты финансовой грамотности (рисунок 1).

Рисунок 1 – Основные компоненты финансовой грамотности

Курсы финансовой грамотности можно проводить в школах, причём рекомендуется с первого класса и на специальных тренингах для взрослых. Тренинги увеличивают объём знаний и способствуют развитию практических умений и навыков у слушателей [8].

В целом, образование является фундаментом для устойчивого развития, поскольку оно открывает перед людьми новые возможности и помогает им найти своё дело. Инвестиции в образование приносят долгосрочные выгоды не только отдельным людям, но и обществу в целом.

Список литературы:

1. Karabaeva, G. (2023). Ta’lim sifatini takomillashtirishdan barqaror o‘sishga qadar. Iqtisodiyot Va ta’lim, 24(6), - pp. 211-216. https://doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss6/%x.

2. Peter, F. Drucker. The Future of Industrial Man: A Conservative Approach. New York: The John Day Company. – 1942.

3. Rich Dad Poor Dad: What the Rich Teach Their Kids About Money That the Poor and Middle Class Do Not, by Robert Kiyosaki and Sharon Lechter. Warner Business Books, 2000.

4. Карабаева, Г. Ш. Современные тренды развития высшего образования в Узбекистане / Г. Ш. Карабаева // Цифровой контент социального и экосистемного развития экономики: Сборник трудов III международной научно-практической конференции, Симферополь, 10 ноября 2023 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2023. – С. 218-220. – EDN ZKEBCC.

5. Статистические данные агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан. [Электронный ресурс]. – URL: https://stat.uz/uz/ (дата обращения: 24.09.2024).

6. Таджиева, Д. Р. Ключевые тендеции, влияющие на уровень жизни в эпоху цифровой экономики / Д. Р. Таджиева // Социально-экономическое и экологическое развитие приграничного региона: возможности и вызовы: Материалы IV Международной научно-практической конференции, Смоленск, 12 февраля 2024 года. – Смоленск: Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, 2024. – С. 167-171. – EDN OVVAOH.

7. Чень, В. Инвестиции в образование семьи и равенство в получении образования (на основании перспектив Китайской инклюзивной финансовой политики) / В. Чень // Учёные записки НТГСПИ. Серия: Педагогика и психология. – 2022. – № 4. – С. 75-85. – EDN WRAGIG.

8. Шахназарова, Н. В. Значение интерактивных педагогических технологии в формировании гармонично развитой личности / Н. В. Шахназарова // Система наставничества как инструмент кадрового обеспечения экономики: Сборник материалов Международной научной конференции, Брянск, 01–30 апреля 2023 года / Редакционный совет: Г. И. Авдеенко, О. Е. Никонец, С. Г. Дмитриев. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2023. – С. 157-160. – EDN GOHHDJ.

Киреева Марина Михайловна
кандидат экономических наук, доцент
Ивановского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Иваново

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ АТТРАКТИВНОСТИ ГОРОДА

Аннотация: в статье представлено описание проектного решения развития туристской аттрактивности малого города с использованием таких

инструментов как макетирование и/или моделирование. Отмечено, что историко-культурная составляющая развития территории может стать ключевым элементом культурного кода города. Представлен эскиз-макет утраченного инфраструктурного элемента города (крепости), разработанный по существующим описаниям историков и краеведов. Сделан вывод о перспективности реализации предложенного проектного решения для привлечения туристов в город.
Ключевые слова: макет, туризм, культурный ресурс, развитие, город.

FORMATION OF A PROJECT SOLUTION FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST ATTRACTION OF THE CITY

Abstract: the article presents a description of the design solution for developing the tourist attractiveness of a small city using such tools as modeling and/or modeling. It is noted that the historical and cultural component of the territory development can become a key element of the cultural code of the city. A sketch-model of the lost infrastructure element of the city (fortress) is presented, developed based on existing descriptions of historians and local historians. A conclusion is made about the prospects for implementing the proposed design solution to attract tourists to the city.
Keywords: model, tourism, cultural resource, development, city.

Многоаспектное изучение существующего положения города Юрьевец показывает очевидную недооценку структуры и содержательности культурных ресурсов этого города, долго участвовавшего в формировании локальной и общероссийской истории государственности, и её особой культурной идентичности. Такая ситуация существенно тормозит эффективное развитие Юрьевца.

Оживление туристской деятельности, учитывающей должным образом историко-культурную ресурсную привлекательность Юрьевца, откроет новые перспективы для развития одного из древнейших городов на Волге. Решение стоящих перед городом задач может быть связано с разработкой новых проектных решений развития туристско-экскурсионной сферы. Туристическая аттрактивность Юрьевца весьма актуальна для самого города, для Кинешемской агломерации, для Ивановской области, да и для всего Волжского бассейна.

Главными объектами города Юрьевец являются достопримечательности и объекты городской инфраструктуры, которые имеют преимущественно белый цвет в экстерьере, что соответствует историческому названию «Белый город». Кроме того, в городе сохранилось место под названием «Белый город» - одно из живописнейших мест, имеющих историческую ценность, он создавался как опорная крепость Юго-Восточной Руси, представляет собой памятник архитектуры XVII века, памятник природы, археологии [1].

«Белый город» может стать основой культурного кода, основой для развития организаций туристско-экскурсионной сферы города Юрьевец Ивановской области, так как является одним из наиболее старинных и достопримечательных мест в Юрьевце. Основание этой крепости произошло в 60-х годах 17 столетия. На сегодняшний момент в Юрьевце есть возможность увидеть только сохранившиеся рвы и валы самой последней крепости, которая и сегодня носит название «Белый город». Подробное описание крепости представлено на сайте Юрьевца [3]. Однако существуют и другие описания ранее существовавшей крепости. Учитывая мнения краеведов, историков и местных жителей, возможно воссоздать «Белый город» в виде макета.

Архитектурный макет Белого города – это уменьшенная объёмно-пространственная копия ансамбля крепости. Архитектурный макет необходимо изготовить в макетной мастерской по заранее разработанному проекту. Макетная мастерская сегодня – это самые передовые технологии и высококвалифицированные специалисты. Макет будет включать миниатюры каменных и деревянных башен, крепостных стен, ворот, надвратной церкви, земляных валов, а также элементы внутреннего пространства крепости, возможно изготовление миниатюр людей. Макетирование – это довольно сложный и творческий процесс, в результате которого возникает проектное решение не только внешнего, но и внутреннего объёма объекта.

Маленькие копии сложных объектов вызывают восторг у людей и являются эффективным инструментом привлечения внимания. Макет «Белый город» позволит туристам познакомиться с древней крепостью в мельчайших

деталях. В макет можно включить другие здания городам Юрьевец. Макет нужно сделать с подсветкой для того, чтобы посетители могли увидеть ночной макет города. На рисунке 1 представлен созданный эскиз-проект макета Белого города. В макет можно включить и другие здания города Юрьевец.

Альтернативным вариантом может быть создание виртуальной модели Белого города в Internet-пространстве с использованием технологий моделирования. Необходимо отметить, что данное направление только развивается, и подобные модели создаются для крупных городов и исторических центров, но и моделирование малых городов и их пространств, по нашему мнению – весьма перспективное направление в условиях развития цифровых технологий.

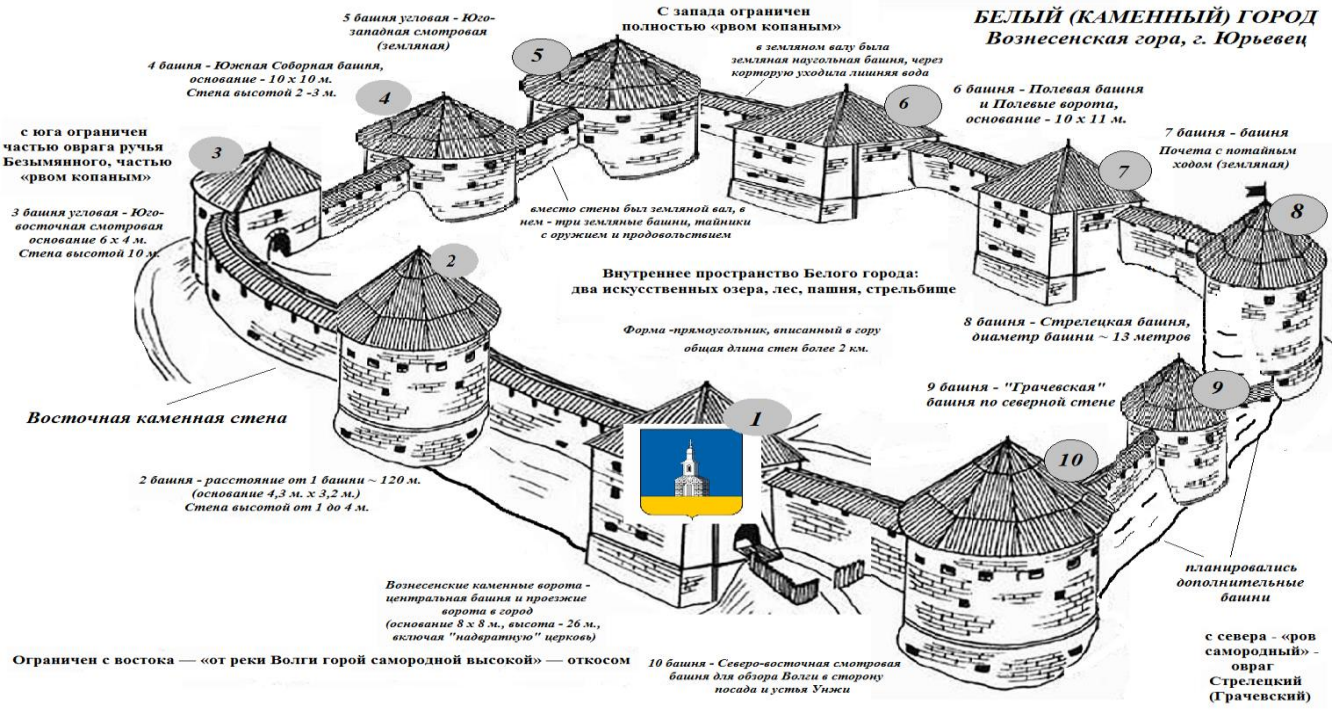


Рисунок 1 – Эскиз макета крепости «Белый город» в г. Юрьевец

Источник: разработано автором статьи по материалам [2]

Список литературы:

1. Киреева, М. М. Современное состояние и направления развития туристской инфраструктуры в г. Юрьевец и Юрьевецком муниципальном районе / М. М. Киреева // Инновационные аспекты развития сервиса и туризма : Сборник трудов XI международной научно-практической конференции. – Ставрополь, 19–21 апреля 2023 года. – Ставрополь : ООО «СЕКВОЙЯ», 2023. – С. 137-141. – EDN IFYMOE.

2. Крепость «Белый город» [Электронный ресурс]. – URL: https://www.votpusk.ru/country/dostoprim_info.asp?ID=14287 (дата обращения: 22.08.2024).
3. Официальный сайт г. Юрьевец [Электронный ресурс]. – URL: https://yurevets37.ru/gosudarstvennye-kreposti-jurevca (дата обращения: 22.08.2024).

Кожушкина Ирина Владимировна
младший научный сотрудник
Пермского государственного аграрно-технологического университета им. академика Д. Н. Прянишникова,
г. Пермь

САНАТОРНО-КУРОРТНЫЙ КОМПЛЕКС КАК ОБЪЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация: улучшение социально-экономических условий жизни населений закономерно обусловлено мерами государственной политики в сфере здравоохранения и санаторно-курортного лечения. Растущий спрос на лечебно-оздоровительные услуги связан с полноценной реализацией каждого человека в профессиональной и социальной сферах, обеспечением функциональной возможности организма эффективно участвовать в разнообразных видах трудовой, досуговой, культурной деятельности.
Ключевые слова: санаторно-курортный комплекс, национальные программы, проекты, стратегия развития санаторно-курортного комплекса.

SANATORIUM AND RESORT COMPLEX AS AN OBJECT OF PUBLIC ADMINISTRATION

Abstract: the improvement of the socio-economic living conditions of the population is naturally due to measures of state policy in the field of healthcare and sanatorium treatment. The growing demand for medical and wellness services is associated with the full realization of each person in the professional and social spheres, ensuring the functional ability of the body to effectively participate in various types of labor, leisure, and cultural activities.
Keywords: sanatorium-resort complex, national programs, projects, development strategy of the sanatorium-resort complex.

Государственная программа «Развитие здравоохранения» [1] направлена на улучшение медико-социальных показателей состояния здоровья населения. Значимость сохранения и развития человеческого капитала отражена в стратегиях социально-экономического развития страны и субъектов РФ. Поэтому названная выше программа детализируется в 9 федеральных проектах

и 8 ключевых направлениях (подпрограмм), среди которых следует отметить «Развитие медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения, в том числе детей». Данная подпрограмма координирует действия восьми ответственных министерств и ведомств, направлена на увеличение продолжительности жизни населения. Особо обращают на себя внимание задачи, к которым отнесены разработка и внедрение новых организационных моделей, а также поддержка развития инфраструктуры системы санаторно-курортного лечения и медицинской реабилитации [1]. Стратегия развития санаторно-курортного комплекса РФ включает в сам комплекс три базовых элемента: территориальный, производственный, научно-образовательный. Целью является обеспечение доступности санаторно-курортного лечения и реализации государственной политики по ресурсосбережению в области природных лечебных ресурсов, являющихся основой в процессе оказанию лечебно-оздоровительных услуг. В качестве первой задачи названо совершенствование системы государственного регулирования развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации [6].

Подобные формулировки стратегически значимых законов свидетельствуют о необходимости изменения концепции государственного управления санаторно-курортным комплексом с учётом текущего состоянии санаторно-курортных организаций и актуальных трендов долгосрочного влияния на его развитие.

Анализ научной литературы по объекту исследования позволяет выделить некоторые проблемы и ограничения государственного управления санаторно-курортным комплексом [2, 3, 4, 5]:

- растущий спрос населения ограничен ёмкостью рынка и низкой инвестиционной привлекательностью санаторно-курортных организаций, не позволяющей обеспечивать полное соответствие цены и качества услуг;

- технологические, цифровые, научные и кадровые элементы институциональной среды в регионах нуждаются в совершенствовании для поддержания устойчивого развития курортной медицины;

- обеспечение диверсификации лечебно-оздоровительных услуг предполагает координацию и сотрудничество региональных органов власти с руководителями крупных здравниц, которые являются лидерами рынка;

- адаптация государственной поддержки должна обеспечиваться качеством предпринимательской инициативы управления здравницами и рациональными решениями, направленными на стратегическую перспективу.

Изучение основных показателей функционирования санаторно-курортных комплексов позволяет сделать вывод о наличии ряда тенденций, которые слабо поддаются влиянию применяемых инструментов и механизмов государственного управления:

- накопленный убыток большинства региональных санаторно-курортных организаций сдерживает внедрение прогрессивных технологий и оборудования в лечебно-оздоровительный процесс;

- сокращение рыночного предложения должно быть ориентиром для мер государственной поддержки стабильно функционирующих здравниц, удерживающих баланс качественных и количественных параметров лечебно-оздоровительных услуг;

- дотационная поддержка санаторно-курортных организаций должна сочетаться с инструментами и механизмами государственного регулирования спроса.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что необходимо изменение концепции государственного управления санаторно-курортным комплексом в соответствии с его усиливающейся ролью в обеспечении высоких медико-демографических показателей.

Список литературы:

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие здравоохранения» утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2017 г. № 1640 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Развитие здравоохранения”».

2. Оборин, М. С. Стратегическое планирование развития сферы туризма и рекреации на федеральном уровне / Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14. - № 1. – С. 35-43.

3. Бабушкина, С. В. Стратегические альтернативы развития регионов с курортно-рекреационной специализацией / С. В. Бабушкина, В. М. Кицис, М. С. Оборин, Т. И. Спатарь-Козаченко, Г. М. Чудайкина. Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14. - № 1. – С. 68-78.

4. Оборин, М. С. Стратегия развития туристско-рекреационной деятельности: региональный аспект / М. С. Оборин, И. А. Митрофанова. Региональная экономика. Юг России. – 2018. - № 2 (20). – С. 49-57.

5. Оборин, М. С. Исследование методов оценки конкурентоспособности регионального санаторно-курортного комплекса / М. С. Оборин, Т. А. Нагоева. Экономический анализ: теория и практика. – Т. 17. - № 11. – 2018. – С. 2043–2065.

6. Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации, утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 26 ноября 2018 г. № 2581-р.

Колодяжная Анна Юрьевна
кандидат экономических наук, доцент
Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Оренбург

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ЕГО АДАПТАЦИЯ К РОССИЙСКИМ РЕАЛИЯМ

Аннотация: социально-ориентированный бизнес играет ключевую роль в современном мире, решая одновременно и экологические, и социальные проблемы. Важным направлением в этой сфере является борьба с проблемой бездомных животных и эффективная утилизация пластиковых отходов, которые с каждым годом все больше загрязняют окружающую среду. В статье представлен опыт зарубежных стран в решении выше обозначенных проблем, а также рассмотрена возможность его адаптации в России.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, пластиковые отходы, бездомные животные, автоматические кормушки.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A MODERN FORM OF BUSINESS: FOREIGN EXPERIENCE AND ITS ADAPTATION TO RUSSIAN REALITIES

Abstract: socially-oriented business plays a key role in the modern world, solving both environmental and social problems. An important area in this area is the

fight against the problem of homeless animals and the effective disposal of plastic waste, which pollutes the environment more and more every year. The article presents the experience of foreign countries in solving the above-mentioned problems, and also considers the possibility of its adaptation in Russia.

Keywords: social entrepreneurship, plastic waste, homeless animals, automatic feeders.

Одним из актуальных трендов развития современного предпринимательства является социальная направленность бизнеса. Социальное предпринимательство как форма ведения бизнеса, ориентированного на решение проблем современного общества, зародилось достаточно давно. Первое упоминание о социальном партнерстве как экономическом термине датировано шестидесятыми годами 20 века. А уже в 80-90-х годах практически одновременно, в разных уголках земного шара, появились первые исторические примеры организации учреждений социально-экономической направленности. В России, например, к таковым относят Дом Трудолюбия Иоанна Кронштадского, учреждённый в 1872 г. Основное направление деятельности – обеспечение занятости малообеспеченных и незащищенных слоёв населения, испытывающих затруднения с обеспечением себя питанием и местом проживания. Данный опыт, несмотря на наличие проблем, в целом являлся довольно позитивным и повлёк за собой создание так называемых «Домов трудолюбия» по всей стране.

Примеры появления предпосылок зарождения современных механизмов социально-ориентированного предпринимательства наблюдались в Великобритании, Испании, Индии, Бангладеше, США и других странах. Так, согласно данным исследования американского профессоры Дж. Джойра значительную роль в развитии общественного сектора США сыграло создание первых саморегулируемых общественных формаций по взаимопомощи и решению социальных проблем.

При этом серьёзные научные исследования по данной проблематике стали проводиться лишь в 90-х годах двадцатого столетия. Современные учёные также уделяют данной проблематики существенное внимание.

В нашей работе, в отличие от имеющихся исследований, акцент будет сделан на позитивное принятие зарубежного опыта организации социально-ориентированного бизнеса и возможность его адаптации к российским реалиям.

Следует отметить, что социальное предпринимательство в настоящее время, выходит на первый план в борьбе с современными экологическими вызовами, объединяя инновационные подходы и направленность на решение глобальных проблем окружающей среды. Эта область демонстрирует, как бизнес может идти в ногу с экологической этикой, предлагая продукты и услуги, которые не только прибыльны, но и способствуют устойчивому развитию планеты. Социальное предпринимательство объединяет людей, мотивированных стремлением внести свой вклад в сохранение окружающей среды, и предоставляет им платформу для реализации этой цели.

Одним из элементов сохранения окружающей среды является проблема сбора и утилизации пластиковых отходов. Пластик занимает одно из первых мест в мире не только по объёму общей мусорной массы, но и вредному воздействию на окружающую среду.

Современные исследования показывают, что российское общество достаточно позитивно относится к процессу сортировки мусора, но испытывает трудности с доступностью специализированных контейнеров для сбора пластика. Оснащение специализированными контейнерами зачастую носит формально-показательный характер и не преследует в качестве цели реальный сбор отходов такого типа. К тому же положительное отношение к раздельному сбору пластика должно быть подкреплено ещё и иными мотивами материального или морально-этического свойства. К последним можно отнести решение проблем корма для бездомных животных, достаточно остро стоящих в современных городах. Политика в отношении бездомных животных в России в настоящее время носит достаточно гуманный характер. Большинство регионов ориентированы на политику вылова, стерилизации безнадзорных животных с дальнейшим размещением их в рамках привычной среды обитания. Система носит название – ОСВВ, больше известная как «Отлов-Стерилизация-

Вакцинация-Возврат». При этом проблема обеспечения животных кормом практически не решается.

Решение обозначенных проблем в контексте социального предпринимательства может базироваться на использовании позитивного опыта Турции и Китая. В этих странах практикуется установка автокормушек для бездомных животных, размещающихся в свободном доступе. Устройства в автоматическом режиме подают корм животным в обмен на пластиковые отходы, погружаемые в специальный отсек автомата. Так подобные кормушки расположены на одной из улиц Стамбула. Каждый желающий может беспрепятственно воспользоваться автоматом, утилизируя ненужную тару и одновременно оказывая неоценимый вклад в обеспечение кормом бездомных животных.

В нашей стране существуют несколько компаний, осуществляющих сбор пластиковых отходов через автоматические аппараты, однако выдачи корма взамен не предусмотрено. Перенастройка согласно мнениям экспертов возможна, но требует дополнительных затрат.

Расчёт совокупных затрат на реализацию проекта в текущих ценах представлен в таблице 1.

Таблица 1

Расчёт первоначальных затрат

Показатель	**Цена, руб.**	**Количество**	**Общие затраты**
Автомат (доставка за счёт продавца)	332 410	1	252410
Программное обеспечение (перенастройка) автомата	80 000	1	80 000
Итого затраты			322 410

Общая сумма первоначальных затрат планируется в размере 322 410 руб. Далее в таблице 2, проведём результаты оценки текущих затрат на реализацию проекта.

Таблица 2

Текущие затраты на реализацию проекта

Показатель	**Сумма затрат в месяц, руб.**	**Примечание**
Аренда места под автомат	2 000	по 2 тыс. за 1 ед
Транспортные затраты на вывоз пластиковых бутылок с фандоматов	1 000	вывоз 2 раза в месяц по 500 руб.
Обслуживание автомата	8 000	запчасти, работа инженера по обслуживанию
Оплата труда работников	15 000	1 человека по 15000 руб. в месяц
Отчисления от оплаты труда	4 530	социальные взносы в размере 30,2 % от фонда оплаты труда
Затраты на электроэнергию	20 000	фиксированы
Затраты на корм для животных	37 584	По средним ценам в расчёте на полную заполняемость аппарата
Итого затраты	88 114	

Итак, сумма затрат в месяц составит по предварительным расчетам 88 114 руб.

Следует отметить, что стоимость аренды рассчитана для небольшого областного города и размещение в столице и городах федерального значения может потребовать большего объёма финансирования. Вместе с тем, представляется возможным снизить затраты на оплату труда, привлекая волонтёров.

В таблице 3 представлен результат расчёта прибыльности и окупаемости проекта.

Таблица 3

Прибыль и окупаемость проекта

Показатель	**Значение**
Доходы, руб.	55 200
Текущие затраты, руб.	47 694
Прибыль, руб.	7 506
Налог на прибыль, руб.	1 125,90
Чистая прибыль, руб.	6 380,10
Сумма первоначальных затрат	322 410
Срок окупаемости, мес.	50
Срок окупаемости, год	4,2

Итак, срок окупаемости проекта составил 50 месяцев, чистая прибыль планируется к получению в размере 6 380 руб. и 10 коп.

Таким образом, социальное предпринимательство, обладая уникальными возможностями для решения как социальных, так и экологических проблем, демонстрирует свою неоспоримую важность. Проект установки автомата для приёма пластиковой тары в обмен на корм для бездомных животных является примером позитивного зарубежного опыта, адаптация которого целесообразна для России. Подобные проекты символизируют новый этап в развитии социального предпринимательства, где цифровизация и инновации становятся основными инструментами достижения устойчивого развития общества.

Список литературы:

1. Волкова, М. С. Становление социального предпринимательства / Социально-экономические явления и процессы. – 2015. - № 5 [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-sotsialnogo-predprinimatelstva (дата обращения: 13.09.2024).

2. Мазунина, Т. А. Направления снижения загрязнения окружающей среды за счёт пластиковой упаковки / Т. А. Мазунина // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Пермь, 15–24 ноября 2021 года / Материалы опубликованы в авторской редакции. – Пермь: Пермский институт (филиал) Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, http://rea.perm.ru , 2021. – С. 251-257.

3. Шестерникова, С. В. Проблемы внедрения инновационных технологий в коммерческих организациях / С. В. Шестерникова, М. Н. Лунева // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы X Международной научно-практической конференции, Пермь, 23 октября – 01 ноября 2023 года. – Пермь: Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2023. – С. 311-316.

Коретко Елена Эдуардовна
преподаватель техникума
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОДГОТОВКИ БУХГАЛТЕРОВ ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: статья посвящена проблеме развития бухгалтерского учёта в соответствии с развитием цифровой экономики. В статье проанализированы педагогические приемы по преподаванию бухгалтерского учёта, с внедрением инновационных технологий.

Ключевые слова: цифровая экономика, обучение, инновационные технологии.

STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ACCOUNTANT TRAINING FOR THE DIGITAL ECONOMY

Abstract: the article is devoted to the problem of accounting development in accordance with the development of the digital economy. The article analyzes pedagogical techniques for teaching accounting, with the introduction of innovative technologies.

Keywords: digital economy, training, innovative technologies.

Развитие бухгалтерского учёта как экономической науки исторически тесно связано с происходящими в экономике процессами. Профессия бухгалтера постоянно развивается, вводятся новые технологии, которые направлены на оптимизацию всех процессов работы. Современная тенденция обусловлена, в частности, стремительным внедрением информационных технологий и инноваций в различные сферы деятельности.

Инновации в системе образования связаны с внесением изменений в цели, содержание, методы и стили педагогической деятельности, в систему контроля, а также оценки уровня образования, обязательно – в систему воспитательной работы, в деятельность и учащегося, и преподавателя.

Молодым людям, вступающим в самостоятельную жизнь в условиях современного рынка труда и быстро изменяющегося информационного пространства, необходимо быть:

1) эффективным, конкурентоспособным работником;

2) творческим, самостоятельным, ответственным и коммуникабельным человеком, способным решать личные проблемы и задачи коллектива.

Им должна быть присуща потребность к познанию нового, умение находить нужную информацию [1].

Все эти качества можно успешно формировать, наполняя образование знаниями и умениями, связанными с личным опытом и потребностями обучающегося с тем, чтобы он мог осуществлять продуктивную и осознанную деятельность по отношению к объектам действительности.

Своеобразие и новизна предлагаемого опыта заключаются в применении новых подходов и методов во взаимодействие со студентами образовательного учреждения.

Практическая значимость данного опыта заключается в том, чтобы научить студентов самостоятельно приобретать знания, мыслить, и в итоге – уметь ориентироваться на рынке труда, быть востребованными и успешными.

Учение без принуждения характеризуют:

1) требовательность без принуждения, основанная на доверии;

2) увлечённость, рождённая интересным преподаванием;

3) ставка на самостоятельность и самодеятельность.

Один из принципов педагогики – индивидуальный подход. Новая трактовка индивидуального подхода включает:

1) отказ от ориентировки на «среднего» обучающегося;

2) поиск лучших качеств личности;

3) прогнозирование развития личности [6].

Основная задача, которая ставится перед обучающимися – это не просто пройти программу, а научиться понимать то, о чём говоришь сам, а также то, что говорят другие, и, кроме того, научиться мыслить, а ещё, конечно, научиться овладевать фундаментальными знаниями.

Далее хочется остановиться на некоторых моментах изучения бухгалтерского учёта в среднем профессиональном образовании.

В процесс преподавания необходимо включать как можно больше игровых элементов, тестов, занимательных заданий, деловых игр. Обучающиеся, как правило, имеют слабое представление о средствах труда и имуществе, которые используются в организациях, пока не умеют отличать материалы от основных средств.

Для лучшего понимания отличительных признаков определённых видов средств труда должны использоваться не только примеры, связанные с деятельностью различных организаций и предприятий, но обязательно предлагается совершить анализ ситуаций, при которых одни и те же средства выступают в разных качествах. Например, в одной организации они используются как материалы, а в других – являются комплектующими изделиями, готовой продукцией или товарами.

В дисциплине «Основы бухгалтерского учёта» наиболее важным представляется обучение умению различать виды средств, которые используются в организации, проводить расчеты, составлять корреспонденцию счетов, а также знать методику составления баланса.

Как показывает опыт преподавания, наиболее сложным для обучающихся является составление корреспонденций счетов, поэтому имеет смысл акцентировать внимание на такое понятие, как «двойные проводки». К данным проводкам можно отнести хозяйственные операции, которые формулируются следующим образом: «начислено и выплачено...», «акцептован и оплачен...», «оплачены и оприходованы...» и т. п.

Двойные проводки характеризуются тем, что в каждой из двух операций присутствует один и тот же синтетический счёт, но в одной записи он отражается по Дебету, а в другой – по Кредиту счёта. Как правило, в одной из двух записей присутствует денежный активный счёт, так как в этих операциях чаще всего происходит оплата наличным или безналичным путём.

Умение составлять такую корреспонденцию счетов позволяет студентам более грамотно подходить к составлению бухгалтерских записей в целом.

Большего внимания заслуживает изучение темы «План счетов бухгалтерского учёта», т. к. учебный материал по данной теме позволяет обучающимся не только ознакомиться со спецификой отдельных групп бухгалтерских счетов, но и рассмотреть те счета, которые были недостаточно изучены в предыдущих темах. Например, при изучении регулирующих счетов студенты должны усвоить понятие «амортизация», понимать, что общего и отличительного с понятием «износ».

В теме «Бухгалтерский баланс» уделяется большое внимание изучению вопросов, связанных с формированием уставного капитала при создании организации и составлением разных видов баланса. При этом теоретические знания студентов закрепляются на практических занятиях путем решения различных нетрадиционных задач.

Самая интересная тема - «Двойная запись», которую можно изучать с использованием самых различных инновационных технологий.

Практические занятия проводятся по подгруппам, состоящим из 4–6 человек, это позволяет достичь следующих целей: студенты учатся работать в команде, распределять обязанности и нести ответственность за выполненную работу. Необходимо отметить, что более успешные студенты, возглавляющие работу подгрупп, приобретают навыки руководства, т. к. они распределяют обязанности в соответствии с индивидуальными особенностями своих «подчинённых», дают необходимые разъяснения, проверяют выполненные расчёты. Выполнение такого рода заданий помогает более эффективно осваивать общие компетенции.

А для освоения профессиональных компетенций одной из форм эффективных технологий обучения является использование различного рода кейс-ситуаций. Кейс-ситуация, по мнению Жихаревой Е. Д. и Ширяева Д. В., «представляет собой описание конкретной реальной ситуации, подготовленное по определённому формату навыкам формулирования проблемы и выработки возможных вариантов её решения в соответствии с установленными критериями» [2].

Для повышения интереса к своей будущей профессии использование на уроках игровой технологии обеспечивает достижение эмоционального и рационального единства в обучении. Так, включение в занятия дидактических игр и игровых моментов делает процесс обучения более интересным, а также создает у обучающихся хорошее настроение, облегчает преодоление трудностей в обучении.

Игра ставит обучающегося в условия поиска, пробуждает интерес к победе, а отсюда – стремление быть собранным, находчивым, уметь чётко выполнять задания, учит соблюдать правила игры. В играх, особенно коллективных, формируются и нравственные качества личности, например, способность к взаимодействию с разными людьми, активно осваиваются общие и профессиональные компетенции.

Тестовая технология помогает при контроле знаний студентов. Тестовый контроль обеспечивает объективный фактор при проверке результатов, а также развивает у обучающихся логическое мышление и внимательность. В своей практике применяются задания открытого типа, такие как «закончи предложение», на сопоставимость, на последовательность, а также задания закрытого типа, где предлагается только ответ «да / нет», и, кроме того, могут быть вопросы без ответов.

Также отметим, что применение модульного обучения положительно влияет на развитие самостоятельной деятельности студентов, на саморазвитие, на повышение качества знаний.

Обучающиеся планируют свою работу, умеют пользоваться учебной литературой, быстро находят источники в электронно-библиотечной и других аналогичных системах. Студенты хорошо владеют навыками сравнения, анализа, обобщения, выделения главного и т. п.

Активная познавательная деятельность способствует развитию таких качеств знаний, как прочность, осознанность, глубина, оперативность, гибкость и др.

После выполнения самостоятельной работы применяется взаимопроверка и самопроверка. Обучающийся при этом чувствует себя раскованно, у него развивается ответственность, формируется адекватная оценка своих возможностей, каждый из них имеет возможность проверить, оценить, подсказать, исправить свои ошибки, что создаёт на занятии комфортную обстановку.

Контроль знаний необходим для лучшего усвоения материала, поэтому на занятиях обязательно применяются различные формы опроса и контроля.

1. Собирательный, когда проверяются знания по нескольким изученным темам.

2. Контрольный – эстафета, при которой студенты задают вопросы друг другу.

3. Повторный контроль, который проводится перед зачётом, экзаменом.

4. Закрепляющий контроль, когда студенты сами выбирают вопросы для ответа.

5. Регулярный контроль, когда предоставляются ответы на вопросы по индивидуальным заданиям: задания бывают с сюрпризом, например, найти неправильную корреспонденцию счетов. Такой контроль проводится в течение 5–7 минут.

6. Обычный контроль – консультация, на которой преподаватель беседует со студентом, который задаёт вопросы преподавателю и совместно с ним отвечает.

7. Развернутый контроль – опрос, проходящий в виде развёрнутой беседы за круглым столом.

Увеличение умственной нагрузки на занятиях заставляет задуматься над тем, как поддержать у студентов интерес к изучаемому материалу и активизировать их в течение всего урока. При этом роль преподавателя состоит, конечно, в том, чтобы стать организатором познавательной деятельности, где главное действующее лицо – обучающийся [3].

И завершающий этап изучения любой дисциплины – викторина, которую можно провести под различными наименованиями: «Слабое звено», «Главный бухгалтер», «Главный теоретик» и т. п. Но, самое главное – данная викторина проводится одновременно по нескольким дисциплинам, в т. ч. «Экономика организации», «Экономическая теория» и т. д.

В результате использования различных подходов в изучении дисциплины удается:

1) раскрыть всесторонние способности обучающихся;

2) повысить их заинтересованность и увлеченность дисциплиной;

3) повысить их уверенность в себе;

4) научить применять полученные знания в различных ситуациях;

5) повысить качество знаний обучающихся.

Внедрение в образовательный процесс современных образовательных технологий позволяет преподавателю:

1) отработать глубину и прочность знаний у студентов;

2) закрепить у них умения и навыки в различных областях деятельности;

3) помочь студентам развивать технологическое мышление, умение самостоятельно планировать свою учебную и самообразовательную деятельность;

4) воспитывать самодисциплину в организации учебного времени.

Всё это помогает обучающимся успешно осваивать общие и профессиональные компетенции.

Список литературы:

1. Габбасова, Л. З. Инновационные технологии в образовательном процессе [Текст] / Инновационные педагогические технологии: Материалы V Междунар. Науч. Конф. – Казань : Бук, 2016. – С. 61-63 [Электронный ресурс]. – URL: https://moluch.ru/conf/ped/archive/207/11108/ (дата обращения: 01.10.2024)

2. Жихарева, Е. Д. Способы повышения инновационной активности в молодёжном предпринимательстве в российских вузах / Е. Д. Жихарева, Д. В. Ширяев. Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2014.

3. Киреева, Р. В. Использование инновационных обучающих технологий в современном образовательном процессе системы СПО / ГБПОУ КО «Калужский коммунально-строительный техникум» им. И. К. Ципулина. – 2016.

4. Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года / Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227-р.

5. Инновации в образовании. Материалы VII-й Всероссийской дистанционной августовской научно-практической конференции, электронный интернет-журнал «Эйдос». – 2015 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.eidos.ru/journal/htm (дата обращения: 01.10.2024).

6. Пальтов, А. Е. Инновационные образовательные технологии: Учебное пособие. – Владим. Гос. Ун-т им. А. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2018. – 119 с.

7. Справочно-правовая система «Консультант-Плюс» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru (дата обращения 30.09.2024).

Кошель Владимир Андреевич
кандидат философских наук, доцент
РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Москва,
Пинигина София Павловна
студентка
РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Москва

ЛИЧНЫЙ БРЕНД РУКОВОДИТЕЛЯ В PR-ПРОДВИЖЕНИИ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Аннотация: в статье рассматривается значимость личного бренда руководителя в PR-продвижении компании в сфере креативных индустрий, а также особенно в работе с личным брендом руководителя в этих индустриях. Примеры успешных кейсов показывают эффективные инструменты для работы с личным брендом руководителя. В заключение подчёркивается, что эффективное управление личным брендом не только способствует продвижению управленца, но и усиливает PR-стратегии компании.

Научная статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы, финансируемой из средств ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» по теме: «Креативные индустрии как драйвер инновационного развития регионов РФ в условиях цифровой трансформации».

Ключевые слова: личный бренд, креативные индустрии, PR-продвижение, руководители в сфере креативных индустрий.

THE ROLE OF A LEADER'S PERSONAL BRAND IN PR PROMOTION OF COMPANIES IN THE CREATIVE INDUSTRIES

Abstract: The article discusses the significance of a leader's personal brand in the PR promotion of companies within creative industries, as well as the specific challenges of working with a leader's personal brand in these sectors. Successful case studies illustrate effective tools for managing a leader's personal brand. In conclusion, it is emphasized that effective management of a personal brand not only enhances the promotion of the leader but also strengthens the company's PR strategies.

The scientific article was prepared as part of the research work funded by the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "G.V. Plekhanov Russian University of Economics" on the topic: "Creative Industries as a Driver of Innovative Development in the Regions of the Russian Federation in the Context of Digital Transformation."

Keywords: personal brand, creative industries, PR promotion, leaders in creative industries.

В условиях стремительно меняющегося рынка и нарастающей конкуренции в креативной индустрии личный бренд руководителя становится важным инструментом для успешного PR-продвижения компаний. Успешные руководители, обладающие сильным личным брендом, способны привлекать внимание к своим проектам, формировать доверие у клиентов и партнеров, а также усиливать HR-бренд своих компаний, привлекая сильных представителей рынка.

Цель данной статьи заключается в исследовании влияния личного бренда руководителя на PR-продвижение компаний в сфере креативной индустрии. Мы рассмотрим основные компоненты личного бренда, его связь с PR-стратегиями и проанализируем успешные кейсы из практики. Результаты данного исследования помогут понять, как формирование и развитие личного бренда может способствовать успеху компаний в динамичной и конкурентной среде креативной индустрии.

Личный бренд представляет собой публичный образ человека, построенный на определённых ценностях, принципах и навыках. Согласно статистике, приведённой компанией Nielsen, 92 % исследуемой аудитории больше доверяют рекомендациям людей, чем брендов [1]. Калифорнийский

институт журналистики и PR изучил отношение потребителей к использованию брендами анимированных персонажей в качестве маскотов в сравнении с реальными людьми и выявил, что виртуальные персонажи в 90 % случаев воспринимались как менее авторитетные и аутентичные, чем реальные люди [2].

Эти данные свидетельствуют о том, что личный бренд руководителя может стать мощным инструментом для создания доверия к компании. Если руководитель воспринимается как эксперт и надёжный источник, это может значительно повысить доверие к самой организации.

Можно выделить следующие составляющие личного бренда:

- репутация, то есть закрепившееся определённое мнение о человеке;
- присутствие человека в инфополе других людей через социальные сети;
- публикации в СМИ;
- офлайн активности, «сарафанное радио» и т. Д.;
- уникальность – то, что отличает конкретного человека от других: его история, опыт, внешние особенности, черты характера.

Работа с личным брендом руководителя в креативных индустриях обладает рядом уникальных особенностей, обусловленных характером самих индустрий, а также спецификой взаимодействия с целевой аудиторией.

Аутентичность и индивидуальность.

В креативных индустриях аутентичность личного бренда играет ключевую роль. Потребители и партнёры ориентируются на искренность, харизматичность и оригинальность личности, что требует от руководителя демонстрации своих уникальных качеств и личностных достоинств. Для руководителя важно осознание и ощущение себя как развивающейся творческой личности. Такое самосознание предполагает и возможность позиционирования собственной аутентичности, то есть проявления себя для целевых аудиторий в соответствии со своими истинными мыслями и чувствами. Всё это является благоприятными предпосылками для формирования глубокой эмоциональной связи с аудиторией. Не следует при

этом забывать, что личный бренд руководителя проецируется в сознании целевой аудитории на имидж компании.

Кросс-дисциплинарность.

Креативные индустрии характеризуются высокой степенью взаимопроникновения различных областей, таких как искусство, технологии, мода и медиа. Личный бренд руководителя должен отражать эту кросс-дисциплинарность, что требует от него способности адаптироваться и интегрировать различные подходы и идеи в свою стратегию, а также транслирование своей экспертности не только в узкой нише, но и в смежных областях.

Инновационность и риск.

Руководители в креативных индустриях часто сталкиваются с необходимостью принимать риски и внедрять инновационные решения. Личный бренд должен быть готов к экспериментам и нестандартным подходам, что способствует формированию имиджа как лидера мнений и источника вдохновения.

Взаимодействие через цифровые платформы.

В условиях цифровизации креативные индустрии активно используют социальные сети и другие онлайн-платформы для продвижения личного бренда. Это требует от руководителей не только наличия стратегического подхода к контенту, но и способности к непосредственному взаимодействию с аудиторией, что усиливает вовлечённость и лояльность.

Культурный контекст.

Креативные индустрии функционируют в рамках определённого культурного контекста, который влияет на восприятие личного бренда. Руководителям необходимо учитывать культурные тренды и социальные изменения в своей стране и мире, чтобы их бренд оставался актуальным и резонировал с ценностями целевой аудитории.

Одним из представителей управленцев в креативных индустриях является Николай Цискаридзе, ректор Академии русского балета имени Вагановой.

Карьера Николая Максимовича строилась поэтапно, поэтому его путь широко известен, что формирует авторитетность и доверие как к представителю индустрии. Николай Цискаридзе регулярно даёт интервью как на личные темы, укрепляющие доверие аудитории к нему, так и профессиональные темы, способствующие созданию большого числа информационных поводов. Ректор Академии русского балета имени Вагановой часто высказывается на популярные темы в сфере культуры и комментирует новости коллег, что приводит к появлению большого количества упоминаний в СМИ. Николай Цискаридзе ведёт свой телеграмм канал, создающий дополнительные касания с аудиторией. Репутацию артиста нельзя назвать безупречной, но это не приводит к негативному эффекту в формировании образа Академии русского балета имени Вагановой за счёт грамотной работы с информационными поводами.

Основательница культурного пространства в Москве «Systema Gallery» Анастасия Волкова представляет молодое поколений руководителей в сфере креативных индустрий. Девушка регулярно даёт комментарии и создаёт авторские колонки как в глянцевых журналах на массовую аудиторию, так и в тематических изданиях про искусство. Это позволяет не только формировать личный бренд Анастасии, но и продвигать галерею, формируя образ современного молодёжного пространства и локации с современным искусством. Дополнительный охват аудитории Анастасия получает за счёт написания экспертных материалов на сайте галереи, которые отображаются в поисковых запросах.

«Systema Gallery» открылась два года назад, но уже широко представлена в медиа пространстве за счёт стратегии формирования личного бренда основателя и успешной работе с репутацией.

Таким образом, работа с личным брендом руководителя в креативных индустриях требует глубокого понимания специфики данной сферы, а также способности адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка. Успешное продвижение личного бренда возможно лишь при наличия чёткой стратегии,

позволяющей эффективно работать с информационными поводами и управлять репутацией руководителя, влияющей на восприятие управляемой им организации.

Список литературы:

1. Аакер, Д. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха / Д. Аакер. – М. : Эксмо, 2016. – 256 с.

2. Горчакова, В. Г. Психология создания персонального бренда / В. Г. Горчакова. – М. : Ардис, 2016. – 336 с.

3. Кононова, Е. А. Личный бренд с нуля / Е. А. Кононова. – М. : АСТ, 2017. – 256 с.

4. Макнелли, Д. Как выделиться из толпы, или формула персонального брендинга / Д. Манкелли, К. Спик. – М. : Фаир-пресс, 2004. – 192 с.

5. Чурсинова, О. В. Персональный бренд руководителя образовательной организации: аспекты создания и продвижения / О. В. Чурсинова, А. А. Ярошук // Экономические науки. – 2019. – № 9. – С.131-134.

6. Marranco, J. Human-to-Human Marketing: A Trend for 2015 and Beyond. Blog. Hubspot [Электронный ресурс]. – URL: https://blog.hubspot.com/marketing/human-to-human-marketing (дата обращения: 07.10.2024).

7. Что такое клиентский сервис в соцсетях / RB.ru [Электронный ресурс]. – URL: https://rb.ru/opinion/customer-service-in-socialnet/ (дата обращения: 07.10.2024).

Кучин Сергей Дмитриевич
аспирант
Пермского государственного аграрно-технологического университета имени академика Д. Н. Прянишникова,
г. Пермь

УСЛОВИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Аннотация: в статье рассмотрены условия, обеспечивающие результативность применения механизма стратегического планирования на предприятиях нефтегазовой отрасли. Анализируются основные факторы, влияющие на успешность планирования. Особое внимание уделено таким аспектам, как динамика внешней среды, внутренняя готовность предприятия и интеграция планирования с системой управления рисками.

Ключевые слова: стратегическое планирование, подходы к стратегическому планированию, нефтегазовая отрасль.

CONDITIONS FOR THE EFFECTIVENESS OF THE STRATEGIC PLANNING MECHANISM

Abstract: the article considers the conditions that ensure the effectiveness of the strategic planning mechanism in the oil and gas industry. The main factors influencing the success of planning are analyzed in the article. Special attention is paid to such aspects as the dynamics of the external environment, the internal readiness of the enterprise and the integration of planning with the risk management system.

Keywords: strategic planning, approaches to strategic planning, oil and gas industry.

Нефтегазовая отрасль является ключевой в экономике многих стран, и стабильность её развития зависит от способности компаний адаптироваться к изменениям рынка и достаточно быстрому темпу появления технологических инноваций. Во избежание кризисных ситуаций и обеспечения конкурентоспособности больше внимания уделяется использованию механизма стратегического планирования. Однако успех зависит от множества факторов, и предприятия сталкиваются с рядом препятствий, которые могут существенно затруднить реализацию стратегических целей.

Как отмечается основоположниками теории, в основе стратегического управления лежит воздействие внешней среды на деятельность фирмы. А. Чандлером рассматривалось управление организацией в соотношении с её стратегическими целями и сложившимися условиями внешней среды [1]. Вместе с тем, И. Ансофф в своей работе подчёркивал, что основной целью стратегического планирования является наличие адекватной реакции и готовность к изменениям внешней среды и отмечал, что наличие стратегических целей не гарантирует положительного результата [2]. Однако сейчас кратно возрастает роль стратегического планирования, прежде всего, в таких капиталоёмких и волатильных отраслях, как нефтегазовая, где каждое новое решение сопровождается крупными инвестициями и возникновением рисков, ввиду наличия сложных и одновременно с этим взаимосвязанных бизнес-процессов. Основное отличие от оперативного и тактического управления заключается в том, что оно ориентировано на длительный период,

чаще всего 5–10 лет и более, и предполагает возможность адаптации к изменяющимся условиям.

Основой стратегического планирования является миссия, которая определяет общую цель существования компании, в первую очередь именно на ней базируется весь процесс применения рассматриваемого механизма. Важно отметить, что миссия является комплексной и может включать несколько индикаторов как внутренних, так и внешних, например, повышение производительности и преодоление конкуренции со стороны других предприятий [3].

При этом, безусловно, важно понимать, в каком положении фирма находится сейчас, чаще всего для этого проводится анализ внешней и внутренней среды. Наиболее популярные инструменты для проведения данного анализа – PEST-анализ, включающий в себя рассмотрение политических, экономических, социальных и технологических факторов, а также SWOT-анализ, позволяющий провести оценку сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, на основе которых формулируются конкретные и достижимые цели, которые необходимо реализовать в ограниченный период времени.

Под выбором стратегии понимается определение путей достижения поставленных целей. Например, в нефтегазовой отрасли чаще всего применяется стратегия вертикальной интеграции, которая подразумевает консолидирование внутри одной компании всей технологической цепочки, начиная от добычи и заканчивая переработкой сырья с последующей поставкой потребителю.

Говоря о необходимости корректного распределения ресурсов, стоит вновь отметить высокую капиталоёмкость большинства проектов нефтегазовой отрасли и здесь крайне важно учитывать финансовые, технологические и производственные возможности. При этом процесс реализации стратегического планирования нельзя назвать статичным, он предполагает непрерывный мониторинг, оценку результатов проведённых мероприятий в совокупности с корректировками, которые вносятся при выявлении отклонения от пути

достижения конечной цели. В настоящее время можно выделить несколько подходов к стратегическому планированию, которые могут быть адаптированы для нефтегазовых компаний в зависимости от их масштаба, уровня зрелости и сложившихся условий рынка.

Классический подход к стратегическому планированию, который основывается на линейной последовательности шагов: анализ, разработка стратегии, её реализация и мониторинг. Предполагается, что организация может достаточно точно прогнозировать будущее и сформировать план на основе детального анализа внешней и внутренней среды. Однако для нефтегазовой отрасли, характеризующейся высокой степенью неопределённости и риска, такой подход может оказаться недостаточно гибким.

Сценарный подход базируется на разработке нескольких альтернативных сценариев развития событий, основанных на различных возможных изменениях внешней среды. В условиях высокой волатильности цен на нефть и газ, а также геополитических рисков, сценарное планирование позволяет предприятиям готовиться к различным вариантам и разрабатывать гибкие стратегии. Например, нефтегазовые компании могут создавать сценарии на основе различных прогнозов цен на нефть, чаще всего выделяют оптимистичный, пессимистичный и базовый.

Более сложный подход – концепция «голубого океана», где предполагается выход за пределы существующих рынков, соответственно, конкуренция минимальна или отсутствует. Для нефтегазовой отрасли такой подход может быть полезен в условиях увеличивающегося спроса на альтернативные источники энергии и необходимость перехода на более экологичные технологии [4]. Применение данной стратегии может основываться на разработке инновационных технологий добычи, снижении углеродного следа, развитии смежных направлений, таких как возобновляемая энергетика.

Ещё одним подходом стоит выделить портфельный подход, он предполагает оценку и управление различными направлениями деятельности

компании как портфелем активов. В условиях нефтегазовой отрасли это может означать диверсификацию бизнеса, чтобы уменьшить зависимость от одного вида деятельности или географического рынка. Организация может развивать добычу на новых территориях, инвестировать в проекты по сжижению природного газа (СПГ), внедрять технологии глубоководной добычи или заниматься переработкой нефти и газа для повышения добавленной стоимости продукции [5].

Одним из важнейших условий результативности стратегического планирования в нефтегазовой области является систематический анализ внешней среды, который существует в совокупности с непрерывным мониторингом текущего состояния деятельности фирмы. Для успешного планирования предприятиям необходимо: проводить постоянный мониторинг цен на энергоносители и регулировать планы с учётом колебаний на мировом рынке; учитывать изменения в экологическом регулировании и стандартах устойчивого развития; оценивать политические и экономические риски в странах присутствия компании; внедрять технологические инновации с целью получения конкурентного преимущества.

Эффективность стратегического планирования зависит и от внутренней способности компании реализовать поставленные цели. Это включает оценку её ресурсов, под которой подразумевается наличие [6, 7, 8]:

1) достаточного финансового капитала для реализации запланированных стратегических мероприятий;

2) технологий для повышения эффективности производства и возможного снижения издержек;

3) квалифицированных кадров, готовых к внедрению инноваций;

4) гибкой структуры управления, которая позволяет быстрее принимать решения в ответ на рыночные изменения.

Нефтегазовая отрасль сопряжена с множеством рисков – от геополитических и экологических до операционных и финансовых, поэтому эффективное стратегическое планирование необходимо реализовывать в

совокупности с системой управления рисками и проводить:

1) идентификацию и оценку рисков на всех этапах реализации стратегии;

2) разработку мер для снижения воздействия негативных факторов;

3) внедрение систем мониторинга рисков и постоянное обновление стратегии в ответ на выявление новых угроз.

В заключение стоит отметить, что стратегическое планирование в специфике нефтегазовой отрасли является крайне важным инструментом для повышения эффективности деятельности и поддержания уровня конкурентоспособности предприятий в условиях нестабильной внешней среды. Успешная реализация стратегий требует комплексного подхода, включающего как анализ внешних факторов, так и эффективное использование внутренних ресурсов, в совокупности с постоянным мониторингом выполнения запланированных мероприятий.

Таким образом, компании, которые успешно справляются с вызовами стратегического планирования, не только повышают свою устойчивость на рынке, но и закладывают основу для долгосрочного роста. Ключевым фактором успеха является способность организаций адаптироваться к внешним изменениям, эффективно управлять своими ресурсами и ориентировать каждого сотрудника на внедрение инноваций.

Список литературы:

1. Ансофф, И. Стратегическое управление. – М. : Экономика, 1989.

2. Chandler, A. D., Jr. (1962). Strategy and Structure: Chapters in the History of American Enterprise. MIT Press: Cambridge, MA.

3. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело. – 1992.

4. Чан Ким, В. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Ким, Р. Моборн. – 7. – М. : Манн, Иванов и Фербер. – 2017.

5. Игнатова, Т. В. Интеграция технологических факторов и институциональных условий перехода к инновационному типу экономического роста / Т. В. Игнатова, Т. П. Черкасова. Journal of Economic Regulation. – 2019. - № 2. – С. 95-102.

6. Оборин, М. С. Антикризисное управление промышленным производством регионов России в условиях санкций / Вестник Дагестанского

государственного технического университета. Технические науки. – 2018. – Т. 45. - № 2. – С. 220-231.

7. Оборин, М. С. Роль регионов с «умной специализацией» в социально-экономическом развитии России / Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2020. - № 4 (60). – С. 23-30.

8. Оборин, М. С. Роль цифровых технологий в промышленном развитии региона / Вестник НГИЭИ. – 2021. - № 2 (117). – С. 113-123.

Лёшина Мария Александровна
кандидат экономических наук, доцент
Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Смоленск

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация: в статье рассмотрены основные тренды развития предпринимательства в постковидный период, а также в условиях цифровизации представлен прогноз дальнейшего развития.

Ключевые слова: предпринимательство, мобильный бизнес, электронная коммерция, цифровизация.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Abstract: the article examines the main trends in the development of entrepreneurship in the post-crisis period, as well as in the context of digitalization, and presents a forecast of further development.

Keywords: entrepreneurship, mobile business, e-commerce, digitalization.

Появление новых технологий, изменения в экономике и обществе, изменяющиеся в условиях цифровизации потребности клиентов, пандемия коронавируса кардинально повлияли на текущее состояние и развитие предпринимательских структур, открыв новые перспективы и возможности в сфере предпринимательства.

Рассмотрим основные тенденции в развитии предпринимательской деятельности, построении стратегий развития и продвижения бизнеса в современных условиях с сохранением преимуществ перед конкурентами.

Сегодня тема предпринимательства является актуальной и востребованной. Всё большее количество молодых людей ещё со школьной скамьи начинают задумываться о собственном бизнесе. Однако стать действительно успешным предпринимателем не так просто. В качестве подтверждения можно привести следующие данные: лишь половина вновь открытых предприятий и организаций малого бизнеса существует на рынке пять и более лет, и только третья часть из них проходит в своем жизненном цикле десять лет и более. Данное обстоятельство обусловлено наличием во внешней среде множества самых разнообразных барьеров, рисков в контексте постоянного изменения рыночных требований и условий ведения бизнеса. Как итог – многие молодые и вновь начинающие предприниматели не успевают уследить за изменениями и требованиями внешней среды и оказываются за пределами рынка.

Именно с этим связана актуальность информации о трендах развития рынка, условий функционирования бизнеса. Рассмотрим некоторые из этих тенденций.

1. Ведение бизнеса, не выходя из дома. В период пандемии и постковидный период наблюдается резкий рост численности так называемых цифровых кочевников – людей, предпочитающих работать на условиях фриланса из дома или в режиме удалённого доступа. Многочисленные исследования показали, что большая часть фрилансеров становится впоследствии предпринимателями: открывают собственный бизнес или регистрируются в качестве самозанятых.

Помимо этого, организация удалённой работы позволяет предпринимателям сэкономить значительные суммы на оплате счетов электроэнергии, иных коммунальных платежей, а также на оборудовании и его обслуживании. Это обстоятельство также позволяет утверждать, что данная тенденция в ближайшее время не утратит своей актуальности для предпринимателей. А с внедрением и использованием сетей 5G, активным использованием мобильных телефонов в бизнесе, актуальность цифрового

кочевничества возрастает в геометрической прогрессии.

2. *Глобальный бизнес на основе удалённой работы*. Процессы глобализации создают условия для поддержки и расширения бизнеса на основе сотрудничества между различными международными организациями. Данное обстоятельство позволяет предпринимателям расширить зону поиска своей целевой аудитории, привлечения новых потребителей, а также позволяет обслуживать клиентов не только в зоне своего фактического местоположения, но и по всему миру.

3. *Внедрение и использование мобильной коммерции.* Данный тренд не утратит своей актуальности в ближайшее время по причине того, что в настоящее время наблюдается процесс перехода предпринимателей в цифровую сферу ведения бизнеса, поиска и привлечения клиентов, продвижения своего продукта и услуг. Это стало следствием того, что мобильные телефоны стали играть значительную роль в жизни каждого человека. Согласно проведённым исследованиям, каждый человек тратит в день на просмотр контента в разных социальных сетях, на сайтах и в мессенджерах порядка трёх часов. А значит, если запустить, например, таргетированную рекламу, то можно получить новых заинтересованных потребителей и увеличить целевую аудиторию. Всё это может свидетельствовать об активном развитии этой сферы бизнеса и появлении новых возможностей для мобильной торговли.

4. *Социальная коммерция*. По мере активного внедрения в повседневную жизнь социальных сетей и мессенджеров, росте их популярности, многие люди начали создавать, продавать и покупать сайты и мобильные приложения для социальных сетей [4, с. 58]. Сегодня можно встретить большое количество разнообразных видов социальной коммерции, начиная от покупок, организованных пользователями (к примеру, Lyst, The Fancy) до групповых покупок (Groupon); от рекомендаций коллег и друзей (Amazon и Yelp) до продаж в социальных сетях (Вконтакте, Телеграмм).

Таким образом, можно прогнозировать, что число людей, вовлечённых в

социальную коммерцию, будет неуклонно расти, появятся новые инструменты социальных продаж, а сами социальные продажи будут всё более востребованными и актуальными.

5. *Развитие всё более узкоспециализированных рынков*. Каждый потребитель сегодня хочет быть уникальным, неповторимым, а поскольку предприниматель жёстко ориентирован на своего клиента, то логично предположить, что предприниматели будут стремиться удовлетворить эту потребность. Это возможно при занятии предпринимателями узкоспециализированных ниш цифрового бизнеса с учётом демографических, социальных, психологических характеристик целевой аудитории.

6. *Развитие бизнеса по подписке*. Согласно проведённым исследованиям, мировой рынок подписки вырастет к 2027 году до одиннадцати миллиардов долларов, что составляет порядка 14 % по отношению к данным 2020 года. Этот факт можно объяснить ростом количества подписчиков на уже существующие бренды, которые перешли на сервисы, основанные на подписке, а также появлением новых моделей бизнеса по подписке. Это позволяет предпринимателям получать стабильных доход, экономя при этом на рабочей силе, накладных расходах.

7. *Растущее значение социальной ответственности*. Многие рассматривают корпоративную социальную ответственность (КСО) как ещё один вид пиар-продвижения. Социально ориентированный бизнес сегодня приносит большие деньги.

Сегодня около 92 % миллениалов предпочитают делать покупки у социально-ответственных предпринимателей и брендов [3, с. 74]. Социально-ответственный бизнес создаёт новые рыночные ниши, ориентированные на гендерно-нейтральные продукты, продукты, ориентированные на этичное и экологичное потребление, а также другие узкоспециализированные предложения.

8. *Всё более ранний период вхождения молодых людей в предпринимательство.* Сегодня представителям молодого поколения стало

трудно найти хорошо оплачиваемую работу, поэтому многие ищут нетрадиционные пути карьерного роста, в частности, идут в бизнес. Следует отметить, что предприниматели сегодня моложе, чем когда-либо [2, с. 363].

У многих молодых людей есть сильная мотивация стать бизнесменами. Более того, они обладают позитивными взглядами на бизнес. И, скорее всего, они будут продолжать своё дело ещё долгое время.

9. *Широкий выбор интернет-СМИ для рекламы и продвижения.* Многие предприимчивые молодые люди прибегают к созданию интернет-контента. Геймеры, комики, художники, педагоги и многие другие используют социальные сети для создания и монетизации контента. Предприимчивым молодым людям не обязательно открывать собственный бизнес. Теперь они могут создавать медиа-проекты в своих сетях. Следует ожидать, что в ближайшие несколько лет количество предприимчивой молодёжи, занимающейся созданием и наполнением контентом интернет-медиа-проектов, будет неуклонно расти.

10. *Развитие экологичного («зелёного») бизнеса.* Многие предприниматели стремятся к созданию экологически чистых продуктов. Сегодня это большой сегмент. Экологическое движение охватывает различные отрасли, включая экологичный консалтинг, разработку экологически чистых приложений, аудиторов энергоэффективности и предприятия по переработке отходов, экологически чистые продукты [1, с. 36].

Поскольку экологическое движение постепенно набирает обороты, можно утверждать, что в этой нише появится больше предприятий следующих направлений и сфер деятельности: компании, предлагающие переработанные канцелярские принадлежности, услуги по экологичной архитектуре, нетоксичные чистящие средства и фирмы, занимающиеся социальными инновациями.

Резюмируя, отметим, что многие из указанных тенденций тесно взаимосвязаны между собой и оказывают взаимное влияние. Те же условия, которые позволили предпринимателям вести бизнес из дома, в большей или

меньшей степени соответствуют условиям, которые создали возможности для глобализированного бизнеса. Более того, тенденции в бизнесе и обществе, возникшие в одних и тех же условиях, также тесно взаимосвязаны и, что более важно, призваны помочь предприятиям адаптироваться к новым условиям и требованиям времени и рынка.

Список литературы:

1. Лёшина, М. А. Современные технологии менеджмента и особенности их применения в условиях цифровой экономики / В сборнике: Развитие цифровой экономики в Союзном государстве Беларуси и России: достижения, проблемы, перспективы. Сборник статей международной заочной научно-практической конференции. – Минск, 2021. – С. 35-38.

2. Павлюченков, П. А. Обзор новых методов и инструментов управления в условиях цифровой экономики / П. А. Павлюченков, М. А. Лёшина // В сборнике : Актуальные вопросы экономики и управления. – 2021. – С. 362-366.

3. Economic space in the era of integration and digitalization. Novikova, N., Lukasheva, O., Luchkin, A., Belokopytov, A., Bereznyak, I., Kovaleva, E., Kramlikh, O., Lapitskaya, L., Lyoshina, M., Makhmutkhodzhaeva, L. et al. – Smolensk, 2022.

4. Territory development: past, present, future. Uskov, A., Novikova, N., Lukasheva, O., Luchkin, A., Volodchenkov, A., Yarotskaya, E., Afanasyeva, N., Chudakova, S., Kovaleva, L., Kovaleva, E., Lyoshina, M., Morozova, O., Nikonorova, A., Savchenko, T., Shcherbakova, S., Sidorenkova, I., Sokolova, M., Potekhin, G., Rimskaya, L., Vasilyeva, S. et al. Plekhanov Russian University of Economics. – Yelm, WA, USA, 2020.

Лунёва Марина Наилевна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь,
Фролова Наталья Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

АНАЛИЗ РЕЙТИНГА ESG РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Аннотация: в настоящее время одним из главных трендов развития выступает внедрение ESG-принципов в бизнес-модели корпораций, как финансового, так и нефинансового секторов экономики. Анализ рейтинга ESG.

Ключевые слова: экология, социальная ответственность, корпоративное управление, рейтинг ESG, регрессионный анализ.

ANALYSIS OF THE ESG RATING OF RUSSIAN COMPANIES

Abstract: currently, one of the main development trends is the introduction of ESG principles into the business models of corporations, both financial and non-financial sectors of the economy. Analysis of the ESG rating.

Keywords: ecology, social responsibility, corporate governance, ESG rating, regression analysis.

В современных условиях хозяйствования, тенденции социальной ответственности расширяются на все сферы деятельности организаций. В результате возникло понятие ESG, характеризующее комплекс определенных правил и принципов ведения бизнеса. В широком смысле – это устойчивый процесс развития коммерческой деятельности, основанный на принципах ответственного, уважительного отношения к окружающей среде, высокой социальной ответственности и качества корпоративного управления. Аббревиатуру ESG можно расшифровать как «экология, социальная политика и корпоративное управление».

- E (environment), характеризует ответственное отношение к окружающей среде.

- S (social), характеризует высокая социальная ответственность.

- G (governance) высокое качество корпоративного управления [1].

Основоположником современной трактовки общепринятых на сегодняшний день принципов ESG является бывший генеральный секретарь ООН Кофи Аннан. Интерпретацию данных постулатов руководителям предложено включать в стратегические планы развития предприятий [2].

Требования субъектов рынка всё большей ответственности и финансовой устойчивости от бизнеса делает внедрение ESG-трансформацию особенно актуальной. Включение принципов ESG в систему управления ведёт к изменению стратегии, пересмотру бизнес-модели, внедрению экологических и социально ответственных практик, усилению прозрачности отчётности и

управлению рисками, а также инвестициям в проекты, способствующие устойчивому развитию.

Для оценки следования компаний принципам ESG разработаны различные методики, которых более пятисот. Они различаются по подходам к оценке и методологиям.

Существует несколько пакетов стандартов раскрытия финансовой и нефинансовой информации о деятельности компаний для заинтересованных пользователей. С января 2024 г. рекомендуется использовать стандарт S1 «Общие требования к раскрытию финансовой информации, связанной с устойчивым развитием» (IFRS S1 – General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information) и стандарт S2 «Раскрытие информации, связанной с климатом» (IFRS S2 – Climate-related Disclosures). Стандарты определяют базовые критерии к раскрытию информации, включая риски и возможности компаний по достижению целей устойчивого развития [3].

Оценкой деятельности компаний и составлением ESG-рэнкинга российских компаний, среди прочих, занимается рейтинговое агентство RAEX («РАЭКС-Аналитика»). На основании утверждённой методологии присвоения ESG-рейтингов компаний, определяются насколько эффективно компания управляет своей подверженностью экологическим, социальным и управленческим рискам и как компания использует возможности, связанные с экологическими и социальными факторами, посредством политик, программ, раскрытия информации и предпринимаемых мер и инициатив [4]. Данная методика обновлена с апреля 2024 года.

При анализе было рассмотрено 150 компаний, принимающих участие в ESG- рэнкинге российских компаний.

Проведённый регрессионный анализ показал, что отрасль, к которой относится та или иная компания, не оказывает существенного влияния на рейтинг ESG в том случае, если отрасли были объединены в 3 группы:

- добывающая и обрабатывающая отрасли;

- банки и финансовые услуги;

- торговля и прочие услуги.

Доли выделенных групп в процентном соотношении можно увидеть на рисунке 1.

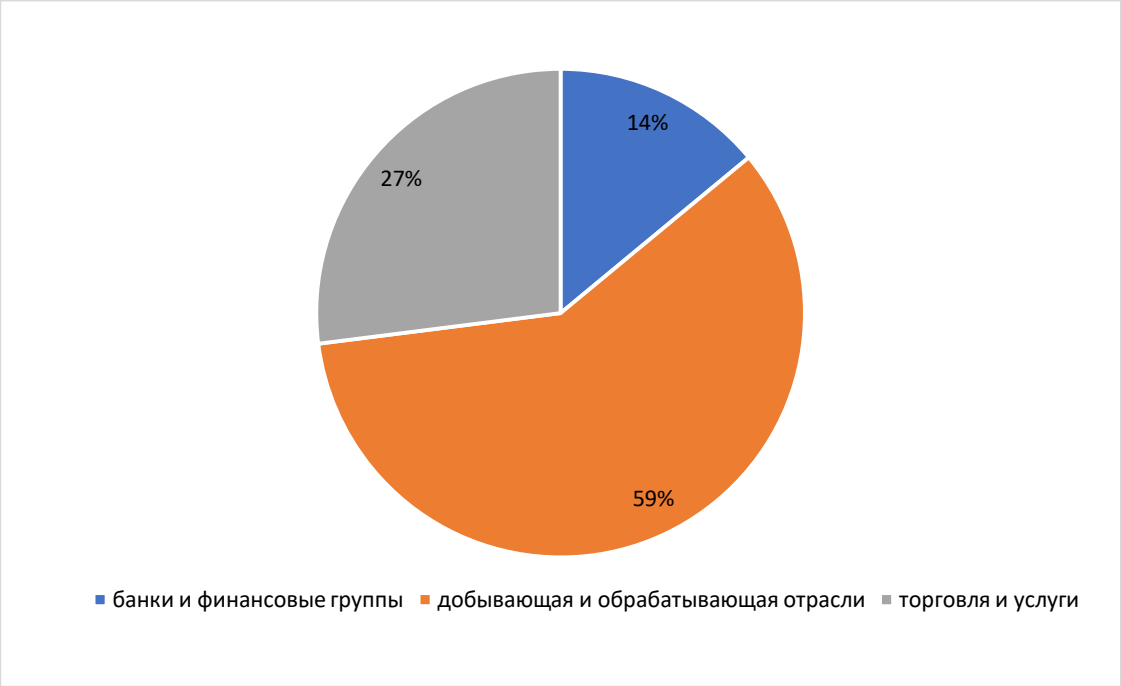


Рисунок 1 – Доля отраслей РФ, участвующих в ESG-ренкинге российских компаний в январе 2024 года [4]

Количество компаний в России, поддерживающих принципы ESG, с каждым годом увеличивается, что подтверждает осознанную социальную ответственность компаний перед обществом.

Проанализируем описательную статистику для выделенных групп отраслей и, прежде всего, самую многочисленную группу компаний, относящихся к добывающим и обрабатывающим отраслям (рисунок 2). 52 компании в этой группе относятся к добывающей отрасли, что составляет около 59 %, и оставшиеся из 88 компаний – 36 относятся к обрабатывающим отраслям и машиностроению, что составляет почти 41 %.

Только 11 компаний, относящихся к добывающей отрасли, попадают по рейтингу в первую двадцатку, что составляет около 21% от всех таких компаний. 16 компаний имеют рейтинг от 21 до 55. Остальные 25 компаний делят места в интервале от 81 места до 150

Из 36 компаний, относящихся к обрабатывающей промышленности, только 4 компании попали в первую двадцатку. Гистограмма наглядно показывает отставание обрабатывающей отрасли по сравнению с добывающей отраслью в областях воздействия на природу, корпоративном управлении и реагировании на запросы общества.

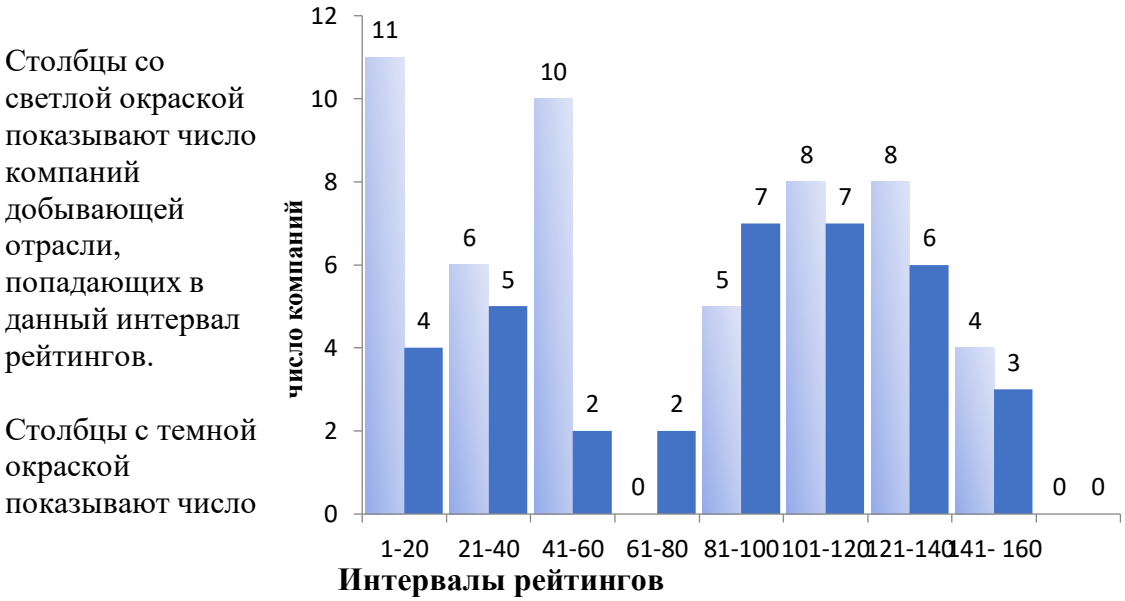


Рисунок 2 – Число компаний добывающей и обрабатывающей отраслей, с данными рейтингами [2]

Если таким же образом анализировать участие в ренкинге банков и финансовых групп, то можно видеть (рисунок 3), что их число не велико и рейтинг большинства банков достаточно низкий.

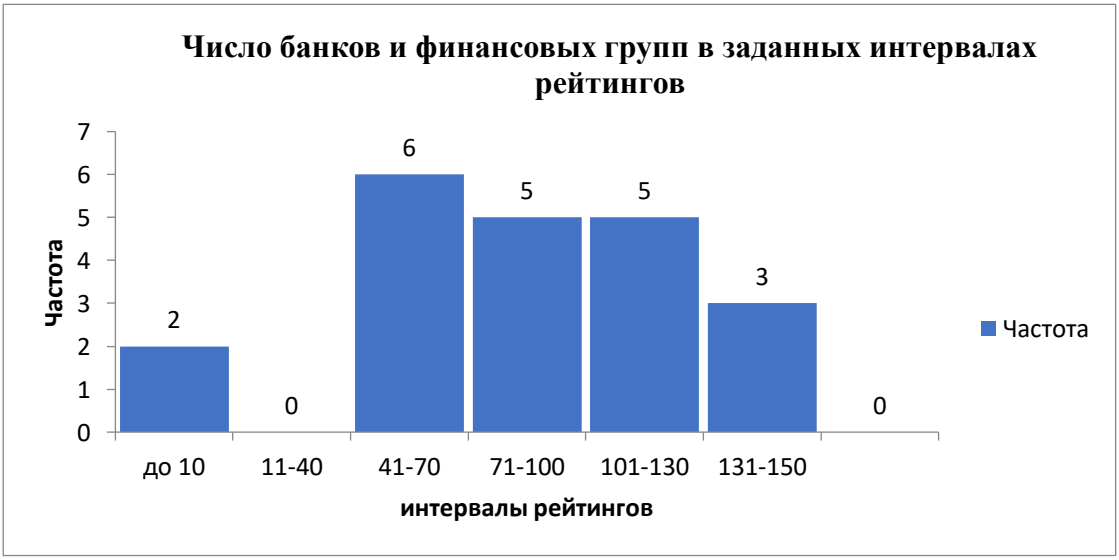


Рисунок 3 – Число банков и финансовых групп в заданных интервалах рейтингов [3]

Таким образом, статистический анализ показывает, что для компаний, участвующих в процедуре ренкинга, есть множество не до конца решённых проблем, решение которых позволит достичь 17 целей устойчивого развития (ЦУР), провозглашенных ООН.

Список литературы:

1. ESG: три буквы меняют мир [Электронный ресурс]. – URL: https://media.provodnik.ru/tehnologii-i-trendy/esg-tri-bukvy-menyayut-mir/ (дата обращения: 01.10.2024).

2. ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать. Подробнее на РБК [Электронный ресурс]. – URL: https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655 a435?from=copy (дата обращения: 01.10.2024).

3. Горбунова Н. А. ESG-Принципы и зелёная экономика: проблемы и перспективы развития / Вестник алтайской академии экономики и права. – 2024. - № 3-3. - С. 360-366 [Электронный ресурс]. – URL: https://vaael.ru/ru/article/view?id=3356 (дата обращения: 01.10.2024).

4. Рейтинговая группа RAEX «О рейтинговом агентстве» [Электронный ресурс]. – URL: https://raex-rr.com/about/ (дата обращения: 01.10.2024).

Лядова Инесса Игоревна
кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ИННОВАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Аннотация: в статье представлен обзор современных технологий, используемых ритейлерами для повышения качества обслуживания и снижения издержек дистрибуции. Сегодня к ним относятся: информационные дисплеи, электронные ценники и RFID-маркеры на товарах.

Ключевые слова: собственные торговые марки, омниканальная торговля, ритейлеры.

RETAIL INNOVATION

Abstract: the article presents an overview of modern technologies used by retailers to improve service quality and reduce distribution costs. Today, these include: information displays, electronic price tags, and RFID markers on goods.

Keywords: own trademarks, omnichannel trade, retailers.

В современных экономических условиях перед предприятиями торговли встаёт целый ряд проблем, который заставляет предприятия дополнительно изыскивать ресурсы для борьбы с конкурентами, снижать издержки обращения, повышать качество обслуживания покупателей. Это вынуждает торговый менеджмент использовать в логистике, маркетинге и торгово-технологических процессах современные технологии. К таковым можно отнести: информационные дисплеи, электронные ценники и RFID-маркеры на товарах.

В ближайшее время ожидается внедрение на современных предприятиях торговли голограмм торговых консультантов для информирования покупателей, объемное моделирование покупателей для бесконтактного подбора моделей одежды, биометрическая оплата за покупки [1].

ООО «Лента» - ведущий многоформатный продуктовый и FMCG-ритейлер в России. Компания развивает форматы гипермаркетов, супермаркетов и магазинов у дома. В октябре 2023 года ООО «Лента» приобрела розничную сеть магазинов у дома «Монетка», входящую в десятку крупнейших розничных сетей России. ООО «Лента» также предоставляет покупателям возможность совершать покупки онлайн, используя свои сервисы «Лента Онлайн», сервисы онлайн-партнёров и платформы «Утконос». ООО «Лента» является крупнейшей сетью гипермаркетов в России и четвёртой среди крупнейших продуктовых ритейлеров страны по выручке. В 2023 году выручка ритейла составила 616 млн рублей.

В связи с изменением экономической ситуации в России в 2022 и 2023 годах, ООО «Лента» было вынуждено изменить вектор своего развития. Такое решение обусловлено ростом цен на товары, разрывом цепочек поставок, а также изменением правил собственной программы лояльности.

На данный момент стратегической целью является увеличение доли отечественной продукции в ассортименте. Для этого необходимо решить три основные задачи.

1. Сократить импорт, без потерь увеличивая долю отечественной продукции.

2. Увеличить долю собственных торговых марок (СТМ) в ассортименте предприятия. Такой подход решает задачу создания визуального «разнообразия» на полках, даже если при этом фактически уменьшается количество поставщиков и брендов.

3. Дальнейшее развитие на предприятии принципов омниканальной торговли.

Предприятие работает стабильно и увеличивает рентабельность продаж, успешно преодолевая трудности, связанные с макроэкономической ситуацией в стране. За время своей работы торговая сеть «Лента» вывела на рынок более восьми тысяч товаров собственных торговых марок.

Сейчас в разработке находятся ещё 1,5 тысячи. В этом году ритейлер планировал, что объёмы продаж товаров собственного производства вырастут до 15,4 %, однако уже на данный момент доля в продажах составляет почти 16 %. Кроме того, в этом году ООО «Лента» впервые наладила работу тест-центра для определения качества и безопасности продукции собственного производства. В тест-центре работают как профессиональные эксперты по качеству продукции, так и тестологи из числа покупателей. При этом решаются две задачи: выясняется, какого качества продукты попадают к потребителю из ООО «Лента» и оценивается спрос на данные товары. Работа центра налажена таким образом, что после дегустации и оценки товара, потребители получают дополнительные бонусы на карту лояльности, а торговое предприятие приобретает постоянную обратную связь и дополнительную информацию, на основании которой может влиять на качество собственных марок товара, менять вкус, запах, консистенцию или ребрендировать упаковку, с учётом мнений потребителей. ООО «Лента» планирует на первых порах проводить два-три полноценных тестирования продукции собственных марок в день, что позволит продвигать через центр более 800 товаров в год. Сейчас площадь центра 80 квадратных метров, но её планируется расширять.

Кроме того, для поддержания качества продукции на должном уровне регулярно проводятся рейтингования СТМ. Как только уровень рейтинга товара в опросах потребителей падает, руководители тест-центра начинают определять причины и решать возникшие проблемы. Спрос на продукты собственных марок производства увеличивается уже в течение нескольких лет. Руководство центра предполагает, что новые бренды СТМ будут замещать сезонные позиции, и позиции, которые не очень хорошо себя проявили. В разработке находится целый пакет новых товаров и брендов. При этом категорийные бренды будут поступать на полки ритейла в большом количестве, хотя по объёмам не будут превышать глобальный бренд в линейке нижнего ценового сегмента «365». В планах также увеличить присутствие в каталогах ООО «Лента» продукции собственных марок на 20 %, что позволит потребителям в нынешней сложной экономической ситуации покупать высококачественные товары по более низким ценам.

В то же время следует отметить, что ООО «Лента» в ближайшее время не планирует организацию собственных производственных предприятий, так как это сопряжено с большими издержками, а будет выпускать продукцию на предприятиях своих стратегических партнёров.

Наличие новых марок СТМ позволяет преодолеть проблемы с разрывом цепочек поставок и частично заменить импортные товары в ассортименте магазина.

Также следует отметить, что ООО «Лента» сделала мощный шаг в сторону цифровой торговли, запустив омниканальную торговлю. Она объединяет все клиентские пути потребителя и всю информацию на сайтах и приложениях. Компания ожидает, что новая платформа положительно скажется на операционной эффективности и улучшит клиентский опыт.

Максимальное удобство предоставляется покупателю, который теперь на едином сайте может получить всю информацию по ассортименту товаров и выбрать любимые категории для кешбека.

Процесс интеграции начался с объединения мобильных приложений и завершился в июле текущего года слиянием сайтов компании и сервиса доставки. Новый сайт предоставляет все необходимые функции и позволяет клиентам беспрепятственно ориентироваться в продуктах и услугах «Ленты» [2].

Теперь пользователи могут на едином сайте и в едином приложении получить доступ к ассортименту конкретных магазинов «Лента», проверить наличие нужных товаров, а также выбирать любимые категории для получения кешбэка в личном кабинете. Это создаёт максимально удобный и бесшовный опыт взаимодействия с брендом, что особенно важно в условиях растущей конкуренции в сфере ритейла.

В заключение можно сказать, что сегодня рынок розничной торговли характеризуется незначительным ростом, а значит не высокой прибыльностью. Поэтому даже небольшое преимущество над конкурентами может значительно повлиять на успех работы торговой компании. Поэтому в настоящее время, в большей степени, чем когда-либо, успех приходит к тем компаниям, которые постоянно реагируют на запросы рынка, имеют более быстрый доступ к ценной информации и используют инновационные технологии.

Список литературы:

1. Лядова, И. И. Формирование ассортиментной политики розничного торгового предприятия / Российский экономический интернет-журнал. – 2020. - № 2. – С. 34 [Электронный ресурс]. – URL: https://newretail.ru/novosti/retail/lenta_zapustila_omnikanalnuyu_platformu1723/ (дата обращения: 15.09.2024).

Мазунина Татьяна Александровна
кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПАРФЮМЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ НИЗКОГО ЦЕНОВОГО СЕГМЕНТА

Аннотация: целью работы являлось проведение идентификации и проведение экспертизы качества парфюмерной продукции низкого ценового сегмента отечественных и зарубежных производителей.
Ключевые слова: парфюмерная продукция**,** идентификация, качество.

COMPARATIVE ASSESSMENT OF CONSUMER PROPERTIES OF AIR FRESHENERS

Abstract: the purpose of the work was a comparative assessment of consumer properties of air fresheners from different manufacturers. During the work, it was established that according to the tested quality indicators, all samples meet the requirements of regulatory documents. Domestic manufacturers of air fresheners produce high-quality products that have high consumer properties.
Keywords: air fresheners, consumer properties, quality, aerosol packaging.

В последние десятилетия потребление парфюмерно-косметических товаров во всём мире, в том числе и в нашей стране, возрастает. На рынке появилось огромное количество новых парфюмерных товаров с новыми потребительскими свойствами, много неизвестных ранее производителей. В то же время это одна из сложных товарных групп, которая требует от экспертов не только общих товароведных знаний, но и знаний химии, микробиологии и других наук.

Актуальность данной работы связана с тем, что вопросам выявления фальсификации парфюмерной продукции низкого ценового сегмента уделяется мало внимания в научных публикациях, при том, что по данным имеющихся публикаций, складывается мнение, что практически вся эта продукция контрафактная и поддельная. Поэтому выявление фальсификации парфюмерной продукции, реализуемой в магазинах Перми, имеет практическое значение.

При идентификации парфюмерных товаров в первую очередь устанавливают соответствие наименования изделия информации, указанной на маркировке и в сопроводительном документе. Идентификация парфюмерных товаров с подозрением на их фальсификацию требует использования не только

специальных физических, физико-химических и химических методов, но и новых эффективных способов определения фальсификации и идентификации.

Целью данной работы является проведение идентификации парфюмерных жидкостей низкого ценового сегмента разных производителей.

Объектами исследования были выбраны 4 образца парфюмерных и туалетных вод.

Образец 1. Парфюмерная вода Perfume Playboy Queen of the Game. Восточный аромат. Верхние ноты: чёрная смородина, кофе и страстоцвет; средние ноты: апельсиновый цвет, жасмин самбак; базовые ноты: пачули, шоколад бобы, тонка и белый кедр. 60 мл, 799 руб. Страна происхождения – Испания.

Образец 2. Туалетная вода About You Emotional for her. Аромат цветочно-фруктовый. 50 мл, 599 руб. Страна происхождения – Россия.

Образец 3. Парфюмированная вода ALAN BRAY Mademoiselle Joli. Тёплый, со сладостью. 50 мл, 579 руб. Страна происхождения – Россия.

Образец 4. Туалетная вода Eau du gel – Вивьен сабо. Верхние ноты открываются сочной свежестью, аппетитными игривыми аккордами граната и бархата. В сердце нежные и соблазнительно волшебные переплетения ароматов пиона, магнолии и лотоса. В базовых нотах невинная и чувственная амбра, мускус, красное дерево завершают композицию. 50 мл, 619 руб. Страна происхождения – Франция.

На первом этапе провели идентификацию наименований зарубежных парфюмерных жидкостей по приложению А ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия». Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Идентификация соответствия наименования парфюмерной продукции

Образец	**Наименование на маркировке**	**Термин по ГОСТ на языке страны происхождения**
Образец 1	Eau De Toilette	На испанском языке – Aqua de Perfume – туалетная вода; Парфюмерная вода на испанском рынке

		отсутствует
Образец 4	EAU De Toilette	На французском языке – Eau de Toilette (EdT) – туалетная вода; Eau de Parfum (EdP) – парфюмерная вода

По результатам идентификации установлено, что наименование образца 1 парфюмерной жидкости не соответствует термину на испанском языке, что логично предположить, учитывая страну происхождения – Испанию. Таким образом, это вызывает сомнение в подлинности. Образец 4 идентифицируем как туалетную воду.

Анализ данных маркировки показал:

- в пункте – организация, принимающая претензии, на образцах 2, 3, 4 не указан номер телефона или факса, по которому покупатель может обратиться с предъявлением претензии. Но в образцах 2 и 3 присутствует адрес электронной почты;
- на каждом из образцов указан номер партии, который должен помогать идентифицировать дату изготовления. Расшифровка к данным системам кодирования покупателям не представляется.

Образец 4 не имеет указаний даты изготовления, то есть проследить срок годности не представляется возможным, что является нарушением требований ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

Все образцы изготовлены не только в соответствии с российским законодательством, но и с учётом Регламента (ЕС) № 1223/2009 Европейского парламента и Совета от 30 ноября 2009 года на косметическую продукцию, размещаемую на внутреннем рынке стран ЕС, так как парфюмерные композиции образцов 2 и 3 изготовлены во Франции [4].

Проведём сравнительный анализ данных маркировки и деклараций соответствия образцов. Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительный анализ данных декларации и маркировки

Образец	**Декларация**	**Маркировка**
Название		
Образец № 1	Playboy Queen Of The Game Eau De Toilette Spray Vaporisateur For Her	
Образец № 2	Туалетная вода для женщин: About You Emotional for her (Эбаут Ю Эмоушнл для неё)	
Образец № 3	EAU De Parfum Alan Bray Mademoiselle Jolie (Алан Брей Мадемуазель Жоли	
Образец № 4	Женская туалетная вода / EAU De Toilette «EAU Du Ciel»	EAU De Toilette «EAU Du Ciel»
Изготовитель		
Образец № 1	КОТИ АСТОР С.А. Испания/ Coty Astor S.A. C/de la Marina 16-18, Torre Mapfre, Planta 16, 08005 Barcelona, Spain	Coty Astor S.A. C/de la Marina 16-18, Torre Mapfre, Planta 16, 08005 Barcelona, Spain Испания
Образец № 2	ООО «КОСМОПРОМ 2000», Россия, 143960, Московская обл., г. Реутов, ул. Транспортная, д. 7.	
Образец № 3	ООО «Арома Пром», Российская Федерация, 143532, Московская область, Истринский район, г. Дедовск, ул. 1-я Волоколамская, д. 74 А	
Образец № 4	Vivienne Cosmetiques S.A.S, 81 rue Reamur 75002 PARIS FRANCE	
Страна происхождения		
Образец № 1	Испания	Испания
Образец № 2	Россия	Россия
Образец № 3	Россия	Россия
Образец № 4	Франция	Франция

Сравнительный анализ данных маркировки и деклараций образцов расхождений не выявил.

Экспертиза упаковки образцов проведена на соответствие действующих стандартов и по потребительским показателям идентификации.

Все представленные образцы упакованы в стеклянные флаконы ёмкостью 60 и 50 мл. Флаконы образцов 2 и 4 имеют дозатор, с помощью которого пользоваться содержимым флакона удобно и экономично, и плотно закрывающийся колпачок. На флаконах нет дефектов – царапин, трещин. Все флаконы имеют наклейки с указанием бренда и названием изделия. Каждый из образцов упакован в коробки, три из которых запечатаны прозрачной целлофановой плёнкой. Маркировка нанесена непосредственно на картонные коробки. Коробки не помятые, чистые. Внешний вид анализируемых упаковок,

не имеет дефектов, что говорит о правильном транспортировании и хранении продукции.

Образец 1 имеет флакон неэстетичного вида, защитно-декоративный колпачок снимается с усилием. Это вызывает подозрение в подлинности испанского происхождения.

Образец 3 не соответствует требованиям ГОСТ 33214-2015 «Средства укупорочные полимерные и комбинированные для парфюмерно-косметической продукции. Общие технические условия» по несоответствию предохранительного колпачка.

На основании проведённых исследований установлено, что по исследованным органолептическим и физико-химическим показателям образцы 2 и 3 российского производства соответствуют стандартным требованиям. Образцы 1 и 4 не оценивались по стандартным требованиям, так как, как заявлено, имеют зарубежное происхождение.

Далее были оценены потребительские свойства по заявленным в описании ароматам и их стойкости.

Образец 1 имеет признаки фальсификации по аромату. Все исследованные образцы имеют низкую стойкость ароматов, ниже 2 часов.

На основании проведённого исследования установили:

- образец 1 (Perfume Playboy Queen of the Game) имеет признаки фальсификации по наименованию, аромату, упаковке;

- образцы 2 и 3 не соответствуют ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия» по стойкости аромата;

- маркировка образца 4 (Eau du gel) не соответствует требованиям ТР ТС 009/2011.

Данные факты определили внесение следующих предложений.

1. Довести до сведения Роспотребнадзора по Пермскому краю выявленные факты реализации фальсифицированной продукции.

2. Торговым компаниям следует усилить приёмочный контроль парфюмерной продукции, для этого необходимо повышать квалификацию персонала.

3. Российским производителям следует повысить качество упаковки, для этого нужно внедрить более совершенное оборудование для обтяжки упаковки целлофаном и усовершенствовать производство укупорки.

Список литературы:

1. ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

2. ГОСТ 33214-2015 «Средства укупорочные полимерные и комбинированные для парфюмерно-косметической продукции. Общие технические условия».

3. ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия».

4. Мазунина, Т. А. Маркировка товаров и её значение в обнаружении фальсификации / Т. А. Мазунина, С. В. Панасенко, С. А. Мазунин // Плехановский торговый форум. Мировая торговля в условиях турбулентности: Сборник статей по итогам IV Международной научно-практической конференции, Москва, 23 марта 2018 года. – Москва: Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, 2018. – С. 158-164. – EDN PBNOGT. (дата обращения: 19.09.24 г.).

Маркушина Анна Александровна
старший преподаватель
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Краснодар
Парий Мария Анатольевна
студентка
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Краснодар

БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ: ВЫЯВЛЕНИЕ ЕЁ ОСНОВНОЙ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Аннотация: в статье рассматривается проблема безработицы в России, и выявляются основные тенденции её развития посредством применения известной методики сглаживания скользящей средней из категории методов механического выравнивания. В процессе анализа и статистического изучения тренда было выявлено, что прогнозные значения величины уровня безработицы в стране на конец 2024 г. и 2025 г. будут составлять соответственно 3,5 % и

3,6 %, и, в целях предотвращения этого дальнейшего нежелательного роста, авторами предложено проведение определённых мероприятий.
Ключевые слова: безработица, тенденция развития, метод скользящей средней, уровень безработицы.

UNEMPLOYMENT IN RUSSIA: IDENTIFICATION OF ITS MAIN DEVELOPMENT TREND

Abstract: the article examines the problem of unemployment in Russia and identifies the main trends in its development through the well-known moving average smoothing technique from the category of mechanical leveling methods. In the process of analyzing and statistically studying the trend, it was revealed that the projected values of the unemployment rate in the country in 2024 and 2025 will be 3.5% and 3.6%, respectively, and in order to prevent this further undesirable growth, the authors proposed certain measures.
Keywords: unemployment, development trend, moving average method, unemployment rate.

Безработица – это социально-экономическое явление, характеризующееся наличием трудоспособных граждан, желающих, способных работать и активно ищущих подходящие вакансии, но не имеющих возможности трудоустроиться [1].

На сегодняшний день предвидение новых тенденций альтернатив развития безработицы в России может стать подсобной составляющей в части:

1) выявления причины безработицы и разработки мер по её снижению;

2) прогнозирования возможных последствий безработицы для экономики и общества страны в целом;

3) формирования стратегии борьбы с безработицей и обеспечения занятости населения;

4) оценки эффективности мер государственной политики в области занятости и социальной защиты безработных граждан и т. д.

И это далеко не весь список обоснований важности прогнозирования тенденций развития незанятости.

Для того чтобы определить общее направление развития безработицы в России, нами взяты статистические данные в категории уровня безработицы населения России в возрасте 15-72 лет за 2000–2023 гг. (таблица 1) [3]. Такой

большой временной период позволит более точно рассчитать варианты количественных показателей безработицы.

Конечно, наглядно судить о характере общей тенденции развития сложно, поэтому для статистического изучения тренда используем известную методику сглаживания скользящей средней из категории методов механического выравнивания. Выбор данной методики во многом обусловлен краткосрочным планированием, так как прогноз будет составлен на 2 года: 2024 г. и 2025 г. В основу этого метода положено определение по исходным данным сглаженных теоретических уровней, в которых случайные колебания погашаются, а основная тенденция развития выражается в виде плавной линии.

Таблица 1

Уровень безработицы населения России в возрасте 15-72 лет за 2000–2023 гг. [3]

Показатель	**Годы**																							
	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Уровень безработицы населения России в возрасте 15-72 лет	10.6	9.0	7.9	8.2	7.8	7.1	7.1	6.0	6.2	8.3	7.3	6.5	5.5	5.5	5.2	5.6	5.5	5.2	4.8	4.6	5.8	4.8	4.0	3.2

Дадим прогноз уровня безработицы населения России на следующие 2024 и 2025 годы в предположении аддитивной модели. Для начала исключаем сезонную компоненту методом скользящих средних (таблица 2). Выберем скользящую среднюю с интервалом 4. Для этого сложим 4 последовательных значения уровня безработицы, результат запишем в столбце «Итого за четыре года» напротив третьего слагаемого (таблица 2): $10,6+9+7,9+8,2=35,7$; $9+7,9+8,2+7,8=32,9$ и т. д.

Определим скользящую среднюю за четыре года посредством деления каждого значения 3-го столбца на 4 (таблица 2): $35,7/4=8,925$ и т. д.

Определим центрированную скользящую среднюю посредством вычисления полусуммы двух соседних значений 4-го столбца, результат обозначим напротив нижнего из них (таблица 2): $\frac{8{,}925+8{,}225}{2}=8{,}575$; $\frac{8{,}225+7{,}75}{2}=7{,}7875$ и т. д.

Наконец, произведём оценку сезонной компоненты посредством вычисления разности уровня безработицы и центрированной скользящей средней (таблица 2): $9-8{,}575=-0{,}675\,7$; $8{,}2-7{,}9875=0{,}2125$ и т. д.

Таблица 2

Определение сезонной компоненты методом скользящих средних

Номер периода *(t)*	**Уровень безработицы *(yt)***	**Итого за четыре года**	**Скользящая средняя за четыре квартала**	**Центрированная скользящая средняя**	**Оценка сезонной компоненты**
2000	10,6	-	-	-	-
2001	9	35,7	8,925	-	-
2002	7,9	32,9	8,225	8,575	-0,675
2003	8,2	31	7,75	7,9875	0,2125
2004	7,8	30,2	7,55	7,65	0,15
2005	7,1	28	7	7,275	-0,175
2006	7,1	26,4	6,6	6,8	0,3
2007	6	27,6	6,9	6,75	-0,75
2008	6,2	27,8	6,95	6,925	-0,725
2009	8,3	28,3	7,075	7,0125	1,2875
2010	7,3	27,6	6,9	6,9875	0,3125
2011	6,5	24,8	6,2	6,55	-0,05
2012	5,5	22,7	5,675	5,9375	-0,4375
2013	5,5	21,8	5,45	5,5625	-0,0625
2014	5,2	21,8	5,45	5,45	-0,25
2015	5,6	21,5	5,375	5,4125	0,1875
2016	5,5	21,1	5,275	5,325	0,175
2017	5,2	20,1	5,025	5,15	0,05
2018	4,8	20,4	5,1	5,0625	-0,2625
2019	4,6	20	5	5,05	-0,45
2020	5,8	19,2	4,8	4,9	0,9
2021	4,8	17,8	4,45	4,625	0,175
2022	4	-	-	-	-
2023	3,2	-	-	-	-

Для того, чтобы рассчитать прогнозные значения уровня безработицы, необходимо установить скорректированную сезонную вариацию (таблица 3).

Сначала распределяем по порядку в 4 строки результат 6-го столбца 2 таблицы, далее вычисляем среднее значение последовательности чисел каждой строки (таблица 3): $\frac{0,15-0,725-0,438+0,175+0,9}{5}=0,012$;

$\frac{-0,175+1,288-0,063+0,05+0,175}{5}=0,255$ и т. д.

Затем, посредством усреднения оценок сезонной компоненты для i-го года получаем корректирующий коэффициент (таблица 3): $\frac{0,012+0,255-0,115-0,17}{4}=-0,004$.

Далее, каждую получившуюся среднюю оценку сезонной компоненты для i-го года делим на корректирующий коэффициент, в результате получаем скорректированную сезонную компоненту (таблица 3): $0,012/(-0,004)=-2,857$; $0,255/(-0,004)=-58,286$ и т. д.

Таблица 3

Определение скорректированной сезонной компоненты

Период							**Средняя оценка сезонной компоненты для i-го года *(^Si)***	**Скорректированная сезонная компонента *(^Si)***
I	-	0,150	-0,725	-0,438	0,175	0,900	0,012	-2,857
II	-	-0,175	1,288	-0,063	0,050	0,175	0,255	-58,286
III	-0,675	0,300	0,312	-0,250	-0,263	-	-0,115	26,286
IV	0,212	-0,750	-0,050	0,188	-0,450	-	-0,170	38,857
Корректирующий коэффициент *(к)*							-0,004	

Изобразим динамику уровня безработицы населения России в возрасте 15-72 лет за 2000-2023 гг. в виде графика, установим линию тренда, её

уравнение и величину достоверности аппроксимации (R^2) на диаграмме (рисунок 1).

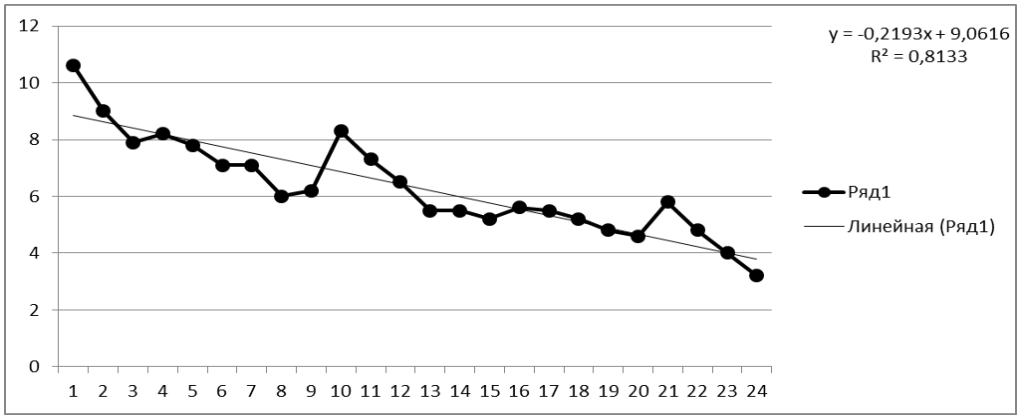


Рисунок 1 – Динамика уровня безработицы населения Российской Федерации в возрасте 15-72 лет за 2000–2023 гг. [3]

Посредством средней оценки сезонной компоненты для i-го года и уравнения линии тренда спрогнозируем значения величины незанятости на последующие 2 года:

Для 2024 г.: $-0{,}2193 * 25 + 9{,}0616 + 0{,}0125 = 3{,}5916 \approx 3{,}5\%$

Для 2025 г.: $-0{,}2193 * 26 + 9{,}0616 + 0{,}255 = 3{,}6148 \approx 3{,}6\%$

Таким образом, по прогнозу уровень безработицы на конец 2024 г. и 2025 г. будет составлять соответственно 3,5 % и 3,6 %, то есть предполагается рост величины незанятости в Российской Федерации, и можно сделать вывод о том, что основная тенденция развития безработицы в России – отрицательная.

В рамках перспектив улучшения положения с безработицей в нашей стране и в целях предотвращения её ожидаемого нежелательного роста рекомендуется в дальнейшем проведение следующих мероприятий [2]:

1) создание новых рабочих мест;
2) развитие малого и среднего бизнеса;
3) повышение квалификации и переобучение кадров;
4) поддержка молодых специалистов и уязвимых групп населения;
5) улучшение условий труда и повышение заработной платы;
6) развитие социального партнёрства между работодателями и профсоюзами;

7) совершенствование законодательства в сфере занятости и трудовых отношений.

Список литературы:

1. Безработица / Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). – СПб. – С. 1890—1907.

2. Дадавова, У. Э. Основные методы борьбы с безработицей в России на современном этапе / У. Э. Дадавова // Студент года 2023: сборник статей III Международного учебно-исследовательского конкурса. Петрозаводск, 15 января 2024 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2024. – С. 56-60. – EDN BYDKUL.

3. Уровень безработицы населения в возрасте 15-72 лет по субъектам Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/trud-3_15-72.xlsx (дата обращения: 09.06.24).

Мустафаев Рустам Камалович
аспирант
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИКТ В ВУЗАХ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: в статье рассматривается вопрос повсеместного внедрения ИКТ в образовательный процесс. Освещаются основные аспекты положительного влияния цифровой трансформации образования, затронувшей все учебные заведения, включая университеты, на качество образовательных процессов. Автор обращает внимание на наиболее распространённые цифровые инструменты и ресурсы, применяемые в образовательный сфере на данный момент, а также указывает на некоторые возможные последствия их дальнейшей популяризации. Педагогический инструментарий в информационную эпоху существенно расширяется и дополняется новыми форматами, стилями и направлениями обучения, предоставляя широкий спектр возможностей для выведения образовательного процесса на качественно новый уровень.

Ключевые слова: цифровизация образования, ИКТ, высшее образование, веб 2.0., цифровые навыки.

USING ICT IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS TO IMPROVE THE QUALITY OF HIGHER EDUCATION

Abstract: the article deals with the issue of widespread introduction of ICT in the educational process. The main aspects of the positive impact of the digital transformation of education, which has affected all educational institutions, including universities, on the quality of educational processes, are highlighted. The author draws attention to the most common digital tools and resources used in the educational field now and points out some possible consequences of their further popularization. Pedagogical tools in the information age are significantly expanded and supplemented with new formats, styles and directions of learning, providing a wide range of opportunities to bring the educational process to a qualitatively new level.

Keywords: digitalization of education, ICT, higher education, web 2.0., digital skills.

Образовательные системы всего мира трансформируются под воздействием информационно-коммуникативных технологий. Интеграция ИКТ в преподавание и обучение выступает одной из актуальных проблем образовательной сферы. Большинство вузов стремится к ускорению цифровизации образовательного процесса, что связано, в первую очередь, с рядом преимуществ применения цифровых технологий в образовательном процессе [2, с. 86–87]. Положительное влияние преобразования высшего образования посредством инновационных технологий проявляется в следующих аспектах.

Во-первых, *ускорение коммуникации* между участниками образовательного процесса. Интернет-пространство выступает главным коммуникативным инструментом в современном образовании и способствует преодолению географических границ, созданию единого глобального образовательного сообщества, что в значительной степени упрощает процесс обмена информацией, опытом и знаниями, а также делает возможным онлайн-присутствие на различных научных конференциях и открытых лекциях ведущих университетов мира, студенты имеют возможность подготавливать совместные проекты с учащимися других стран. Общение при помощи информационных технологий внутри педагогического сообщества позволяет своевременно обнаруживать и устранять ошибки и неточности в учебных материалах, учиться у коллег современным и эффективным методикам

обучения, что ведет к синергетическому эффекту повышения качества образования в целом [6].

Во-вторых, цифровизация образования обеспечила *доступность обширного массива информации* в различных форматах (базы данных, электронные библиотеки, обучающие видео- и аудио-лекции и др.), что существенно облегчает процесс поиска наиболее актуальных исследовательских материалов для проведения научного исследования. Сейчас большинство научных исследований, а также классических книг доступно студентам в электронном формате, что не только существенно ускоряет поиск информации, но и расширяет диапазон поиска. Так, если раньше студент мог найти в библиотеках своего города лишь ограниченное количество научных изысканий, то в настоящий момент, благодаря сети Интернет, ему доступна всемирная база исследований авторов различных временных периодов. С одной стороны, это, безусловно облегчает процесс поиска и подбора литературы, а с другой – повышает научную ценность исследований ввиду учета наиболее актуальных и разнообразных источников.

В-третьих, информационные технологии выступают своеобразным *мотивирующим фактором* обучения. Так, использование ИКТ повышает степень вовлечённости студентов в образовательный процесс, поскольку делает его более разнообразным и увлекательным путём использования множества способов представления информации (интерактивные и смарт-доски, презентации, видео, тесты с автоматической проверкой и т. д.). Поколение «Z» и миллениалы активно используют технологии в своей жизни, в связи с чем образовательный процесс, в котором активно применяются инструменты ИКТ, становится для современных учащихся более привлекательным, что в свою очередь мотивирует их к обучению. Цифровизация предоставляет преподавателям обширный инструментарий для создания динамичной и интерактивной образовательной среды, при этом студенты также активно участвуют в создании образовательного контента [6].

Одним из ярких примеров успешного применения цифровых инструментов в обучении являются набирающие всё большую популярность платформы массовых открытых онлайн-курсов (МООК), которые обеспечивают доступ к знаниям от ведущих преподавателей со всего мира. Платформы МООК активно используют геймификацию образовательного процесса: привносят в обучение игровые элементы, что делает его увлекательным для пользователей и повышает уровень усвоения материала. Так, к примеру, одна из самых популярных образовательных платформ Coursera, которая предоставляет доступ к онлайн-курсам от ведущих университетов и компаний мира и даёт возможность получения степени, при составлении материалов активно использует различные элементы геймификации (анимации, моделирование ситуаций, вознаграждения за успешное освоение материала и рейтинговые системы учащихся, видеоуроки, всплывающие окна и т. д.) [1, с. 56]. Другими примерами МООК являются: бесплатная образовательная платформа Khan Academy, приложения по изучению иностранных языков Memrise и Duolingo, платформа Stepik с широким перечнем курсов (как платных, так и бесплатных) и др. Обилие курсов, многие из которых предоставляют студентам сертификаты о прохождении обучения, а некоторые (к примеру, Coursera) имеют опцию получения степени онлайн, позволяет современному пользователю проходить обучение в удобное для него время: студенты могут брать дополнительные бесплатные курсы, чтобы лучше усвоить учебный материал или повысить уровень знаний и навыков без ущерба для основного обучения; преподаватели же могут проходить курсы по повышению квалификации, освоению новых навыков и использованию передовых методик в образовании (в том числе, по совершенствованию цифровых навыков преподавательского состава).

В-четвёртых, технологическая трансформация обучения способствует *индивидуализации образования и инклюзивности*. Каждый из студентов уникален и обладает разным уровнем мотивированности, когнитивных способностей освоения учебного материала, имеет отличающийся от других

опыт предыдущего обучения и может лучше или хуже усваивать информацию в зависимости от формата предоставления информации и стиля обучения [5]. В связи с этим использование цифровых инструментов в преподавании даёт возможность построения эффективной дифференцированной системы обучения, которая позволит учитывать индивидуальные особенности каждого студента, предоставляя широкий спектр возможностей персонализации учебного материала. Информационные технологии способствуют тому, что современные преподаватели обладают множеством ресурсов и инструментов для проектирования учебных курсов таким образом, чтобы они учитывали особенности каждого учащегося. Студенты же, в свою очередь, могут использовать многочисленные образовательные ресурсы для лучшего понимания материала, поиска интересующей информации, получения дополнительных знаний, а также взаимодействия с преподавателями и другими обучающимися.

В-пятых, ИКТ имеет прикладное значение для *повышения эффективности административных процессов вуза*, оценки результативности применяемых учебных программ и инструментов и управления обучением. Множество современных вузов применяют в своём управлении различные цифровые инструменты, которые упрощают многие административные задачи (например, в управлении обучающимися, персоналом, общим администрированием и т. д.) посредством автоматизации документооборота, электронного ведения записей и бумажной документации [4]. Использование технологических возможностей в управлении административными процессами (к примеру, при составлении расписания студентов и преподавателей, распределении нагрузки между членами профессорско-преподавательского состава, оценке прогресса обучающихся, мониторинге эффективности текущей стратегии развития университета и др.) значительно ускоряет их, минимизируя вероятность допущения ошибок и сбоев в образовательном процессе ввиду человеческого фактора, а также снижая нагрузку административного персонала вуза.

Важно, что адаптация университетов к новым обстоятельствам во многом зависит от степени понимания необходимости ускоренной цифровизации и освоения преподавателями и персоналом цифровых навыков для работы с новыми дидактическими инструментами и адаптации учебных материалов к цифровой среде. Эффективными современными автоматизированными системами управления обучением (Learn Management System, LMS) являются такие, как Moodle, Google Classroom, Microsoft Team и др.

В-шестых, высокий уровень использования передовых технологий в обучении *повышает престиж университета* и улучшает качество образования, способствуя привлечению большего количества абитуриентов. Современный абитуриент избирателен и при своём выборе учебного заведения ориентируется в том числе и на технологическую оснащенность вуза, применение им передовых технологических решений в организации образовательного процесса. В связи с этим многие университеты сегодня стремятся к ускоренному внедрению ИКТ в учебный процесс, разрабатывают новые стратегии развития, предусматривающие высокую степень цифровизации обучения, выделяют средства на развитие технологического потенциала вуза, сотрудничают с другими образовательными учреждениями, которые уже успешно используют цифровые ресурсы в процессе обучения, - всё это способно повысить конкурентные преимущества современного вуза, привлечь абитуриентов, а также повысить качество образования в целом.

В своём итоге цифровизация способна вывести образование на качественно новый уровень. Использование ИКТ предоставляет широкий выбор цифровых инструментов и ресурсов для создания эффективной учебной среды для подготовки высококвалифицированных специалистов, обладающих высоким уровнем цифровых навыков для работы с данными.

Список литературы:

1. Козлова, Н. Ш. Тенденции цифровой трансформации образования в современных условиях / Н. Ш. Козлова, Р. С. Козлов. Вестник Майкопского

государственного технологического университета. – 2020. – № 3(46). – С. 51–59.

2. Минина, В. Н. Цифровизация высшего образования и её социальные результаты / Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2020. – Т. 13. – С. 84–101.

3. Суходеева, Т. С. Цифровая трансформация современного высшего образования / Т. С. Суходеева, К. Ч. Акберов. Информация и образование: границы коммуникаций. – 2019. – № 11 (19). – С. 15–16.

4. Шепелова, Н. С. Основные проблемы цифровой трансформации высшего образования в России / Н. С. Шепелова, Н. Н. Шепелов. Экономические исследования и разработки. – 2020. – № 2. – С. 46–52.

5. Alam, M. Use of ICT in Hight Education. The International Journal of Indian Psychology, 2017, Vol. 3, No. 68. Pp. 2349-3429.

6. Velkateswaram, P. S., Ayasrah, F. T. M., Nomula, V. K. Application of artificial intelligence tools in higher education. Data-Driven Decision Making for Long-Term Business Success. IGI Global, 2024. – Pp. 124-136.

Нагоева Тамара Александровна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в течение последнего десятилетия деятельность малых и средних предприятий (МСП) в России активно развивается за счёт реализации масштабных проектов в различных отраслях экономики и разработки мер государственной поддержки субъектов. При этом, по сравнению с общемировыми трендами, уровень вклада в экономику сектора МСП остаётся не высоким. Существует ряд проблем, препятствующих его росту, от социально-экономической нестабильности российской экономики до отсутствия эффективной системы управления финансовыми активами предприятия. В настоящем исследовании приведён анализ практического опыта по развитию малого предпринимательства, включающий оценку наиболее результативных подходов к управлению финансовыми активами менеджментом малого предприятия.

Ключевые слова: малое предприятие, управление финансовыми активами, налогообложение, финансовая поддержка.

SMALL BUSINESS FINANCIAL MANAGEMENT TOOLS

Abstract: over the past decade, the activities of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Russia have been actively developing through the implementation of large-scale projects in various sectors of the economy and the development of measures of state support for subjects. At the same time, compared with global trends, the level of contribution to the economy of the SME sector remains low. There are a number of problems hindering its growth, from the socio-economic instability of the Russian economy to the lack of an effective financial asset management system of the enterprise. This study provides an analysis of practical experience in the development of small business, including an assessment of the most effective approaches to managing financial assets by the management of a small enterprise.

Keywords: small enterprises, financial asset management, taxation, financial support.

Дефицит капитала, во многом вызванный недоступностью заемного капитала, одна из ключевых проблем, с которыми сталкивается малый бизнес в момент создания и (или расширения) деятельности. Если крупные предприятия могут резко увеличить свои доходы в основном за счёт перехода на массовый выпуск продукции, то предприятиям малого бизнеса надо рассчитывать на оптимальную хозяйственную ориентацию (на узкие группы потребителей) и находить при этом выгодные формы взаимодействия с крупными предприятиями. Управление финансовыми активами малого предприятия, выстроенное на принципах гибкости, эффективности и массовой вовлечённости сотрудников в достижение стабильного развития предприятия, становится фактором роста компании в условиях нарастания различного рода ограничений.

Текущее положение малого бизнеса в России, в целом, можно охарактеризовать как удовлетворительное. Так, вклад в экономику субъектами МСП в 2023 году составил 21,0 % ВВП России, что существенно выше показателя 2021 года на 0,7 % (на конец 2021 года 20,3 %). В абсолютных цифрах – 32,6 трлн рублей [1]. Общее число МСП на сегодня в России – 6 437 421, из них малых предприятий, включая микропредприятия, 6 416 462 (99,67 % от общего числа) [2]. Среди федеральных округов наибольшая концентрация субъектов МСП зафиксирована в Центральном федеральном округе (32 %) (за счёт г. Москвы), на втором месте Приволжский федеральный

округ (17 %) (здесь лидирует Республика Татарстан) и замыкает «тройку лидеров» Северо-Западный федеральный округ с долей 11,3 % (большая часть МСП сосредоточена в г. Санкт-Петербург). В совокупном денежном обороте сектору МСП принадлежит до 37 % всех денежных операций в год, а по уровню занятости 40 %. На сегодняшний день среднесписочная численность сотрудников данных предприятий составляет 15 115 299 человек [5].

Рассмотрим значение малого предпринимательства с социальной, экономической, научно-технической и политической точек зрения.

Социальная значимость малого бизнеса определяется массовостью группы мелких собственников – владельцев малых предприятий и их наёмных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с развитой рыночной экономикой. Именно эта группа населения обслуживает основную массу потребителей, производя комплекс продуктов и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка.

Экономическая значимость обусловлена вкладом в национальную экономику и, в сравнении страновых показателей, к сожалению РФ уступает ведущим странам мира (в США доля МСП в ВВП – 50 %, В КНР – 85 %) [3].

Вклад в научно-техническое развитие страны субъектами МСП довольно сложно оценить через количественные показатели. Однако, существенный толчок к развитию в данном направлении, малые предприятия получили благодаря активной политике государства в области импортозамещения, которая в том числе предполагала существенное финансирования научно-технических проектов.

Политическая значимость деятельности МСП одновременно объединяет выше обозначенные аспекты и прописана в Федеральном законе от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и других нормативно-правовых актах как на федеральном, так и на региональном уровнях [10]. На рисунке 1 приведена, к примеру, Система поддержки субъектов МСП на региональном уровне.

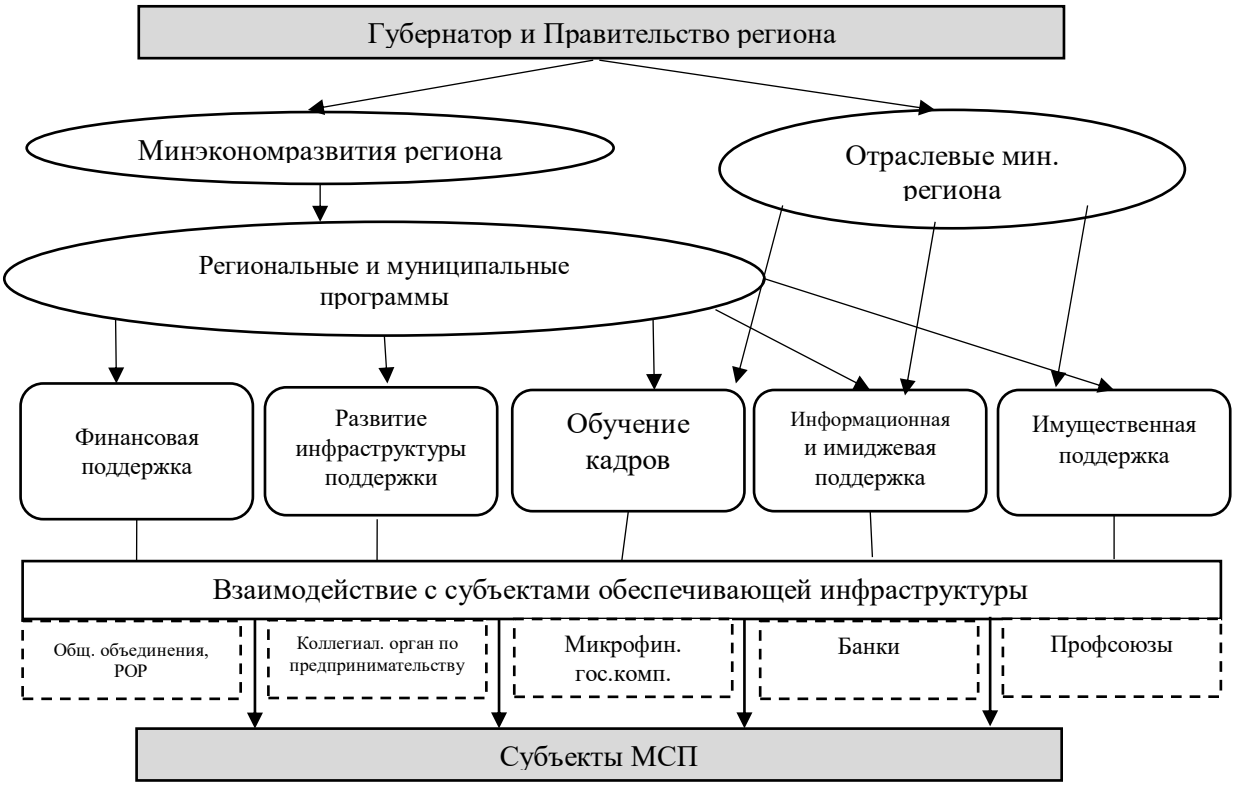


Рисунок 1 – Система поддержки субъектов МСП региона
(составлено автором по [4, 6, 8-11])

Государственная поддержка субъектов МСП осуществляется в рамках Национального проекта по развитию предпринимательства и государственной программы «Экономическая политика и инновационное развитие», и включает в себя финансовую, имущественную, информационную, консультационную поддержку; поддержку в области инноваций и промышленного производства, поддержку субъектов МСП, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Значение данных мер поддержки весьма высоко в период социально-экономической нестабильности в стране, вызванной в основном влиянием внешних факторов, таких как: усиление санкций со стороны недружественных стран; девальвация национальной валюты; усложнение логистики по доставке импортных комплектующих, сырья и материалов; высокий уровень тревожности и неопределённости в российском обществе; недоступность передовых зарубежных IT-технологий.

Существенно влияние данных факторов на механизм управления финансовыми активами МСП. Рассмотрим основные подходы к управлению финансами предприятий МСП.

Первый подход связан с поиском источников финансирования деятельности МСП. Среди наиболее эффективных инструментов следует выделить: совершенствование способов управления дебиторской задолженностью организации путём принятия дополнительных мер по ускорению инкассации средств и предоставления скидок за предоплату заказов; изменение ценовой политики с учётом привлечения краткосрочных кредитов банков; привлечение инвестиционного проектирования из различных источников (в том числе грантов).

Следующий подход предполагает инструментарий по управлению финансовыми результатами предприятия. Где разработка и активизация маркетинговых мероприятий едва ли не единственный способ обеспечения пополнения оборотных активов предприятия. В свою очередь меры по оптимизации финансовых затрат предприятия при производстве и реализации продукции, работ, услуг являются дополнительным резервом роста капитала предприятия. Для производственных предприятий в качестве наиболее эффективного способа повышения прибыли будет совершенствование системы управления запасами путём контроля за оборачиваемостью оборотных средств с закреплением центров ответственности.

Третий подход заключается в разработке мер по снижению налоговой нагрузки, т. е. в выборе оптимальной системы налогообложения для предприятия. На сегодняшний день в России несколько режимов налогообложения: общая система налогообложения (ОСН); упрощенная система налогообложения (УСН); патентная система налогообложения (ПСН); налог на профессиональный доход (НПД). В таблице 1 приведён их сравнительный анализ. Практика показывает, что малый бизнес чаще применяет УСН, её преимущества очевидны: низкая налоговая нагрузка по сравнению с ОСН; возможность выбрать подходящий объект обложения:

«доходы» со ставкой 6 % или «доходы минус расходы» со ставкой 15 % (размер ставок может варьироваться в зависимости от региона где предприятие зарегистрировано); декларацию по УСН нужно подавать всего один раз в год; режим действует во всех регионах России; УСН можно совмещать с ПСН.

Однако, с 1 января 2025 года организации и индивидуальные предприниматели, применяющие упрощённую систему налогообложения (УСН), будут являться плательщиками НДС. По мнению экспертов, это приведёт к снижению числа вновь регистрируемых малых предприятий и к искусственному «дроблению» бизнеса.

Таким образом, в исследовании приведён обобщённый опыт методологии управления финансовыми активами малого предприятия, законодательства в сфере развития сектора МСП и практики, сложившейся на данный момент.

Сравнительный анализ систем налогообложения для субъектов МСП*

Критерий	НПД	ПСН	УСН	ОСН
Преимущества	Возможность легально работать с любыми организациями по договорам об оказании услуг, авторского заказа или подряда. Можно совмещать с основной работой по трудовому договору.	Применение патентной системы налогообложения предусматривает освобождение от обязанности по уплате: НДФЛ, налога на имущество физических лиц, НДС	Регион имеет право применения пониженных налоговых ставок. Применение УСН предусматривает освобождение от обязанности по уплате: налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций.	Работать на общей системе может любой предприниматель или организация. Для этого не нужно соответствовать каким-либо условиям и ограничениям.
Недостатки	Запрещено нанимать на работу сотрудников по трудовому договору. Отсутствие отчислений в СФР (пенсию, больничный лист).	Применять ПСН имеют право только ИП, средняя численность наемных работников которых, не превышает 15 человек	Для применения УСН необходимо выполнение определенных условий: Число сотрудников до 130 чел.; годовой доход до 200 млн. руб.; остаточная стоимость до 150 млн. руб.	Высокий уровень налогового бремени. Сложная отчетность по налогам.
Применение специальных средств	Нет необходимости использовать онлайн-кассу. Применение специального приложения	Не предусмотрено.	Использование контроль-кассовой техники обязательно.	Не предусмотрено
Налоговые льготы	Налоговый вычет — 10 тыс. руб.	Расширен перечень видов деятельности, в отношении которых может применятся ПСН, которые определяет субъект РФ.	Льготы данным режимом налогообложения не предусмотрены.	Льготы данным режимом налогообложения не предусмотрены.
Порядок уплаты налога	Максимальный годовой доход не должен превышать 2,4 млн руб. или 200 тыс. руб. в месяц (если ваш доход будет больше, придется заплатить НДФЛ в размере 13%; в таком случае выгоднее оформить ИП, для которого ставка ниже — 6%).	Размер налоговой базы определяется ФНС. Размер налога = (налоговая база / 365 (366) дней Х количество дней срока, на который выдан патент) Х 6%	Организации уплачивают налог и авансовые платежи по месту своего нахождения, а индивидуальные предприниматели - по месту своего жительства. При объекте налогообложения «доходы» ставка составляет 6% (может быть понижена до 1%). Если «доходы минус асходы», ставка составляет 15%. (может быть понижена до 5%).	Согласно НК РФ.
Ограничения	Есть ограничения по видам деятельности. Зарегистрировать статус плательщика НПД могут физические лица с 16 лет или с 14 лет. Самозанятыми могут быть налоговые нерезиденты	Право применения утрачивается: если доходы налогоплательщика превысили 60 млн. рублей; если превышена численность сотрудников и др.	Масштаб деятельности предприятия.	Специально переходить на общее налогообложение не нужно - по умолчанию ОСН применяется ко всем ИП и организациям.

*составлено автором по [7]

В качестве ключевых проблем, сдерживающих рост сектора МСП в экономике страны до уровня ведущих стран мира, следует выделить:

- недоступность некоторых источников финансирования, в частности, банковского кредитования, субсидий государства;

- ужесточение законодательства как налогового в части отмены льгот и ограничений по применению ряда налоговых режимов, так и законодательства, в котором прописан ряд критериев позволяющих идентифицировать предприятие как малое;

- высокий уровень зависимости малых предприятий от социально-экономической ситуации в стране и особенно в период турбулентности мировой экономики;

- недоступность участия в конкурсных процедурах на заключение государственных и муниципальных контрактов и т. д.

Список литературы:

1. Доклад о состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019–2023 гг. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_inicia tivy/ (дата обращения: 20.09.2024).

2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – URL: https://rmsp.nalog.ru/index.html (дата обращения: 20.09.2024).

3. Кочнев, А. А. Малое и среднее предпринимательство в развитых странах: особенности и перспективы развития [Электронный ресурс]. – URL: https://progressive-economy.ru/wp-content/uploads/2023/08/elibrary_50365404_81443765.pdf?ysclid=m27dq4vnqf656007319 (дата обращения: 15.10.2024).

4. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_inicia tivy/ (дата обращения: 15.10.2024).

5. Официальные статистические данные. Официальный сайт Росстата Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru (дата обращения: 20.09.2024).

6. Официальный сайт информационно-аналитического портала законодательство РФ [Электронный ресурс]. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/ (дата обращения: 14.10.2024).
7. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. – URL: https://www.nalog.gov.ru (дата обращения: 01.10.2024).
8. Развитие сектора МСП. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d13/razvitie_sektora_msp/ (дата обращения: 15.10.2024).
9. Теребова, С. В. Налоговое стимулирование малого бизнеса в условиях экономической нестабильности / С. В. Теребова // Проблемы развития территории. – 2023. – Т. 27, № 1. – С. 92–112.
10. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – URL: https://base.garant.ru/12154854/ (дата обращения: 20.09.2024).
11. Руткаускас, Т. К. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / Т. К. Руткаускас [и др.]; под общ. Ред. д-ра экон. Наук, проф. Т. К. Руткаускас. – 2-е изд., перераб. И доп. – Екатеринбург : Изд-во УМЦ УПИ, 2018. – 260 с.

Некрасов Константин Викторович
кандидат экономических наук, доцент
Уральского государственного университета путей сообщения,
г. Екатеринбург
Волков Владислав Иванович
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Набоков Владимир Иннокентьевич
доктор экономических наук, профессор
Уральского государственного аграрного университета,
г. Екатеринбург

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ – ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ СЕЛА

Аннотация: в последние годы продолжается миграция сельского населения в города, сокращается количество сёл и деревень. Решение данной проблемы видится во внедрении в аграрное производство инноваций, современных технологий и техники. Кроме того, в последние годы аграрии начинают внедрять искусственный интеллект, робототехнику. Это позволяет заметно уменьшить потребность в работниках, поднять производительность.

Ключевые слова: сельское хозяйство, миграция населения, инновационная техника и технологии, робототехника, занятость населения.

THE INTRODUCTION OF INNOVATIONS IS AN IMPORTANT FACTOR IN RURAL DEVELOPMENT

Abstract: in recent years, the migration of the rural population to cities has continued, and the number of villages and villages has been decreasing. The solution to this problem is seen in the introduction of innovations, modern equipment and technologies into agricultural production. Moreover, the introduction of artificial intelligence and robotics has recently become relevant. This makes it possible to significantly reduce the need for personnel and increase labor productivity.

Keywords: agriculture, population migration, innovative equipment and technologies, robotics, employment of the population.

В последнее время во многих регионах России наблюдается тревожная демографическая ситуация, происходит существенное уменьшение сельского населения, миграция его в населённые пункты городского типа, а также уменьшение численности сел и деревень. Эти процессы ускоренной миграции сельских жителей создают значительные угрозы продовольственной безопасности России, её национальной безопасности, что требует скорейшего решения данной российской проблемы – устранения или хотя бы замедления миграции сельского населения, прекращения функционирования сельских поселений.

Данные показывают, что при небольшом росте количества городских жителей значительно уменьшается количество жителей сёл и деревень (таблица 1).

Таблица 1

Данные о населении России [9]

Население (млн чел.)	**Годы**									
	2014	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023***
Сельское	37,1	38,0	37,9	37,8	37,6	37,3	37,2	36,9	37,0	36,8
Городское	106,6	108,3	108,3	109,0	109,3	109,3	109,5	109,3	110,0	109,7

*Данные – без учёта информации по Донецкой и Луганской Народным Республикам, по Запорожской и Херсонской областям.

Из таблицы видно, что за девять лет сельское население страны уменьшилось на 0,3 %, а с 2015 года – на 1,2 % [1]. По этой причине возникли серьёзные негативные демографические явления – старение жителей, уменьшение человеческого капитала, закрытие большого количества населённых пунктов. Кроме того, утрата некоторых сельских традиций, а также культурных элементов.

На сокращение количества жителей села оказывают влияние следующие основные факторы:

- миграция жителей села в городские населённые пункты;

- убыль сельских жителей, то есть превышение количества умерших над родившимися.

Большое беспокойство вызывают наблюдаемые в последнее время миграционные процессы.

В целом данные процессы неоднозначны, имеют как положительные, так и отрицательные последствия. К первым можно отнести наиболее полную реализацию сельскими жителями своего жизненного потенциала.

Однако наблюдаемая в Российской Федерации в последнее время миграция жителей села несёт весьма опасные последствия как тактические, так и стратегические.

Данные о серьёзных миграционных процессах среди жителей России приведены в таблице 2 [10].

Таблица 2

Миграция сельского и городского населения России с 2010 по 2022 годы

Годы	**Миграционный прирост (убыль), чел.**	
	Городское население	**Сельское население**
2010	254 089	-96 011
2011	470 279	-150 518
2012	461 560	-166 630
2013	473 010	-177 151
2014	407 907	-137 871
2015	292 919	-47 535
2016	298 410	-36 462
2017	259 174	-47 296
2018	194 323	-69 469

2019	275 013	10 090
2020	109 425	-2 951
2021	395 200	34 702
2022	80 962	-19 045

Из таблицы видно, что в приведённый период прирост (убыль) жителей села России почти каждый год – отрицательный [2]. При этом с 2010 по 2022 годы реальный прирост на селе был лишь в 2019 г., он составил 10 090 человек. Ежегодная убыль данного населения – десятки тысяч человек. Только в 2020 г. этот показатель имел небольшое значение.

В то же время в городах, во все приведённые годы, динамика была положительной, что означает прирост жителей. Ежегодный обмен жителями между селом и городом в данный период был, естественно, в пользу городов.

Нами также установлено, что процессы миграции ежегодно охватывают значительную часть сельского населения, в последние годы оно существенно сократилось, население перемещается преимущественно в крупные города.

Заметим, что в 2022 г. своего рода «лидером» по количеству выбывших из сельской местности жителей был Приволжский федеральный округ – 80 520 человек, далее – Центральный – 53 497 человек, Сибирский – 52 439. Если рассматривать приток людей на село, то эти округа – более популярны для места жительства [3]. При этом численность прибывших: Приволжский округ – 77 926 чел., Центральный – 58 049 чел., Сибирский – 50 320 чел.

Наблюдаемые в Российской Федерации процессы ускоренной миграции, создают угрозу национальной и продовольственной безопасности нашей страны [4].

Причём, процессы миграции жителей сёл, которые наблюдаются сейчас, то есть быстрый отток жителей сёл в городские поселения страны, ведут к снижению размеров, а также к прекращению существования большого числа сельских населённых пунктов (рисунок 1) [11].

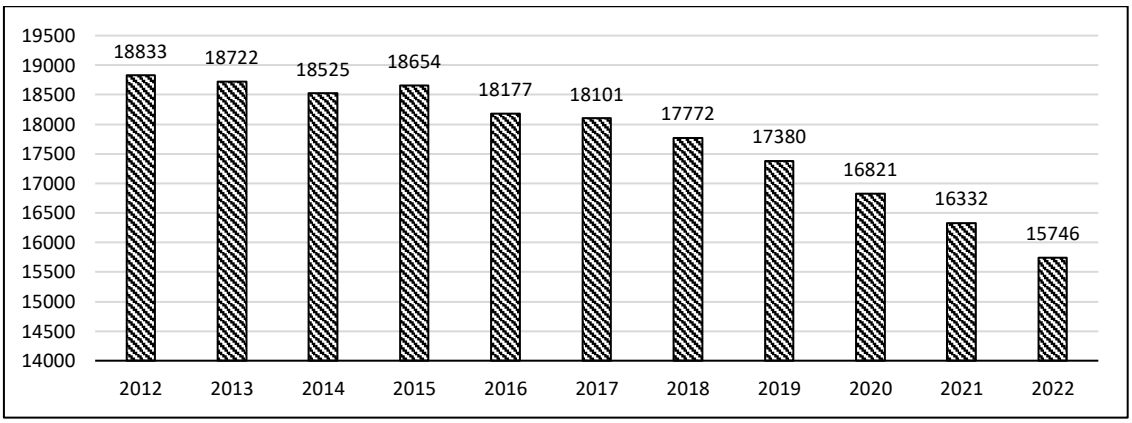


Рисунок 1 – Сельские поселения России, 2012-2022 гг.

Рисунок показывает, что число сельских населённых пунктов в России снизилось за относительно непродолжительный срок с 18 833 в 2012 г. до 15 746 в 2022 г., - на 3087 (на 16,8 %). Кроме того, прекращение существования населённых пунктов на селе в нашем государстве в последнее время несколько ускорилось, имеет весьма существенные размеры. С 2020 по 2022 гг. этих населённых пунктов стало на 1 075 меньше.

Отдельные специалисты уверены, что важнейшим методом, который может остановить эти нежелательные явления, является форсирование развития альтернативных форм занятости людей – селян [5]. Уверены, что эта точка зрения весьма ошибочна, более того, опасна в силу возможных негативных последствий, в том числе вред, который может принести переориентация сельского населения на альтернативную занятость во время острой нехватки кадров на предприятиях сельскохозяйственной отрасли. Кроме того, такие действия не только не решат существующую проблему, а наоборот усугубят ее.

Важнейший, если не единственный, метод решения проблемы – закрепление селян России в исторических сельских поселениях. При этом исключаем применение насильственных способов для удержания людей на селе, что имело место во время существования Советского Союза, в послевоенные годы.

Предполагается мягкое закрепление сельских жителей, создание на сельских территориях нормальных для жизни и всестороннего развития условий, приближающихся к условиям жизни горожан, но при этом, как

однажды сказал президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко, не надо из села делать город.

Для достижения поставленных целей необходимо улучшить инфраструктуру сельских территорий, в том числе:

- построить качественные скоростные автомобильные дороги;

- по возможности построить качественные скоростные железные дороги;

- наладить транспортное сообщение с региональным центром;

- наладить транспортное сообщение между муниципальными образованиями как внутри региона, так и за его пределами;

- провести газ в каждое сельское поселение или деревню;

- построить качественные и красивые дома с высоким уровнем благоустройства, включая электричество, газ, горячее и холодное водоснабжение, водоотведение и канализацию;

- обеспечить доступность услуг здравоохранения, включая строительство поликлиник и больниц, оборудованных современным медицинским оборудованием и укомплектованных квалифицированным персоналом;

- обеспечить доступность и качество образовательных услуг, включая строительство современных школ и образовательных учреждений среднего профессионального образования, обеспеченных современным оборудованием и укомплектованных квалифицированными учителями и преподавателями;

- обеспечить организацию культурного отдыха и досуга сельского населения, включая строительство межмуниципальных культурно-досуговых центров и клубов, укомплектованных квалифицированными специалистами.

Кроме того, необходимо:

- повысить имидж сельского хозяйства и агропромышленного комплекса региона;

- освоить внутренний рынок сбыта и повысить конкурентоспособность продуктов растениеводства и животноводства;

- внедрить новые и расширить уже имеющиеся виды занятости сельского населения в сфере сельскохозяйственного производства;

- произвести техническую и технологическую модернизацию производства;

- сохранить и по возможности увеличить количество рабочих мест;

- обеспечить доступность, высокий уровень и качество государственных услуг;

- внедрить услуги сельскохозяйственного туризма [6].

Вместе с тем данная деятельность требует существенных затрат ресурсов, а также времени, преодоления сложившейся инерции, но её необходимо осуществлять, причем чем раньше, тем лучше.

Положительные результаты даёт и предоставление жителям села благоприятных, соответствующих предъявляемым требованиям, условий для работы, а также возможностей трудоустроиться по интересующей их специальности в современном аграрном секторе.

Оптимальный метод решения данных важнейших проблем села – это внедрение современных инновационных, в том числе цифровых, технологий в производство.

Так, применение в отрасли робототехнических устройств, как показало исследование, выполненное нами на примере Свердловской области, позволяет повысить производительность труда почти в два раза, существенно снизить трудоёмкость производства на 50 %. Это даёт возможность почти в 2 раза уменьшить количество работников, которые заняты в сельхозпроизводстве. Весьма существенные результаты позволяет получать и использование в данном трудоёмком аграрном производстве технологий искусственного интеллекта [7].

Данные меры позволяют значительно уменьшить потребность сельхозпроизводства в работниках многих профессий. Указанные инновационные технологии уже дали возможность целому ряду хозяйств Свердловской области, решить указанную серьезнейшую проблему с кадрами, по существу, спасли их от прекращения деятельности [8].

Как показали исследования, использование этих инновационных, в том числе цифровых технологий, также обогащает труд в сельском хозяйстве, делает его значительно более содержательным, подчас творческим. Это кардинально повышает его привлекательность на предприятиях отрасли, особенно для молодых работников, существенно приближая его к труду на лучших, прогрессивных предприятиях отечественной промышленности [9].

Итак, использование в сельском хозяйстве инновационных технологий даёт возможность существенно уменьшить, а в ряде случаев даже остановить, процессы миграции жителей сельской глубинки, прекратить отток их в города и рабочие посёлки, обеспечить продовольственную безопасность.

Список литературы:

1. Копылова, Ю. В. Альтернативная занятость – механизм развития сельских территорий / Устойчивое развитие сельских территорий и аграрного производства на современном этапе: Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной Дню Российской науки. Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В. Р. Филиппова. Улан-Удэ, 2022. – С. 356-363.

2. Huang, X., Chen, M. Understanding the role of housing in rural migrants' intention to settle in cities: Evidence from China / Habitat International. – 2022. – DOI: 10.1016 / J. Habitatint. – 2022. – P. 102650

3. Чигарева, М. А., Копылова, О. П. Правовое регулирование миграции и нелегальная миграция / SCIENCE TIME. – 2017. - № 1(37). – С. 449-455.

4. Югов, Е. А. Миграционные процессы в сельской местности и их влияние на состояние трудовых ресурсов / Е. А. Югов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2021. – № 3. – С. 81-93.

5. Саттаркулов, Д. Б. Роль миграции в решении проблемы безработицы в сельской местности / Д. Б. Саттаркулов, Р. А. Имарова, Г. О. Матураимов. Известия вузов Кыргызстана. – 2021. - № 3. – С. 59-61. – DOI: 10.26104/IVK.2019.45.557.

6. Волков. В. И. Государственная поддержка и развитие агропромышленного комплекса Пермского края / В. И. Волков // Вестник аграрной науки. – 2020. – № 1 (82). – С. 160–168.

7. Рамеш, Бабу Н. Классификация и особенности робототехники в сельском хозяйстве / Б. Н. Рамеш, В. И. Набоков, Е. А. Скворцов / Аграрный вестник Урала. – 2017. - № 2 (156). – С. 14.

8. Семенов, А. К., Набоков, В. И. Терминология менеджмента / - М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.

9. Набоков, В. И. Роботизация отечественного сельскохозяйственного производства / В. И. Набоков, К. В. Некрасов, Е. А. Скворцов / Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2022. – № 3. – С. 155-160.
10. Российский статистический ежегодник 2023 г. [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12994 (дата обращения: 25.04.2024).
11. Внутрироссийская миграция по территориям прибытия и выбытия [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/folder/12781 (дата обращения: 25.04.2024).
12. База данных показателей муниципальных образований [Электронный ресурс]. – URL: https://www.gks.ru/dbscripts/munst/ (дата обращения: 25.04.2024).

Оборин Матвей Сергеевич
доктор экономических наук, профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЕ

Аннотация: в настоящее время в условиях государственной поддержки внутреннего туризма активно развиваются кластерные проекты и программы, связанные с различными видами услуг, направленными на модернизацию материальной базы и инфраструктуры. Привлечение средств из бюджетов различных уровней и частных инвесторов является возможностью для турбизнеса продолжить привлечение спроса в рамках разнообразного предложения со стороны российских и зарубежных регионов. Данный процесс должен сопровождаться адаптацией передовых технологий и практик предпринимательской деятельности, сложившихся в периоды адаптации субъектов туристско-рекреационной деятельности к кризисным явлениям.
Ключевые слова: предпринимательство, туристско-рекреационная сфера, лечебно-оздоровительный туризм, санаторно-курортный комплекс, внутренний спрос.

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE TOURISM AND RECREATION SECTOR

Abstract: currently, in the context of state support for domestic tourism, cluster projects and programs related to various types of services aimed at modernizing the material base and infrastructure are actively developing. Attracting funds from budgets of various levels and private investors is an opportunity for the

tourism business to continue attracting demand within the framework of a diverse supply from Russian and foreign regions. This process should be accompanied by the adaptation of advanced technologies and business practices that have developed during periods of adaptation of subjects of tourist and recreational activities to crisis phenomena.

Keywords: entrepreneurship, tourism and recreation, medical and wellness tourism, sanatorium and resort complex, domestic demand.

Развитие туристско-рекреационной сферы в России осуществляется в условиях макроэкономических и геополитических трансформаций, сопровождающихся усилением давления, ограничивающего международные путешествия, создающие экономические и формальные препятствия для российских туристов при посещении зарубежных курортов [5]. Ориентация внутреннего спроса на регионы РФ с развитым туристско-рекреационным потенциалом является закономерной реакцией потребителя, подкреплённой мерами государственной поддержки [1]. Многие административно-территориальные субъекты страны обладают уникальными природными ресурсами и достопримечательностями, формирующими основу диверсифицированного предложения, направленного на удовлетворение разнообразных потребностей: познавательных, лечебно-оздоровительных, спортивных, гастрономических и тому подобных [2]. Большую роль в развитии рыночных процессов и качества туристско-рекреационных услуг играет внедрение цифровых технологий и решений, оптимизирующих взаимодействие предпринимателей с потребителями [3].

Стратегия развития туризма в России до 2035 года указывает на необходимость развития комплексного подхода к туристско-рекреационной деятельности в субъектах, который должен учитывать природно-ресурсный, рыночный, предпринимательский потенциал в целях роста её доли в валовом региональном продукте [3]. Например, в Приволжском федеральном округе предлагаются кластерные инициативы по развитию круизного, экологического, познавательного туризма. Другая стратегия [4] направлена на разработку региональных программ по развитию санаторно-курортного комплекса и

увеличению количества населения, получивших лечение, что особенно актуально в сложной эпидемиологической обстановке и проведении специальной военной операции.

На уровне региональной поддержки одним из актуальных направлений развития туристско-рекреационной сферы в регионах округа является лечебно-оздоровительный туризм и санаторно-курортного дела.

Положительная динамика спроса отражается в количестве размещённых лиц в регионах с похожими природно-климатическими условиями (рисунок 1).

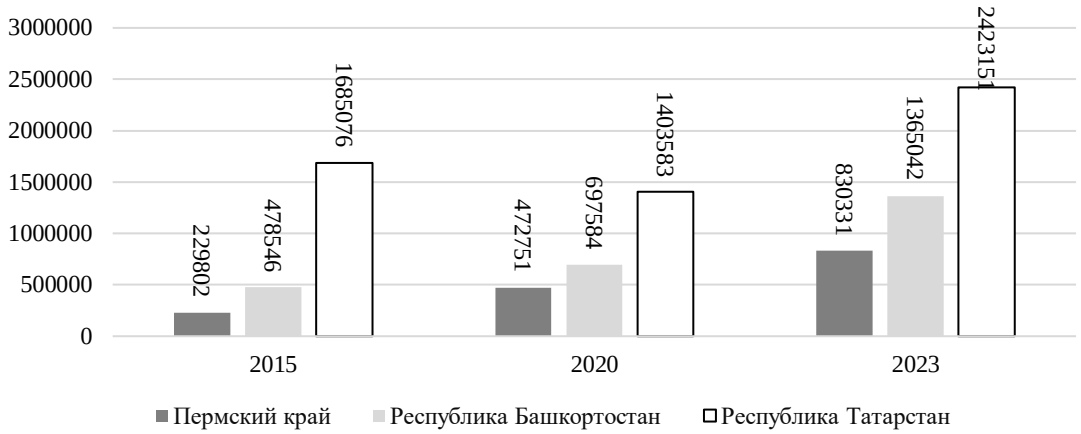


Рисунок 1 – Динамика численности размещённых лиц в регионах Приволжского федерального округа в 2015-2023 гг., чел. (составлено по данным Росстата)

Регионы Приволжского федерального округа, обладающие высоким потенциалом развития туристско-рекреационной деятельности, показали рост численности размещённых лиц и преодоление негативных факторов, включая пандемию и макроэкономическую нестабильность, вызванную специальной военной операцией. Это свидетельствует о том, что спрос различных категорий населения на разнообразные услуги растёт и имеет отложенный эффект при введении ограничений. Темпы роста показателя отличаются в данных субъектах (рисунок 2).

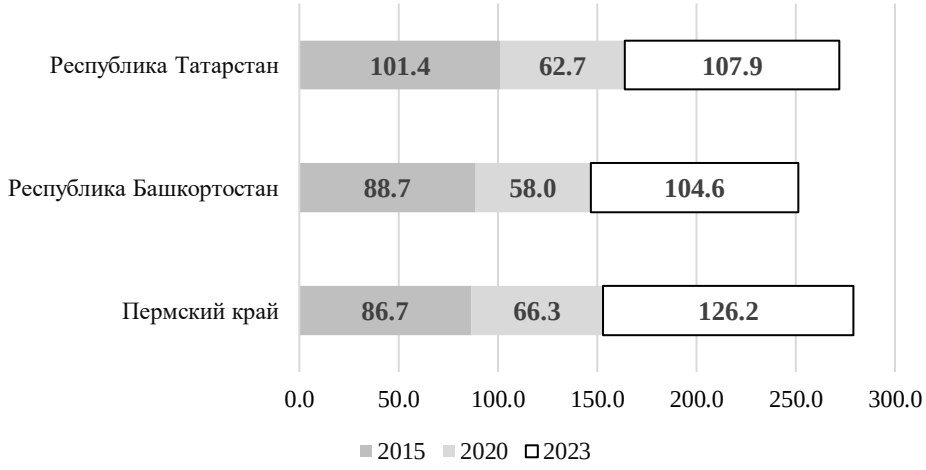


Рисунок 2 – Динамика темпов роста численности размещённых лиц в регионах Приволжского федерального округа в 2015-2023 гг., % (рассчитано по данным Росстата)

Можно видеть, что в 2015 году Пермский край показал наименьший рост численности размещённых лиц, но в 2020 и 2023 годах ежегодный рост был более высоким, особенно это касается предыдущего периода. Соответственно, можно сделать вывод об активности органов власти и предпринимателей, которые принесли высокие результаты. Несмотря на сложности для субъектов рынка туристско-рекреационных услуг, испытывающих колебания выручки, имеет место повышение эффективности их деятельности и накопление опыта антикризисной адаптации (рисунок 3).

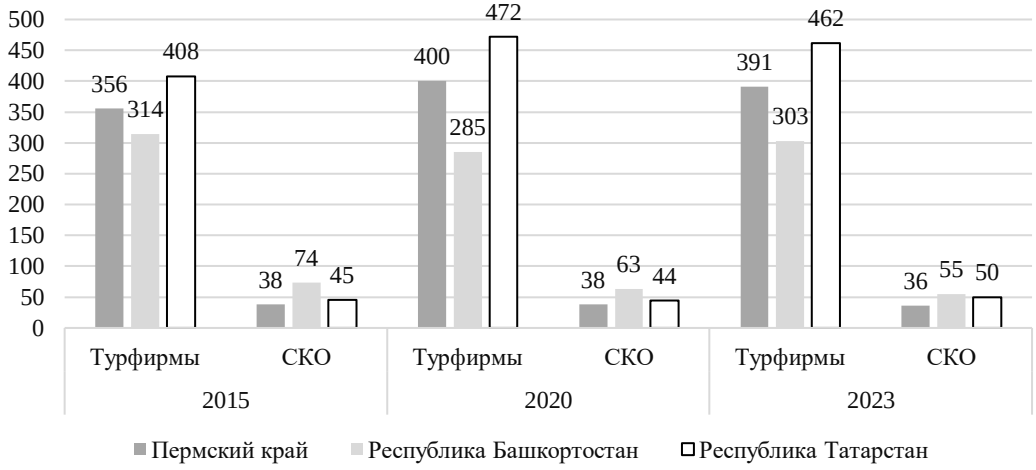


Рисунок 3 – Динамика численности туристских фирм и санаторно-курортных организаций в регионах Приволжского федерального округа в 2015-2023 гг., ед. (составлено по данным Росстата)

Можно сделать вывод о том, что в рассматриваемый период сохраняется

относительно стабильное число туристских фирм в рассматриваемых субъектах Приволжского федерального округа с повышением в 2020-2023 гг. относительно 2015 года. Численность санаторно-курортных организаций (СКО) в Пермском крае незначительно снижается, отрицательный тренд последнего десятилетия замедлился. В Республике Татарстан наблюдается умеренный рост СКО в 2023 году по сравнению с 2015-2020 гг., поэтому можно сделать вывод об оживлении спроса на рынке туристско-рекреационных услуг, включая лечебно-оздоровительные. В Республике Башкортостан, можно отметить снижение числа санаторно-курортных организаций и замедление положительной динамики, обусловленное развитием конкурентной среды со стороны регионов-соседей, улучшение базовых параметров туристско-рекреационных услуг в конкурирующих субъектах округа.

Таким образом, можно сделать вывод о наличии следующих актуальных трендов развития предпринимательства в туристско-рекреационной сфере:

- продвижение диверсифицированного туристско-рекреационного продукта на российский и региональные рынки, а также ближнее зарубежье (страны СНГ);

- внедрение новых технологий и методов антикризисного управления в коммерческом секторе туристского бизнеса регионов;

- расширение количества субъектов туристско-рекреационной деятельности в регионах с растущим спросом на услуги познавательного, аграрного, лечебно-оздоровительного, экологического туризма в субъектах Приволжского федерального округа;

- развитие цифровой рыночной среды взаимодействия субъектов туристско-рекреационной деятельности, способствующей повышению качества услуг;

- разработка и реализация лечебно-оздоровительных программ, связанных с реабилитацией, долечиванием участников специальной военной операции.

Перечисленные актуальные тенденции должны быть поддержаны

региональными стратегиями, программами и проектами развития туристско-рекреационной сферы, обеспечивающими прозрачность и доступность субъектов предпринимательства в различные виды деятельности, связанные с туризмом.

Список литературы:

1. Нюренбергер, Л. Б. Управление бизнес-процессами в сфере туристских услуг: предпосылки, принципы, особенности / Л. Б. Нюренбергер, Н. А. Щетинина, И. Ю. Севрюков, Н. А. Лучина, Н. Е. Петренко // Инновации и инвестиции. - 2020. - № 4. - С. 294-298.

2. Сарян, А. А. Туристско-рекреационный комплекс: классификация рекреационных территорий / А. А. Сарян, И. С. Пустовойтенко. Теоретическая и прикладная экономика. - 2017. - № 2. - С. 64–78.

3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]. – URL: FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf (government.ru) (дата обращения: 01.10.2024).

4. Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: KetnqpARr0nt6bA2F3wZe1dHjsA5aWDb.pdf (government.ru) (дата обращения: 01.10.2024).

5. Баснина, Т. Д. Управление российским санаторно-курортным комплексом: основные проблемы и тенденции развития / Т. Д. Баснина, Л. А. Валитова, М. Ю. Шерешева. - Управленец. - Т. 12. - № 1. - 2021. - С. 62-77.

Панасенко Светлана Викторовна
доктор экономических наук, профессор
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва
Панасенко Наталья Андреевна
студентка
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва

ПУТИ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА КАК ОТРАСЛИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Аннотация: в статье рассмотрены особенности развития дизайна как отрасли креативных индустрий. Выявлены проблемы развития отрасли дизайна, связанные с недостатком уникальных специалистов, владеющих развитыми цифровыми технологиями, а также недостаток финансирования инновационных дизайнерских проектов и стартапов. Разработаны пути решения выявленных

проблем.

Ключевые слова: пути, перспективы, развитие, дизайн, отрасль, креативные, индустрии, экономика, Россия.

WAYS OF DEVELOPMENT OF DESIGN AS A BRANCH OF CREATIVE INDUSTRIES

Abstract: the article examines the development features of design as a branch of creative industries. The problems of the design industry development associated with the lack of unique specialists who possess advanced digital technologies, as well as the lack of funding for innovative design projects and startups, are identified. Solutions to the identified problems are developed.

Keywords: ways, prospects, development, design, industry, creative, industries, economy, Russia.

Актуальность исследований креативных индустрий в региональном или отраслевом разрезе приобретает особо высокую степень в связи с повышенным вниманием к этой тематике со стороны учёных и практиков как в России, так и за рубежом. Это связано с тем, что креативные индустрии продуцируют интеллектуальные идеи, решения, разработки, продукты и услуги, которые очень востребованы в эпоху знаний, имеют большой потенциал для качественного развития экономики страны в условиях экономических санкций.

Дизайн является одной из отраслей креативных индустрий. Анализ научных публикаций показал, что большинство авторов в основном рассматривают какие-либо отдельные аспекты дизайна в креативном предпринимательстве [4-7, 9-12]. Например, Бурлов Д. И. рассматривает особенности сервис-дизайна в креативных индустриях [1], Суминова Т. Н. концентрирует свой исследовательский интерес на арт-менеджменте дизайна как креативной проектной практики в условиях цифровизации [8], Янковчук Е. И. рассматривает подходы к «кибер-дизайну» и его новым точкам соприкосновения [16], Косоногова Е. С., Давлатзода Д. А., Дедюхина Н. В., Полянская О. А фокусируются на управлении и контроле инноваций как факторе внедрения принципов устойчивого развития и экономики цикла с учётом отраслевых аспектов [13], Макиева И. В. Исследует территориально-отраслевое распределение отраслей формирования креативных продуктов в

регионах Российской Федерации (в том числе и на примере отрасли дизайна) [3].

Анализ нормативно-правового обеспечения показал, что в нашей стране принята Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года и ФЗ № 330 «О развитии креативных (творческих) индустрий в РФ» [2, 15].

Анализ практических примеров показал, что в отрасли Дизайн всё чаще инициируются платформы для создания новых продуктов отечественного предпринимательства. Например, показателен опыт города Москвы, как огромного мегаполиса, столицы нашей страны, субъекта РФ. Так, по данным Агентства креативных индустрий (АКИ) создаются уникальные дизайн-цехи для молодых агентств, дизайн-бюро, фрилансеров, студентов старших курсов и отдельных специалистов. Разработка решений проходит в командах. Участники, подавшие индивидуальные заявки, объединяются в сборные команды. На конкурсной основе определяется команды-победители [14].

Исследование показало, что г. Москва является городом, в котором активно развиваются креативные индустрии, в том числе и отрасль Дизайн. За прошедшие два года оборот представителей креативных индустрий вырос в 1,5 раза. В 2023-м он составил 5,8 триллиона рублей. В г. Москве действует комплексная система поддержки творческого сектора, приглашения на международные форумы в качестве участников, гранты и другие меры [4].

Предпринимателям, в том числе в отрасли Дизайн, предлагают 20 инструментов для запуска своего дела, продвижения продукции и выхода на рынки России и других государств. Например, компании могут получить до 10 миллионов рублей на обучение сотрудников, до 75 тысяч рублей на патентование в нашей стране и до пяти миллионов рублей на регистрацию изобретения за рубежом.

Кроме того, действуют акселерационные программы. Стартапы-участники разрабатывают оригинальные решения и заключают соглашения о

сотрудничестве с крупными игроками рынка. С начала года такие интенсивы посетили более тысячи дизайнеров, продюсеров, сценаристов, менеджеров и других специалистов [14].

Такой опыт г. Москвы важен и интересен для распространения на другие регионы нашей страны.

В то же время следует отметить и некоторые проблемы в отрасли Дизайн. Прежде всего – недостаток уникальных специалистов, владеющих развитыми цифровыми технологиями (например, по созданию дизайн-решений с помощью искусственного интеллекта, на новых площадках для бизнеса и коммуникаций различных участников – в том числе, в метавселенных). Ещё одной актуальной проблемой является недостаток финансирования инновационных дизайнерских проектов и стартапов.

Эти проблемы можно решить за счёт интенсификации подготовки кадров для отрасли Дизайн в школах и центрах креативных индустрий, за счёт развития многоканального финансирования (в которых средства из городского, регионального и федерального бюджета дополняются средствами от частных инвесторов, фондов-грантодателей и других участников креативного предпринимательства).

Решение этих и других проблем способно поднять уровень развития отрасли Дизайн на качественно новый уровень развития, что будет иметь большое значение для развития всей сферы креативных индустрий и экономики страны в целом.

Список литературы:

1. Бурлов, Д. И. Сервис-дизайн в креативных индустриях / Д. И. Бурлов, В. А. Шамахов // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 2, № 11(140). – С. 183-190. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2023.11.02.023. – EDN CCCPAZ.

2. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года [Электронный ресурс]. – URL: http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf (дата обращения: 22.09.2024).

3. Макиева, И. В. Территориально-отраслевое распределение отраслей формирования креативного продукта в регионах Российской Федерации / И. В. Макиева // Исследования. Инновации. Практика. – 2024. – № 1(11). – С. 9-13. – DOI 10.18411/iip-04-2024-02. – EDN DAYECI.

4. Фабрика дизайна / Официальный сайт Агентства креативных индустрий [Электронный ресурс]. URL: https://createdin.moscow/projects/designFactory (дата обращения: 8.10.2024).

5. Панасенко, Н. А. Развитие Интернет-торговли на основе искусственного интеллекта / Н. А. Панасенко // Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка: Материалы XI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов и учащихся, Пермь, 05–14 декабря 2022 года. – Том 1. – Пермь : Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. – С. 403-410. – EDN DDTMFC.

6. Панасенко, Н. А. Роль и значение дизайна упаковки продукции / Н. А. Панасенко // Торговля будущего: вызовы времени, концепции, стратегии и модели развития : Материалы Международной конференции – круглого стола к 115-й годовщине РЭУ им. Г. В. Плеханова, Москва, 18 февраля 2022 года / Под общей редакцией А. Н. Столяровой, С. В. Панасенко. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2022. – С. 107-110. – EDN KGFTSM.

7. Панасенко, Н. А. Роль и значение создания цифровых двойников бизнеса в метавселенных / Н. А. Панасенко // Университетская наука – региону : Сборник материалов XI (68) ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых ученых Северо-Кавказского федерального университета, Ставрополь, 01 апреля 2024 года. – Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2024. – С. 179-181. – EDN GZGBDY.

8. Современное состояние, проблемы и пути решения региональной розничной торговли на примере Пермского края / В. Г. Бурмистров, Т. А. Мазунина, Р. В. Шхагошев, М. К. Бежанов // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. - № 3. – С. 789-800. – DOI 10.18334/rp.19.3.38838. – EDN YTPQAD.

9. Суминова, Т. Н. Арт-менеджмент как креативная проектная практика в условиях цифровизации / Т. Н. Суминова // Международный форум KAZAN DIGITAL WEEK – 2023: Сборник материалов, Казань, 20–22 сентября 2023 года / Сост. Р. Ш. Ахмадиева, Р. Н. Минниханов. Под общей редакцией Р. Н. Минниханова. – Казань : Научный центр безопасности жизнедеятельности, 2023. – С. 1128-1132. – EDN VHGSSK.

10. Панасенко, С. В. Креативные индустрии как драйвер инновационного развития в условиях цифровой трансформации / С. В. Панасенко // Менеджмент и маркетинг в условиях цифровой экономики: Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 23 мая 2024 года. – Москва : Московский международный университет, 2024. – С. 142-150. – EDN HQFZUJ.

11. Панасенко, С. В. Направления маркетинговых исследований в метавселенных (на примере креативных индустрий) / С. В. Панасенко // Маркетинг в новой реальности: монография. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2024. – С. 506-514. – EDN DHKOMY.

12. Панасенко, С. В. Технологии эффективного обучения в высшей школе для подготовки специалистов креативных индустрий с использованием возможностей метавселенных / С. В. Панасенко // Теория, методология и технологии современного гуманитарного магистерского образования : Сборник научных трудов III Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 27 апреля 2024 года. – Москва : ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2024. – С. 21-25. – EDN QCWQTW.

13. Панасенко, С. В. Управление экономической деятельностью в метавселенных / С. В. Панасенко // Университетская наука – региону : Сборник материалов XI (68) ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых учёных Северо-Кавказского федерального университета, Ставрополь, 01 апреля 2024 года. – Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2024. – С. 181-183. – EDN GZSSBH.

14. Косогонова, Е. С. Управление и контроль инноваций как фактор внедрения принципов устойчивого развития и экономики цикла: отраслевой аспект / Е. С. Косоногова, Д. А. Давлатзода, Н. В. Дедюхина, О. А. Полянская // International Agricultural Journal. – 2023. – Т. 66, № 6. – DOI 10.55186/25876740_2023_7_6_35. – EDN XYOYYT.

15. ФЗ № 330 «О развитии креативных (творческих) индустрий в РФ» от 8.8.2024 г. // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/ (дата обращения: 8.10.2024).

16. Янковчук, Е. И. «Кибер-дизайн»: новые точки соприкосновения / Е. И. Янковчук, И. К. Черкасова // Научный аспект. – 2023. – Т. 3, № 4. – С. 327-335. – EDN MVNCNP.

Панасенко Светлана Викторовна
доктор экономических наук, профессор
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва,
Петровская Фатима Ресланова
аспирант
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва,
Хисяметдинова Эльмира Шамильевна
аспирант
РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Москва

ИННОВАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛЕ: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД КАК КЛЮЧ К ФОРМИРОВАНИЮ ОПЫТА САМООРГАНИЗАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В СИСТЕМЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: статья посвящена исследованию влияния инновационных методов и междисциплинарного подхода на формирование навыков самоорганизации у студентов среднего профессионального образования в сфере торговли. Рассматриваются современные тенденции в торговле, такие как цифровизация, автоматизация и изменение потребительских предпочтений, а также их влияние на образовательные программы. Обсуждаются примеры успешных практик интеграции различных дисциплин в учебный процесс, которые способствуют развитию критического мышления, креативности и самостоятельности у обучающихся. В результате акцентируется внимание на важности создания адаптивной образовательной среды, способствующей подготовке будущих специалистов, готовых к вызовам современного рынка.

Ключевые слова: инновации, торговля, междисциплинарный подход, самоорганизация, среднее профессиональное образование, адаптивная образовательная среда.

INNOVATIONS IN MODERN TRADE: INTERDISCIPLINARY APPROACH AS THE KEY TO FORMING SELF-ORGANIZATION EXPERIENCE AMONG STUDENTS IN THE SYSTEM OF SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION

Abstract: the article is dedicated to the study of the impact of innovative methods and interdisciplinary approaches on the development of self-organization skills among students in vocational education within the field of trade. It examines current trends in commerce, such as digitalization, automation, and changes in consumer preferences, as well as their influence on educational programs. Examples of successful practices integrating various disciplines into the learning process are discussed, which foster the development of critical thinking, creativity, and independence among learners. As a result, the importance of creating an adaptive educational environment that prepares future specialists for the challenges of the modern market is emphasized.

Keywords: innovations, trade, interdisciplinary approach, self-organization, vocational education, adaptive educational environment.

В настоящее время глобальные изменения экономических инноваций и развитие рыночных отношений стал ключевым фактором динамики торговых отношений. Мультиканальная торговля предполагает от профессионалов не только знание теоретической базы, но и компетенции в отношении к

самоорганизации и готовности к новым ситуациям на рынке. Таким образом, формирование междисциплинарного подхода в системе среднего профессионального образования становится особенно актуальным, позволяя интегрировать знания и навыки для квалифицированной работы.

Анализируя ситуацию в современной торговле заметим, что значительные изменения происходят под влиянием оцифровки, оптимизации и интеграции. Данные изменения требуют от профессионалов перспективных навыков и подходов, которые ставят перед системой среднего профессионального образования задачи для подготовки учебных программ. В этом играет большую роль междисциплинарный подход, являющийся ключевым инструментом для опыта формирования самоорганизации у студентов, предполагая эффективную интеграцию в профессиональный «игру».

Целеполагание статьи заключается в исследовании междисциплинарного подхода на формирование опыта самоорганизации студентов в системе профессионального образования.

Современные тенденции в торговле подразумевают:

- информационные технологии оптимизации процессов;
- динамику потребительских предпочтений;
- воздействие интеграции на рынок.

Информационные технологии преобразуют не только управления бизнеса, но и сотрудничество с клиентами.

Электронная торговая площадка, применение колоссальных данных и искусственного разума выстраивают необходимость от начинающих профессионалов способности работать с инновационными инструментами и подготовленности к стремительно меняющимся тенденциям рынка [3].

Сегодняшние потребители являются значительно разборчивыми и информированными, требуя индивидуального обслуживания и моментальной реакции на свои запросы. Это обусловливает потребность обучения студентов компетенциям, соотносящимся с аналитикой потребительской активности и реализацией бизнес-стратегий сотрудничества с потребителями.

Мировая интеграция расширяет потенциал для торговых отношений, однако параллельно выстраивает конкуренцию на международном рынке. Начинающим специалистам следует быть подготовленным к динамике международной среды, требуя от них прогностичность и подготовку к самоорганизации.

В свою очередь, междисциплинарный подход рассматривает интеграцию знаний и методов из многообразных областей науки и практики. Таким образом, позволяя студентам, далее – будущим профессионалам, рассмотреть связующие элементы между дисциплинами, формируя глубинное понимание предмета и развитие критического мышления [1].

Для реализации междисциплинарного подхода в образовательных учреждениях внедряют проекты, которые объединяют гуманитарные и естественнонаучные дисциплины. Примером реализации междисциплинарного подхода может послужить бизнес-план маркетинговой стратегии, финансовый анализ потребительского спроса [2].

В свою очередь, самоорганизация является ключевым навыком для успешного результата в конкурентной среде и неопределённости. Самоорганизация включает в себя временное планирование, целеполагание, подготовку к изменениям.

Для развития навыков самоорганизации применяют разные методы: проектные, кейс-методы, ролевые игры и другое формы обучения, формируя у студентов навыки развивать самостоятельное и ответственное поведение.

В настоящее время внедрение инноватики в образовательный процесс системы среднего профессионального образования выдаёт на выходе прогресс положительных результатов.

К примеру, в некоторых средних профессиональных учреждениях применяются:

- технологии виртуальной площадки для ситуационного торгового моделирования, позволяя тем самым реализовать практический опыт [4];

- оперативное сотрудничество с работодателями, с бизнес-площадками, давая возможность стажировок и участия в реальных бизнес-проектах [5].

В результате, как следует из выше сказанного, всё это совершенствует уровень подготовки и способствует формированию навыков самоорганизации через работу в команде и решении опытных задач.

Преподаватели средних профессиональных учреждений создают адаптационную образовательную среду в рамках ФГОС СПО, внедряя современные методы обучения, поддерживая инициативность, самостоятельность студентов.

Несмотря на положительные результаты, необходимо продолжать научные исследования и внедрять междисциплинарный подход в образовательные программы, сотрудничать с работодателями для подготовки выпускников, способных работать в современных рыночных условиях.

Список литературы:

1. Карпова, А. Ю. Изучение процесса онлайн-радикализации молодёжи в социальных медиа (междисциплинарный подход) / Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – №. 3 (157). – С. 159-181.

2. Никишкин, В. В. Особенности подготовки маркетологов в условиях перехода на новые образовательные стандарты / В. В. Никишкин, С. В. Панасенко, М. Д. Твердохлебова // Практический маркетинг. – 2015. - № 1 (215). – С. 43-46. – EDN TEOARP.

3. Панасенко, С. В. Внедрение стандартов 3++ по направлению «Торговое дело» / С. В. Панасенко, Т. А. Мазунина // Современные инновационные образовательные технологии в информационном обществе: Материалы XIII Международной научно-методической конференции, Пермь, 30 марта–20 апреля 2021 года / Материалы опубликованы в авторской редакции. – Пермь : «Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2021. – С. 151-157. – EDN AOSWVB.

4. Панасенко, С. В. Тенденции и перспективы развития технологий виртуальной реальности в отечественной торговле / С. В. Панасенко, А. А. Лебедев. Лизинг. – 2023. – № 1. – С. 32-40.

5. Петровская, Ф. Р. Профессиональная ответственность: ключевые термины и аспекты формирования. В сборнике: Университетская наука – региону. Сборник материалов XI (68) ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых учёных Северо-Кавказского федерального университета. – Ставрополь, 2024. – С. 536-538.

Парвонаева Хандон Зарифбековна
аспирант
Технологического университета Таджикистана,
г. Душанбе, Таджикистан

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Аннотация: в статье проанализированы тенденции развития инновационно-информационной инфраструктуры в учреждениях высшего и профессионального образования Республики Таджикистан. Автор рассматривает положительные и негативные последствия развития инновационно-информационной инфраструктуры в вузах страны. Проанализирован пилотный проект внедрения дистанционного обучения в Республики Таджикистан.

Ключевые слова: инновация, информационные технологии, университет, инфраструктура.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE INFORMATION INFRASTRUCTURE IN INSTITUTIONS OF HIGHER AND PROFESSIONAL EDUCATION OF THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN

Abstract: the article analyzes the trends in the development of innovation and information infrastructure in institutions of higher and vocational education of the Republic of Tajikistan. The author considers positive and negative consequences of the development of innovation and information infrastructure in higher education institutions of the country. The pilot project of introduction of distance learning in the Republic of Tajikistan is also analyzed.

Keywords: innovation, information technology, university, infrastructure.

На сегодняшний день роль инновационно-информационной инфраструктуры динамично растёт в вузах Республики Таджикистан. Страна создала все необходимые условия для развития данной сферы. Вместе с тем, за годы независимости Республики Таджикистан сформировалась новая институциональная и нормативно-правовая база в сфере высшего профессионального образования, которая имеет свои специфические особенности развития.

Толчок к развитию и реализации инновационных проектов, программ и концепций в вузах придал «Закон о технологическом парке» от 21.06.2010 № 629 и другие программы развития [1-3].

Возрастающая конкуренция между вузами на рынке образовательных услуг, схожий уровень предлагаемых на рынок образовательных программ, их аналогичность приводят к необходимости совершенствования деятельности вуза и наращивания его инновационно-информационного потенциала. Инновационная ориентация вуза определяет его конкурентные преимущества среди других учебных заведений, оказывающих подобные услуги.

В рамках данного исследования дана оценка инновационно-информационного развития вуза с позиций комплексного характера, т. е. на основе оценки показателей, характеризующих контингент студентов, кадровый потенциал, материально-техническую базу, а также инновационно-информационную активность вуза.

Получение высшего образования до сих пор остаётся крайне востребованным среди молодёжи Республики. Популярными специальностями среди абитуриентов на протяжении многих лет остаются стоматология, лечебное дело, международные экономические отношения, юриспруденция, бухгалтерский учёт, финансы и кредит, информационные технологии [4].

В рамках проведённого исследования были выявлены некоторые положительные и негативные тенденции инновационного развития в вузах страны за последние десять лет. К положительным следует отнести:

а) высокий спрос на высшее образование среди населения, что сопровождается ростом численности студентов в вузах страны (за период 1990-2015 гг. более чем в 2 раза (с 69,3 до 176,5 тыс. человек соответственно) [4];

б) рост количества вузов (за период 1990-2015 гг. более чем в 2 раза, с 13 до 38 учреждений);

в) рост платных образовательных услуг;

г) увеличение количества инновационно-информационных центров

(развитие технопарков, бизнес-инкубаторов, консалтинговых центров и т. д.);

д) трансформация на многоуровневую систему образования (бакалавриат, магистратура и PhD, как результат внедрения Болонского процесса в национальный учебный процесс вузов);

е) интернационализация образования (развитие различных программ академической и студенческой мобильности, например, Программа Фулбрайт для приглашённых учёных, ERASMUS MUNDUS и т. д.);

ж) компьютеризация (развитие инфраструктуры через обеспечение компьютерными технологиями образовательного процесса);

К негативным тенденциям можно отнести:

а) несоответствие квалификации и возраста профессорско-преподавательского состава (ППС);

б) относительно низкая заработная плата ППС по сравнению с другими вузами СНГ;

в) отсутствие надёжной системы оценки качества образования;

г) несоответствие квалификации выпускников современным требованиям рынка труда;

д) высокий уровень коррупции в вузах, некомпетентность ППС;

е) отсутствие связи и соглашений с работодателями и т. д.

В рамках проведённого исследования было выявлено, что процесс диверсификации образовательных услуг в вузах Республики начался с 2012 года при всесторонней поддержке Министерства образования и науки Республики Таджикистан [5-6].

Краткая информация о внедрении компьютерных программ с целью внедрения дистанционной формы обучения приведена в таблице 1.

Следует отметить, что в настоящее время Министерство образования и науки Республики Таджикистан оценку инновационного развития вузов проводит посредством анкетного опроса руководителей и сотрудников отдела по инновациям в университете.

Так, в соответствии с Приказом Министра образования и науки

Республики Таджикистан от 06.04.2016 г. № 1177 министерством произведена оценка состояния технологических парков и инновационных центров высших профессиональных учебных заведений г. Душанбе. В целом, мониторинг был проведен в 8 вузах г. Душанбе, в которых функционируют технологические парки или находятся на стадии их формирования (таблица 1).

Таблица 1

Краткая информация о пилотировании дистанционного обучения в вузах Республики [7]

ВУЗы	**Пилотирование дистанционной формы обучения**
Худжандский политехнический институт Таджикского технического университета (ХПИ – ТТУ)	ХПИ – ТТУ заменил отделение заочного обучения на отделение дистанционного обучения. Этот переходный процесс занял три года. Институт завершил приём студентов на заочное обучение в 2013/14 учебном году и перешёл на приём дистанционного обучения. Образовательный контент был разработан силами преподавателей и студентов в рамках их заданий по выполнению дипломных проектов. Институт получил Лицензии от Министерства образования и науки на организацию дистанционного обучения для трёх различных программ. Дистанционные курсы также доступны для студентов очного обучения в качестве факультативных модулей.
Таджикский технический университет им. М.С.Осими	Начиная с 2012 года, в ТТУ проводились пилотные дистанционные курсы Московского Государственного Технического Университета (МГТУ) им. Баумана. Два бесплатных курса МГТУ «Беспроводные сети» и «Безопасность данных в информационных системах» были реализованы на пилотной основе факультетом ИКТ. В настоящее время в ТТУ данная деятельность приостановлена.
Таджикский государственный университет коммерции	ТГУК использует платформу на основе серверных приложений Moodle для проведения дистанционных курсов. С 2015 г. функционирует Центр дистанционного обучения.
Технологический университет Таджикистана	ТУТ активно инвестирует в проведение дистанционных курсов в партнёрстве с Тернопольским Национальным Техническим Университетом (Украина) и Томским Государственным Педагогическим Университетом (Российская Федерация). ТУТ создал собственный Центр Дистанционного Обучения (ЦДО) в феврале 2013 года. В качестве платформы для проведения дистанционных курсов Центр использует программное обеспечение Atutor – свободное и открытое программное решение Системы Управления Обучением (СУО)

Таким образом, в настоящее время все вузы Республики Таджикистан используют современные технологии не только во время занятий, связанных с использованием компьютеров и Интернет, но и в ходе других занятий.

Вузы имеют необходимое оборудование для организации и проведения онлайновых курсов, но для студентов необходимо создать большее количество пунктов доступа к сети. В последние годы соотношение количества студентов и компьютеров выросло и теперь большее количество студентов могут в течение более длительного времени пользоваться компьютером на территории вуза.

Все университеты оснащены средствами связи, включая компьютеры, планшеты, ноутбуки, телевизоры, видеоконференцсвязь, прожекторы и «белые доски» (проекционное оборудование для презентаций), в той или иной мере. Для того чтобы использовать онлайновое обучение для проведения курсов или изучения ИКТ, некоторым школам требуется больше оборудования и помещений. В целях предоставления доступа к компьютерам для большего числа учащихся было бы целесообразно создать компьютерные лаборатории при ТНИСА, которые впоследствии смогут предоставлять возможность прохождения онлайновых курсов, по крайней мере, для студентов вузов, являющихся членами Ассоциации ТНИСА. С этой целью, а также, чтобы частично удовлетворить спрос на компьютерные курсы для студентов высших учебных заведений, школьных учителей и широкой общественности, Министерство Образования и Науки инициировало создание компьютерных центров по всей стране.

Список литературы:

1. Закон Республики Таджикистан «О технологическом парке» от 21.06.2010 № 629 (с дополнением и изменением от 13.11.2023, №2010) / Маджлиси Оли Республики Таджикистан.

2. Программа инновационного развития Республики Таджикистан на период 2011–2020 гг.

3. Закон Республики Таджикистан «Об инновационной деятельности» от 16.04.2012 №4.

4. Аламшоев, А. К. Отношения России и Таджикистана в сфере образования и науки: новые ареалы развития / А. К. Аламшоев, Б. Д. Одинаев, Б. С. Музаффаров. В сборнике: Исследование проблем и тенденций развития высшего образования в современной России. Сборник научных трудов. – Санкт-Петербург, 2023. – С. 102-110.

5. Миэринь, Л. А. Современные образовательные технологии в вузе / Л. А. Миэринь, Н. Н. Быкова, Е. В. Зарукина. – СПб. : Изд-во СПбГИЭУ, 2015. – 169 с.

6. Раджабов, Р. К. Факторы, влияющие на развитие инновационно-информационной инфраструктуры вузов / Р. К. Раджабов, Х З. Парвонаева. Таджикистан и современный мир. – 2024. - № 1 (85). – С. 270-282.

7. Таджикистан: Анализ Сектора высшего образования. Отчёт. Всемирный Банк, 2014г. – 89 с.

Половян Алексей Владимирович
доктор экономических наук, доцент
Института экономических исследований,
г. Донецк
Синицына Карина Игоревна
кандидат экономических наук, доцент
Института экономических исследований,
г. Донецк

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕН НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ НА ПРИМЕРЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Аннотация: в статье представлены результаты прогнозирования цен на 18 продовольственных товаров в Донецкой Народной Республике на октябрь 2024 г. Отмечено, что конъюнктура цен сферы торговли Российской Федерации будет оказывать значительное влияние на цены в Республике. Сделан вывод о необходимости прогнозирования цен на продовольственные товары.

Ключевые слова: продовольственные товары, цена, прогноз, сфера торговли.

FORECASTING FOOD PRICES, FOR EXAMPLE OF THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC)

Abstract: the article presents the results of forecasting prices for 18 food products in the Donetsk People's Republic for October 2024. It is noted that the price environment of the trade sector of the Russian Federation will have a significant impact on prices in the Republic. It is concluded that it is necessary to predict prices for food products.

Keywords: food products, price, forecast, trade area.

Прогнозирование цен на продовольственные товары является важным инструментом для обеспечения стабильности на рынке продовольствия и удовлетворения потребностей потребителей. Цены являются важным

индикатором, отражающим состояние продовольственной безопасности страны, используются при расчёте прожиточного минимума, индекса потребительских цен, реальных доходов населения. В связи с этим возникает необходимость систематического и комплексного изучения динамики цен на продовольственные товары, а также последующего их анализа с целью выявления основных тенденций [5, с. 258].

Различные аспекты исследования проблем качества и ценообразования продовольственных товаров отражены в трудах отечественных учёных. М. Н. Лунёва и В. И. Поставной проводят анализ динамики потребительских расходов домашних хозяйств Пермского края, и сравнивают с темпами роста инфляции [4, с. 161]. В свою очередь А. В. Барабанова и Е. К. Оборина исследуют вопросы качества продовольственных товаров, в частности, алкогольной продукции. Авторы акцентируют внимание на качестве товара, как одной из основополагающих характеристик, оказывающих решающее влияние на создание потребительских предпочтений и формирование конкурентоспособности [1, с. 196]. Р. Н. Лепа и А. Е. Высоцкий рассматривают многофункциональный механизм, который позволяет проводить анализ продовольственных ресурсов в регионе [3, с. 15]. В. Н. Зуева рассматривает особенности использования цифровых инструментов для прогнозирования цен на продукцию сельского хозяйства [2, с. 2]. Однако, вопрос о необходимости прогнозирования цен на продовольственные товары и принятия управленческих решений в сфере торговли на основе этих данных не нашёл однозначного ответа в научной литературе.

Целью является прогнозирование цен на продовольственные товары.

На основе разработанной модели для прогнозирования динамики цен на основные продовольственные товары [5, с. 258-264], осуществлён прогноз цен на 18 продовольственных товаров в Донецкой Народной Республике на октябрь 2024 г. Полученные в результате прогноза цены на основные продовольственные товары, в среднем по Донецкой Народной Республике имеют среднюю ошибку отклонения в размере 4,0 %, что свидетельствует о

достаточно точных результатах прогноза при отсутствии негативного влияния непредвиденных факторов.

Верхние и нижние прогнозные значения цены на продовольственные товары в Донецкой Народной Республике на октябрь 2024 г. представлены в таблице 1.

Необходимо отметить, что рассчитанные прогнозные значения цен на продовольственные товары в Донецкой Народной Республике зависят от цен в Российской Федерации.

Таблица 1

Прогнозные значения цены на продовольственные товары в Донецкой Народной Республике на октябрь 2024 г.

№	Продовольственный товар	Верхнее прогнозное значение цены на октябрь 2024 г.	Нижнее прогнозное значение цены на октябрь 2024 г.	Цена в сентябре 2024 г.
1	Пшеничная мука	39,22	36,25	38,13
2	Хлеб	61,26	54,34	56,08
3	Макаронные изделия	66,45	61,52	63,24
4	Гречневая крупа	84,13	71,71	77,65
5	Рис	108,84	98,96	104,82
6	Капуста белокочанная	64,71	41,96	53,05
7	Свекла	51,34	39,77	45,74
8	Морковь	55,65	38,90	49,32
9	Лук репчатый	40,52	24,51	36,03
10	Картофель	56,07	43,14	50,90
11	Говядина	823,38	768,21	809,13
12	Говядина на кости	454,11	417,18	430,19
13	Свинина	449,10	421,55	433,76
14	Свинина на кости	323,91	299,16	322,55
15	Мясо птицы	212,61	190,82	203,49
16	Рыба живая охлаждённая (карп)	296,94	261,51	274,03
17	Рыба свежемороженая (хек)	293,71	266,49	274,03
18	Сельдь соленая	303,91	275,19	298,30

Соответственно, цены в Донецкой Народной Республике могут значительно измениться под влиянием тенденций, наблюдаемых в Российской Федерации:

- прогнозируется существенный рост цен на продукты питания. Инфляция может привести к повышению цен от 4,3 % до 4,8 %. Товары,

которые, как ожидается, осенью подорожают: мясо (говядина, свинина, курица) – ожидается рост цен на говядину и свинину на 20-28 % вследствие увеличения себестоимости производства; молочные продукты – на 5-20 %, что обусловлено ростом себестоимости и удорожанием логистики; сахар, кондитерские изделия и шоколад – на 3,9 %; макароны – на 15 %, что обусловлено повышением стоимости сырья и расходов на логистику; растительное масло – на 13 %; крупы (рис и гречка), в частности, рис может подорожать более чем на 20 %; овощи – картофель на 8 %, лук на 6 %, капуста, свекла, морковь, что обусловлено сезонным фактором; рыба и морепродукты – цены на замороженное рыбное филе могут вырасти на 3,8 % [6];

- ожидается резкое повышение цен на кондитерские изделия, молочные продукты и хлеб вследствие увеличения закупочных цен у поставщиков и роста кредитных ставок;

- ожидается подорожание целого ряда продуктов питания (особенно, молочной продукции, сыра, масла и кондитерских изделий), что обусловлено увеличением расходов на логистику, подорожанием сырья и дефицитом кадров [7].

Таким образом, необходимость прогноза цен на продовольственные товары обусловлена тем, что:

- точные прогнозы цен позволяют правительствам и заинтересованным сторонам обеспечить стабильное снабжение продовольствием, снижая риск дефицита и волатильности цен;

- позволяют бизнесу принимать обоснованные решения о распределении ресурсов, инвестициях и стратегиях ценообразования;

- прогнозы цен способствуют эффективному распределению ресурсов, снижая потери и способствуя конкуренции на рынке продовольствия.

Список литературы:

1. Барабанова, А. В. Проблемы качества разливного пива, реализуемого на территории Пермского края / А. В. Барабанова, Е. К. Оборина. Тенденции развития мировой торговли в XXI веке (Пермь, 22-31 октября 2019 г.):

Сборник. – Пермь : Изд-во: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. – С. 196-200.

2. Зуева, В. Н. Прогнозирование цен на сельскохозяйственные культуры / Теория и практика общественного развития. – 2015. - № 1. – С. 1-4.

3. Лепа, Р. Н. Система сценарного динамического анализа «Продовольственный баланс ДНР» / Р. Н. Лепа, А. Е. Высоцкий. Вестник Института экономических исследований. – 2020. - № 2 (18). – С. 10-17.

4. Лунёва, М. Н. Анализ динамики потребительских расходов домашних хозяйств Пермского края / М. Н. Лунёва, В. И. Поставной. Современная торговля: теория, практика, инновации: (Пермь, 15 ноября–11 декабря 2018 г.): Сборник. – Пермь : Изд-во: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2018. – С. 157-161.

5. Половян, А. В. Цифровой инструмент прогнозирования динамики цен на продовольственные товары / А. В. Половян, К. И. Синицына. Финансовый менеджмент. – 2024. - № 5. – С. 258-265.

6. Что подорожает осенью 2024 года? Прогноз роста цен / Финансовый портал о всех банках России и банковских продуктах «Bankiros» [Электронный ресурс]. – URL: https://bankiros.ru/news/cto-podorozaet-osenu-2024-goda-prognoz-rosta-cen-15474 (дата обращения: 23.09.2024).

7. Эксперты перечислили продукты, которые подорожают осенью / Сетевое издание «Men Today» [Электронный ресурс]. – URL: https://www.mentoday.ru/life/news/03-09-2024/eksperty-perechislili-produkty-kotorye-podorojayut-osenyu/ (дата обращения: 23.09.2024).

Самойлов Александр Николаевич
кандидат военных наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Мухачёв Андрей Александрович
старший преподаватель
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье представлены теоретические аспекты развития корпоративной культуры организации**.** Определены основные элементы для совершенствования корпоративной культуры в организации. Представлены главные элементы формирования корпоративной культуры и сделаны общие выводы.

Ключевые слова: корпоративная культура организации, ценности, ритуалы, нормы поведения, символы.

THEORETICAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE CORPORATE CULTURE OF THE ORGANIZATION

Abstract: the article presents the theoretical aspects of the development of the corporate culture of the organization. The main elements for improving the corporate culture in the organization are identified. The main elements of corporate culture formation are presented and general conclusions are drawn.

Keywords: corporate culture of the organization, values, rituals, norms of behavior, symbols.

В общем аспекте культурой признается система поведения индивидов (людей), совокупность правил и норм, социально установленных ценностей, идей и традиций. Практически в любом обществе проявляется определённая культура, которая отличается характерными признаками в соответствии с историческим процессом формирования этого общества или его отношением к определённой сфере, то есть культура проявляется во взаимоотношениях между людьми, а также установленными правилами взаимодействия общественных институтов [7, с. 10].

Во всех организациях, как субъектах экономики, культуре отводится значимая роль, так как она призвана сдерживать и стабилизировать поведение участников (сотрудников) организации, а также обеспечивает порядок в группах и коллективных сообществах.

По мнению. В. М. Маслова корпоративная культура организации – это связь сотрудников с руководством, а также внутри отдельного коллектива или рабочей группы, независимо от формы собственности или экономического вида деятельности [6, с. 537].

Значительное количество исследователей в области корпоративной культуры отмечают её тесную взаимосвязь с производственной и экономической эффективностью организации, то есть добиться планового экономического роста и достичь главную стратегическую цель возможно только в комплексе с корпоративной культурой [5, с. 49].

Проблемные вопросы корпоративной культуры в своё время освещались в различных сферах деятельности, в том числе и в образовании [2, 4].

С учётом этого, основной функцией корпоративной культуры организации является создание уникальности, имиджа организации в сравнении с другими представителями рынка, значимостью её для работников, как уже работающих на предприятии, так и планирующих на тесное взаимовыгодное трудовое сотрудничество.

Основными элементами для совершенствования корпоративной культуры в организации можно указать следующие направления.

1. Совершенствование процессов кадровой политики, а именно, оптимизации критериев должностного роста, кадровых решений, обеспечение возможностей для карьерного роста для каждого сотрудника независимо от занимаемой должности.

2. Оптимизация системы мотивации, стимулирования и поощрения, исключения «жёсткой» системы применения дисциплинарных наказаний, реализация новых уникальных конкурентоспособных мотивационных программ на рынке работодателей.

3. Реализация традиций и устоев, позволяющих идентифицировать работодателя на рынке труда (символика, имидж, корпоративный стиль, униформа, внутренние корпоративные газеты и мобильные приложения).

Для повышения экономической эффективности отдельной организации важно систематически анализировать отдельные элементы реализации корпоративной политики, своевременно проводить мероприятия для её оптимизации для достижения стратегической цели с учётом возможностей внутренних ресурсов и влияния факторов внешней среды.

Например, Ю. В. Гуськовым выделяются наиболее действенные и эффективные направления управления корпоративной культурой в организации, а именно [3, с. 58]:

- направления пропаганды миссии, корпоративных ценностей, традиций, корпоративного стиля через внутренние корпоративные коммуникационные

элемента (внутренние корпоративные журналы, газеты, автоматизированные коммуникационные программы, а также современные мобильные приложения для внутреннего общения);

- воплощение ценностей и декларируемой миссии через формальных и неформальных лидеров. Например, формальным лидером может являться профсоюзная организация, а неформальными лидерами можно признать активных сотрудников, которые «стимулируют» работодателя и работников на взаимовыгодные положительные коммуникации;

- реализация программ поощрения и мотивации, системы вознаграждения для организационных лидеров, которые стимулируют коллективы на повышение эффективности выполнения своих должностных обязанностей, то есть являются некими «путеводителями», а также предлагают различные программы для повышения эффективности производственных и управленческих процессов, как внутри отдельного подразделения, так и в целом для организации.

Самым действенным способом эффективной реализации корпоративной культуры является её укрепление и поддержание, но для её непосредственной реализации необходимо соблюсти ряд требований, которые являются главными элементами формирования корпоративной культуры в организации.

К таким особенностям необходимо отнести:

- стиль управления и поведение руководителей (преимущественно демократичного стиля);

- систему управления конфликтами, реакцию на проявление сопротивлений со стороны руководителей (преимущественно необходимо использовать стиль конфронтации и сотрудничества);

- обучение руководителей и ответственных сотрудников на соответствующих курсах и семинарах для эффективной реализации корпоративной культуры, а также реализацию общей системы внутрикорпоративного обучения сотрудников;

- продвижение имиджа работодателя на рынке труда (отзывы на сайте подбора персонала или работающих сотрудников, в центрах занятости, официальный сайт компании, где указаны преимущество работы именно в этой организации, подход руководства к реализации кадровой политики);

- создание внутренней корпоративной символики, ценностей, миссии, а с этими элементами должны быть ознакомлены все сотрудники (внутренний сайт, Положение о корпоративной культуре, спортивные совместные мероприятия, организация совместного отдыха, профессиональные конкурсы).

Каждый отдельный этап внедрения элементов корпоративной культуры сопровождается характерным механизмом и технологией. Например, на этапе оценки необходимости внедрения какого-то дополнительного элемента корпоративной культуры, целесообразно провести опрос сотрудников об их реальных предпочтениях, изучить конкурентов на предмет уникальной корпоративной культуры, реализовать новый элемент и обязательно оценить его эффективность. Например, внедрение в корпоративную культуру профессиональных конкурсов должно обеспечить рост производительности труда, а реализация новой социальной политики обеспечит снижение текучести кадров.

Все элементы реализуемой корпоративной культуры должны быть направлены на повышение внутреннего имиджа организации, а также внешнего имиджа для привлечения компетентных специалистов с большим опытом работы, с достаточным образованием, то есть тех специалистов, которые априори принесут компании необходимый эффект и экономический рост.

Значительное количество руководителей современных российских предприятий уделяет серьёзное внимание реализации корпоративной культуры, считая её неотъемлемым механизмом общей системы управления человеческими ресурсами и кадрами. Например, А. В. Ковровым было проведено исследование эффективности реализации корпоративной культуры с точки зрения самих сотрудников и выявлены самые значимые элементы, которые должны быть обязательно реализованы на конкретном субъекте

экономики (предприятии, организации, учреждении). Большинство сотрудников самое важное значение придаёт социальным, экономическим и психологическим аспектам работы и выполнению должностных обязанностей. По результатам исследования этого автора самым значимым элементом корпоративной культуры являются ценности (53 %), стиль управления (52 %) и установленные нормы в организации (42 %) [1, с. 27].

При реализации корпоративной культуры необходимо обратить внимание на традиции, правила, ритуалы, символику, механизмы взаимодействия и коммуникаций. При этом важно не допускать динамичного развития неформальных проявлений и неформальных лидеров, которые негативно влияют на производственные и управленческие процессы. Например, неформальный лидер может провоцировать «саботаж», необъективную потерю рабочего времени, забастовки, сопротивление определённым нормам и формальным правилам. В то же время, как уже было указано ранее, необходимо, напротив, стимулировать неформальных лидеров, деятельность которых положительно влияет на бизнес-процессы в организации.

Таким образом, основными элементами корпоративной культуры организации являются установленная миссия и ценности, система взаимодействия, отдельные элементы корпоративной политики, дополнительная социальная поддержка, мотивационные программы, тимбилдинг, признание заслуг каждого работника, организация командной работы. Используются различные элементы корпоративной символики и корпоративного взаимодействия, а реализация всей совокупности элементов корпоративной культуры направлена на повышение имиджа работодателя на внутреннем и внешнем рынке труда, обеспечение высокой производительности и экономической отдачи сотрудников, снижение текучести кадров, привлечение профессиональных специалистов, что, несомненно, влияет на общий уровень конкурентоспособности организации на рынке.

Список литературы:

1. Большунов, М. А. Анализ результатов и обоснование роли корпоративной культуры в деятельности организации / Дайджест социальных исследований. – 2022. - № 1. – С. 35-41.

2. Гордеев, А. Е. Корпоративная культура высшего учебного заведения и развитие профессиональных soft skills выпускников / А. Е. Гордеев, Е. М. Долгополов. Местное самоуправление и муниципальное управление в России: состояние, проблемы, перспективы: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Пермь, 14 ноября 2019 г. // Пермский филиал РАНХиГС. – Пермь : Изд-во «Аборигены», 2019. – С. 18-22 (0,28 п. л.).

3. Гуськов, Ю. В. Основы менеджмента: учебник. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 263 с.

4. Долгополов, Е. М. Основы проектирования системы органов корпоративного управления / Е. М. Долгополов, А. Н. Самойлов. Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: Материалы VI Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию учебного заведения (Пермь, 07-12 ноября 2014 г.). – Том 2 / ПИ (ф) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова». – Пермь : Изд-во «ОТ и ДО», 2014. – С. 174-179 (0,34 п. л.).

5. Киреева, М. М. Корпоративное управление / М. М. Киреева, А. П. Вострова. – Иваново : АО «Информатика», 2023. – 180 с.

6. Маслова, В. М. Трансформация корпоративной культуры организации в современных реалиях / Самоуправление. – 2022. - № 3 (131). – С. 536-539.

7. Семенов, Ю. Г. Организационная культура. – М. : Логос, 2022. – 126 с.

Саттарова Барно Шухратовна
старший преподаватель
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Ташкент, Узбекистан

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЗЕЛЁНОЙ ЭКОНОМИКИ И УСТОЙЧИВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: в статье проанализировано, какие шаги предпринимаются в Узбекистане в направлении перехода на зелёную экономику и создания условий для развития устойчивого предпринимательства. Переход к «зелёной экономике» в Узбекистане необходим, так как значительная часть энергии в стране производится с использованием невозобновляемых природных ресурсов, что приводит к их истощению.

Ключевые слова: зелёная экономика, возобновляемые источники энергии, устойчивое предпринимательство, промышленность.

PRIORITY AREAS FOR THE DEVELOPMENT OF THE GREEN ECONOMY AND SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP IN UZBEKISTAN

Abstract: the article analyzes the steps being taken in Uzbekistan to transition to a green economy and create conditions for the development of sustainable entrepreneurship. The transition to a «green economy» in Uzbekistan is necessary, since a significant portion of the country's energy is produced using non-renewable natural resources, which leads to their depletion.

Keywords: green economy, renewable energy sources, sustainable entrepreneurship, industry.

Развитие зелёной экономики и устойчивого предпринимательства в Узбекистане идёт в ногу с мировыми тенденциями, и страна делает значительные шаги в этом направлении. Экологические инициативы и проекты по возобновляемой энергетике, управлению отходами, энергоэффективности и устойчивому сельскому хозяйству создают новые возможности для предпринимателей, а также способствуют долгосрочному устойчивому экономическому развитию страны. Для устойчивого развития экономики, Узбекистан разрабатывает долгосрочную стратегию структурных реформ, которые должны учитывать как внутренние, так и глобальные вызовы и процессы. Энергоёмкость ВВП Узбекистана почти в 4 раза выше, чем в Евросоюзе, и в 2 раза превышает мировое среднее значение [1]. Это ставит Узбекистан в категорию стран с относительно высоким уровнем выбросов CO^2 на единицу ВВП. Узбекистан ежегодно теряет не менее 4,5 % своего ВВП из-за использования углеводородной энергии – нефти, газа и угля [2].

Необходимость повышения энергоэффективности и снижения углеродоёмкости ВВП в двукратном размере определяет задачи повысить энергоэффективность в базовых отраслях экономики в два раза к 2030 году, за счёт:

- модернизации инфраструктуры промышленных предприятий; дальнейшего использования чистых и экологически безопасных технологий и промышленных процессов на величину не менее 20 %;

- повышения энергоэффективности и экологического улучшения производства моторного топлива и автотранспортных средств;

- развития электротранспорта [3].

Обеспечение доступа к современному, недорогому и надёжному энергоснабжению населения и отраслей экономики необходимо довести до 100 %.

Это направление стратегии направлено на разработку экономических механизмов поддержки «зелёной экономики», развитие институциональных основ внедрения «зелёных технологий», совершенствование нормативно-правовой базы в сфере «зелёной экономики», механизмов регулирования и контроля энергоэффективности, интеграции принципов «зелёной экономики» в образование и науку, повышения производственного потенциала и создание благоприятной среды для перехода к «зелёной экономике».

Модернизация инфраструктуры промышленных предприятий, обеспечение их устойчивости за счёт повышения энергоэффективности и более широкого использование чистых, экологически безопасных технологий и промышленных процессов должна вырасти не менее чем на 20 %. Данное приоритетное направление включает в себя проблемы адаптации и смягчения последствий изменения климата, повышения эффективности использования природных ресурсов и сохранения природных экосистем.

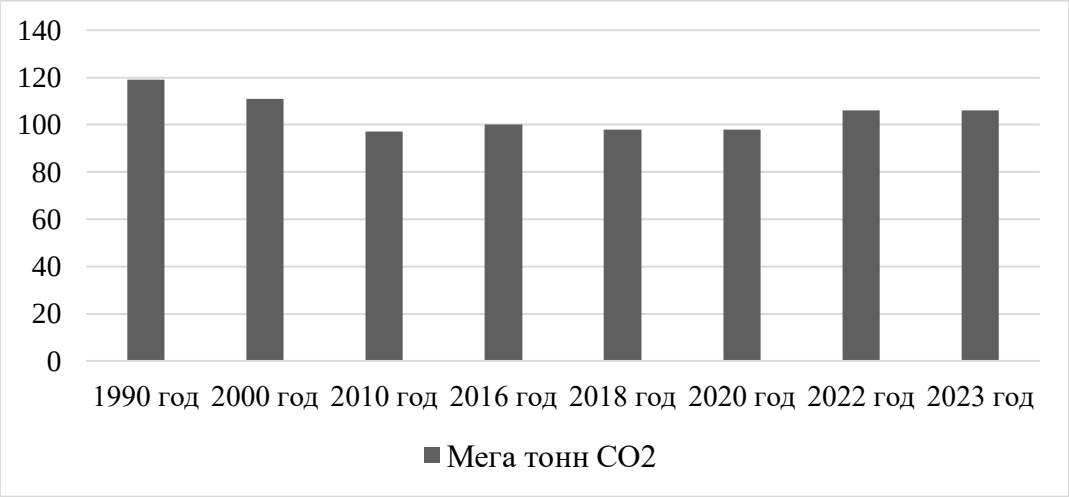


Рисунок 1 – Показатели выбросов CO^2 в Узбекистане с 1990 по 2023 годы [4].

График показывает тенденции выбросов CO^2 в Узбекистане в период с 1990 по 2023 годы, выраженные в миллионах тонн (MtCO). Узбекистан в целом удерживает выбросы на стабильном уровне, хотя были периоды роста и снижения. Как показывают исследования, большая часть электросетевых объектов в Узбекистане эксплуатируется свыше 30 лет. В частности, более 66 % магистральных и распределительных сетей, 74 % подстанций и свыше 50 % трансформаторных подстанций находятся в эксплуатации более трёх десятилетий. Это является одной из главных причин роста технологических потерь при распределении и поставке электроэнергии [4].

В период с 2012 по 2019 годы спрос на электроэнергию не был полностью удовлетворён, несмотря на то что, производство электроэнергии увеличивалось в среднем на 2,6 % ежегодно. По оценкам, в 2019 году разрыв между спросом и предложением электроэнергии составил 9,4 % [5].

Узбекистан активно развивает сектор возобновляемых источников энергии, особенно солнечной и ветровой энергетики. Страна обладает высоким потенциалом для производства солнечной энергии благодаря своему климату. В последние годы были реализованы и продолжают реализовываться проекты по строительству солнечных электростанций в различных регионах страны, например, в Навоийской и Самаркандской областях. «Первой ласточкой» в энергосистеме Нового Узбекистана является солнечная фотоэлектростанция мощностью 100 МВт, построенная компанией Masdar из ОАЭ, которую запустили в Навоийской области. До 2025 года будут созданы условия для производства частными инвесторами до 50 % электроэнергии в стране. В год будет производиться 252 млн кВт/ч электроэнергии. За счёт этого будет сэкономлено 80 млн куб. газа и предотвращён выброс в атмосферу 160 тыс. тонн парникового газа CO^2 [6].

Государственный план развития энергетики в Узбекистане на 2020−2030 годы ставит своей целью создать 5 ГВт дополнительных мощностей за счёт энергии солнца. В Узбекистане в среднем наблюдается 320 солнечных дней в году, фотоэлектрические источники сегодня составляют менее 2 % в

энергетическом балансе. Объёмы солнечной энергии Узбекистана остаются низкими. По данным Международного агентства по возобновляемым источникам энергии (IRENA) показывают, что сектор солнечной энергетики Узбекистана находится в стадии активного роста. В 2020 году объём солнечной энергии в стране составлял всего 4 МВт, в 2021 году – 104 МВт, в 2023 году – 253 МВт [7].

Правительство Узбекистана стимулирует частные инвестиции в этот сектор через налоговые льготы, льготное финансирование и упрощение административных процедур [8, с. 35]. Предприятиям и организациям предоставляются льготные или беспроцентные кредиты, субсидии, гранты, налоговые льготы для использования альтернативных источников энергии, достижения углеродной нейтральности в производстве, использования зелёных технологий и закупки соответствующего оборудования. В Узбекистане наблюдается растущий интерес к устойчивому предпринимательству, которое ориентировано на снижение негативного воздействия на окружающую среду и внедрение инновационных решений. Крупнейший производитель бытовой техники в Узбекистане «Artel», активно внедряет энергоэффективные технологии в свои продукты. Компания работает над снижением энергопотребления своих товаров и использует инновационные подходы для повышения экологической ответственности в производстве. Проект «Uzbekistan Solar», направлен на развитие солнечной энергетики и производство солнечных панелей. Этот проект способствует продвижению устойчивых энергетических решений в сельских и отдалённых районах страны, обеспечивая доступ к чистой энергии и снижая зависимость от ископаемого топлива. Текстильная фабрика «Ecotex» в Узбекистане делает ставку на устойчивое производство, минимизируя использование воды и вредных химических веществ в производстве. Она внедряет технологии для сокращения потребления природных ресурсов и обеспечения более экологичного процесса текстильного производства.

В секторе возобновляемой энергетики наблюдается активное сотрудничество с международными финансовыми институтами и инвесторами, такими как Азиатский банк развития (АБР), Всемирный банк и Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР). На сегодняшний день в отрасль привлечено 2,1 млрд долларов прямых иностранных инвестиций, реализуются проекты на сумму 13 млрд дол. Почти во всех регионах строятся современные солнечные и ветровые электростанции. Например, в Бухаре, Джизаке, Кашкадарье, Навои, Самарканде и Сурхандарье запущены 9 крупных солнечных и ветровых электростанций общей мощностью 1,6 ГВт. В Андижанской, Самаркандской, Сурхандарьинской и Ташкентской областях введены в эксплуатацию 6 крупных и малых ГЭС общей мощностью 183 МГВт. В 2024 году объём выработки «зелёной энергии» достиг 13 млрд киловатт/часов, а её доля в общем энергобалансе страны составит 15 % [9].

Узбекистан сталкивается с проблемой энергоёмкости своей экономики, в связи с этим предпринимаются меры по повышению энергоэффективности и внедрению технологий энергосбережения в промышленности и жилом секторе. Ведётся модернизация производственных предприятий с целью сокращения потребления энергии и снижения выбросов парниковых газов. Инновации в области экологических технологий, включая биотехнологии, энергосберегающие решения и чистое производство, находят всё большее применение в Узбекистане. Для достижения целей устойчивого развития необходимо внедрение дальнейших мер по снижению углеродного следа, особенно в энергетическом и промышленном секторах. Этот анализ указывает на важность более активного перехода на возобновляемые источники энергии и повышение энергоэффективности, что соответствует глобальным тенденциям по снижению выбросов парниковых газов.

Список литературы:

1. Возобновляемая энергия для устойчивого развития [Электронный ресурс]. – URL: https://review.uz/post/vozobnovlyaemaya-energiya-dlya-ustoychivogo-razvitiya (дата обращения: 15.09.2024).

2. Как переход Узбекистана к «зелёной экономике» поможет экономическому росту? / Официальный веб-сайт Агентства лесного хозяйства при Министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата [Электронный ресурс]. – URL: https://urmon.gov.uz/press-center/news/ozbekistonning-yashil-iqtisodiyotga-otishi-iqtisodiy-yuksalishga-qanday-yordam-beradi?lang=ru (дата обращения: 15.09.2024).
3. Постановление Президента Республики Узбекистан «Об утверждении стратегии по переходу Республики Узбекистан на “зелёную” экономику на период 2019 – 2030 годов» от 4 октября 2019 года № ПП-4477 [Электронный ресурс]. – URL: https://lex.uz/ru/docs/4539506 (дата обращения: 14.09.2024).
4. World Energy & Climate Statistics – Yearbook 2024 [Электронный ресурс]. – URL: https://yearbook.enerdata.net/co2-fuel-combustion/CO2-emissions-datafrom-fuel-combustion.html (дата обращения: 11.09.2024).
5. Сектор электроэнергетики Узбекистана с нейтральным уровнем эмиссии углерода [Электронный ресурс]. – URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1726496840&tld=ru&lang=ru&name (дата обращения: 12.09.2024).
6. В Узбекистане введена в строй крупная солнечная фотоэлектрическая станция. Официальный веб-сайт Президента Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. – URL: https://president.uz/ru/lists/view/4580 (дата обращения: 16.09.2024).
7. Renewable capacity statistics 2023 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.irena.org/Publications/2023/Mar/Renewable-capacity-statistics-2023 (дата обращения: 14.09.2024).
8. Саттарова, Б. Ш. Цифровая трансформация – как фактор оптимизации процессов и повышение эффективности бизнеса в Узбекистане / В сборнике: Экономика и бизнес-планирование. Сборник научных статей. – Москва, 2024. – С. 35-40.
9. «Зелёная» энергетика становится одним из драйверов нашей экономики и поистине общенациональным движением / Официальный веб-сайт Президента Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. – URL: https://president.uz/ru/lists/view/7055 (дата обращения: 12.09.2024).

Семенов Вадим Сергеевич
аспирант
Пермского государственного аграрно-технологического университета имени академика Д. Н. Прянишникова,
г. Пермь

НЕКОТОРЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЫНКА СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РФ

Аннотация: исследования влияния рынков строительных услуг показали

его взаимосвязь с различными секторами экономической деятельности. В текущих макроэкономических условиях их роль продолжает возрастать, оказывая влияние на динамику социально-экономического развития субъектов РФ. Данная тенденция находит отражение в совершенствовании законодательства, регулировании взаимосвязей с видами деятельности, обеспечивающие ресурсами процесс строительства, обслуживающими производственный цикл.

Ключевые слова: рынок строительных услуг, развитие субъектов РФ, стабильность развития, социально-экономическое развитие.

SOME TRENDS IN GOVERNMENT MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE CONSTRUCTION SERVICES MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract: studies of the influence of construction services markets have shown its relationship with various sectors of economic activity. In the current macroeconomic conditions, their role continues to increase, influencing the dynamics of socio-economic development of the subjects of the Russian Federation. This trend is reflected in the improvement of legislation, the regulation of relationships with activities that provide resources for the construction process, serving the production cycle.

Keywords: construction services market, development of the subjects of the Russian Federation, stability of development, socio-economic development.

Рынок строительных услуг является сложной совокупностью элементов, определяющих объёмы спроса и предложения на различных территориальных уровнях. Материально-технический элемент представлен средствами и объектами производства (здания, оборудования, машины, механизмы, технические средства). Нематериальный элемент включает технологии, проектные, цифровые решения производства и обслуживания [2].

Рынки строительных услуг подвержены влиянию глобальных трендов в четырёх областях: рынки и клиенты, устойчивость и жизнестойкость, общество и рабочая сила, а также политика и регулирование.

1. Тенденции рынка и потребителей. По мере роста спроса в странах с формирующейся рыночной экономикой отрасль должна определить, каким образом развивающиеся рынки могут наилучшим образом воспользоваться технологическими достижениями и повышенными стандартами безопасности,

уже применяемыми в развитых странах, при этом всё ещё принимая во внимание местные рыночные условия.

2. Тенденции в области устойчивого развития и жизнестойкости. Экологичность всё чаще становится требованием, а не просто желательной характеристикой, и её достижение неизбежно повлияет как на процесс строительства, так и на сам построенный объект. Строительный сектор производит огромное количество отходов, поэтому более эффективное использование и вторичная переработка сырья, даже небольшое улучшение, дают огромные потенциальные выгоды. Соответственно появляются и другие новые приоритеты, включая, например, оптимизацию пространства и обеспечение более эффективных методов отопления, охлаждения и освещения [1].

3. Тенденции в обществе и рабочей силе. Ожидается, что городское население мира превысит 6 миллиардов человек к 2045 году [2]. Примерно четверть этого населения будет жить в трущобах, если нынешняя пропорция останется неизменной. Отсюда необходимость увеличения объёма доступного жилья в городских районах там, где процесс строительства очень сложен из-за нехватки места, а также из-за увеличения расходов на инфраструктуру водоснабжения, канализации и так далее. Другой демографической тенденцией, особенно в развитых странах, является изменение возрастного профиля. Растущая доля пожилых людей в населении влияет на строительную отрасль двумя основными способами: во-первых, это создаёт необходимость в строительстве или адаптации зданий для размещения пожилых и выздоравливающих граждан; во-вторых, это угрожает сократить доступное предложение строительных рабочих.

Регулирование оказывает влияние на многие аспекты электронной промышленности. В недавнем глобальном исследовании регулирование было определено как наиболее важный фактор возрастающей сложности. Отрасль особенно страдает от изменений в требованиях к охране труда, финансовом и трудовом законодательстве, а также экологических стандартах. Новые правила

в любой из этих областей могут негативно сказаться на бизнес-операциях. Однако при продуманной разработке регулирование действительно может оказаться выгодным для компаний [3].

Разрешения на строительство, совершенно справедливо, всё больше и больше подлежат изучению на предмет воздействия на окружающую среду и социальную сферу. Однако эти исследования проводятся неэффективно или при наличии отставания в выдаче разрешений, проекты неоправданно затягиваются и их перспективы ухудшаются: денежные потоки начинаются позже, чем ожидалось, что ставит под угрозу прибыльность. Необходим надлежащий баланс, с одной стороны, обеспечение быстрых процессов утверждения; с другой стороны, предоставление всем заинтересованным сторонам возможности высказать своё мнение должным образом.

Стратегия развития строительной отрасли и ЖКХ в РФ [4] в качестве первоочередной задачи называет создание условий для преодоления последствий кризисных явлений за счёт строительной отрасли как основы для восстановления экономики, что формирует новый управленческий подход к её регулированию на государственном уровне с точки зрения стабильности социально-экономических процессов.

Рынок строительных услуг демонстрирует устойчивый рост, обеспеченный государственными федеральными программами и целевыми проектами, связанными с развитием инфраструктуры, улучшением качества жилищных условий населения и среды. Статистика показывает, что в 56 субъектах Российской Федерации объёмы строительных работ увеличиваются. Вклад федеральных округов незначительно меняется в последние годы (рисунок 1).

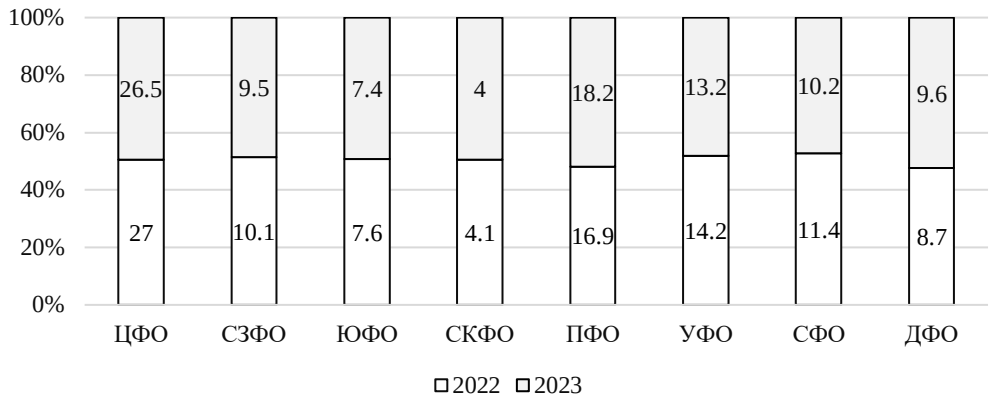


Рисунок 1 – Распределение объёмов строительных работ по федеральным округам РФ в 2022–2023 гг., % (составлено по данным [5])

Выраженными лидерами в стране являются 7 субъектов, доля которых составляет в общем объёме производства от 3 %, максимальный показатель 12,4 % вносит г. Москва, 4,7 % - Татарстан, 4,5 % - Московская область. Центральный и Приволжский федеральные округа показали наибольший рост строительного производства в 2023 году.

Пермский край занимает пятое место в Приволжском федеральном округе (ПФО) по объёму строительных работ (рисунок 2).

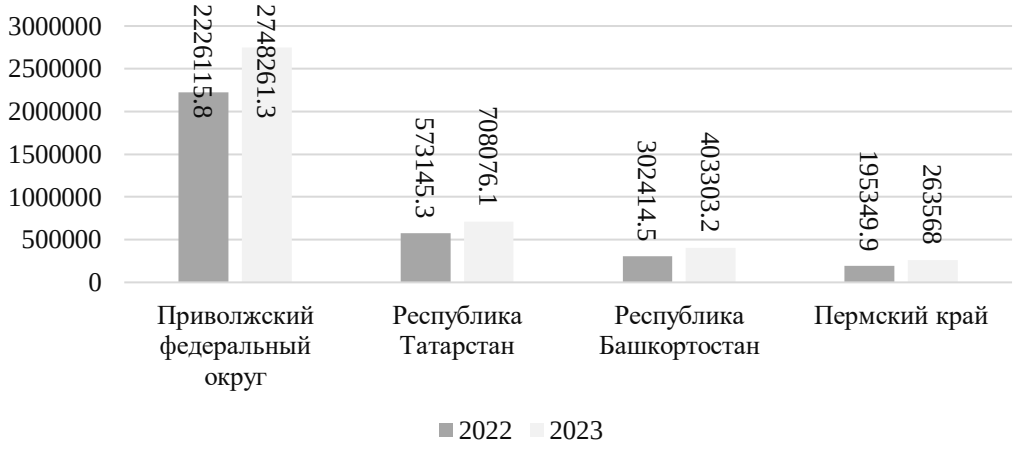


Рисунок 2 – Динамика объёмов строительных работ регионов ПФО в 2022–2023 гг., млн руб. (составлено по данным [5])

Лидирующие позиции в округе занимают Республики Татарстан и Башкортостан, Нижегородская и Самарская области, Пермский край. Положительные тенденции в перечисленных субъектах являются устойчивыми, что соответствует общероссийской динамике.

Рынок строительных услуг Пермского края продолжит развитие при усиливающемся влиянии следующих факторов: стимулирование спроса на промышленное и жилищное строительство, формирование кластеров в отраслях с мощной материально-технологической базой (нефтехимические, машиностроительные, агропромышленные комплексы), инфраструктурное обеспечение государственных программ и проектов.

Список литературы:

1. Оборин, М. С. Взаимосвязь строительства и качества услуг жилищно-коммунального хозяйства / Экономика строительства и природопользования. - № 3 (68), 2018. – С. 120-130.

2. Оборин, М. С. Формирование модели рынка строительных услуг как одного из факторов повышения экономической безопасности региона / Экономика строительства и природопользования. – 2019. - № 2 (71). – С. 12—20.

3. Оборин, М. С. Формирование системы антикризисного управления услугами промышленных предприятий региона / Экономика строительства и природопользования. – 2019. - № 1 (70). – С. 60-68.

4. Распоряжение Правительства РФ от 31 октября 2022 г. № 3268-р «Об утверждении Стратегии развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства РФ на период до 2030 г. с прогнозом до 2035 г.» [Электронный ресурс]. – URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405560559/?ysclid=m2d8pppcht738943535 (дата обращения: 25.09.2024).

5. Строительный комплекс Российской Федерации в 2023 году. [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/folder/14458 (дата обращения: 25.09.2024).

Семенова Марина Александровна
аспирант
Пермского государственного аграрно-технологического университета имени академика Д. Н. Прянишникова,
г. Пермь

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА К ОПТИМИЗАЦИИ ОКАЗАНИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Аннотация: в текущих условиях ведения бизнеса в сфере услуг особое значение приобретает рациональность процессов их организации, так как это влияет на общую результативность организаций санаторно-курортного комплекса. Лечебно-оздоровительные услуги предполагают сложные

производственные процессы, связанные с вовлечением природных лечебных ресурсов, деятельностью медицинского персонала, соответствующей материально-технической базы. Представлены этапы процесса оказания лечебно-оздоровительной услуги в условиях санаторно-курортного комплекса.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительная услуга, санаторно-курортный комплекс, процесс, процессный подход.

THE APPLICATION OF A PROCESS APPROACH TO OPTIMIZING THE PROVISION OF HEALTH AND WELLNESS SERVICES

Abstract: in the current conditions of doing business in the service sector, the rationality of the processes of their organization is of particular importance, since this affects the overall effectiveness of organizations of the sanatorium complex. Medical and wellness services involve complex production processes related to the involvement of natural healing resources, the activities of medical personnel, and the corresponding material and technical base. The stages of the process of providing medical and wellness services in the conditions of a sanatorium-resort complex are presented.

Keywords: medical and wellness service, sanatorium and resort complex, process, process approach.

Функционирование санаторно-курортных организаций в современных рыночных условиях направлено на получение прибыли, привлечение клиентов и сохранение высоких конкурентных позиций. Их деятельность связана с оказанием лечебно-оздоровительных услуг, имеющих социальную, медицинскую и коммерческую ценность.

Лечебно-оздоровительные услуги сами по себе являются сложным процессом, в основе которого лежит сочетание ресурсного обеспечения, материальной базы, диагностического и лечебного оборудования, а также действий компетентных специалистов. Итоговый результат их оказания не может дать полноту информации системе управления об имеющихся уязвимостях, ограничениях и факторах риска. В связи с этим, необходимо обратиться к процессному подходу, который содержит универсальные принципы описания экономических систем, явлений и закономерностей:

- деятельность социально-экономических систем можно представить в виде алгоритма действий, объединённых в единый процесс, приводящий к запланированному результату;

- функции и действия персонала санаторно-курортных организаций можно представить в виде процесса или последовательности процессов, сопровождающихся документально;

- все процессы завершаются получением результатов, причём каждый последующий этап начинается с результата предыдущего процесса;

- измеримость полученных результатов позволяет оценивать эффективность не только общего алгоритма, но и каждого этапа, что представляется важным с точки зрения влияния.

Эволюция процессного подхода получила развитие в описании бизнес-процессов, которые успешно применяются для повышения результатов и оптимизации различных видов услуг. Можно выделить положительные элементы, применяемые для конструирования алгоритмов сервисной сферы, которые моно адаптировать к лечебно-оздоровительным услугам:

- возможность поэтапного регламентирования и контроля создания ценности услуги во взаимосвязи с внешним и внутренним эффектами [2];

- определение резервов улучшения и оптимизации общего бизнес-процесса на каждом этапе, включая обратные связи, возврат на предыдущий этап, изменение технологий [5, 6];

- формирование карты основных процессов и системы показателей оценки [7];

- алгоритмизация достижения ключевых показателей лечебно-оздоровительных услуг, включающих социальные, экономические, ресурсные и иные критерии [1, 3];

- целевое и проектное регулирование услуг в формализованной системе результатов [4].

Учитывая результаты имеющихся исследований, можно предложить структуру лечебно-оздоровительной услуги в соответствии с процессным подходом (рисунок 1).

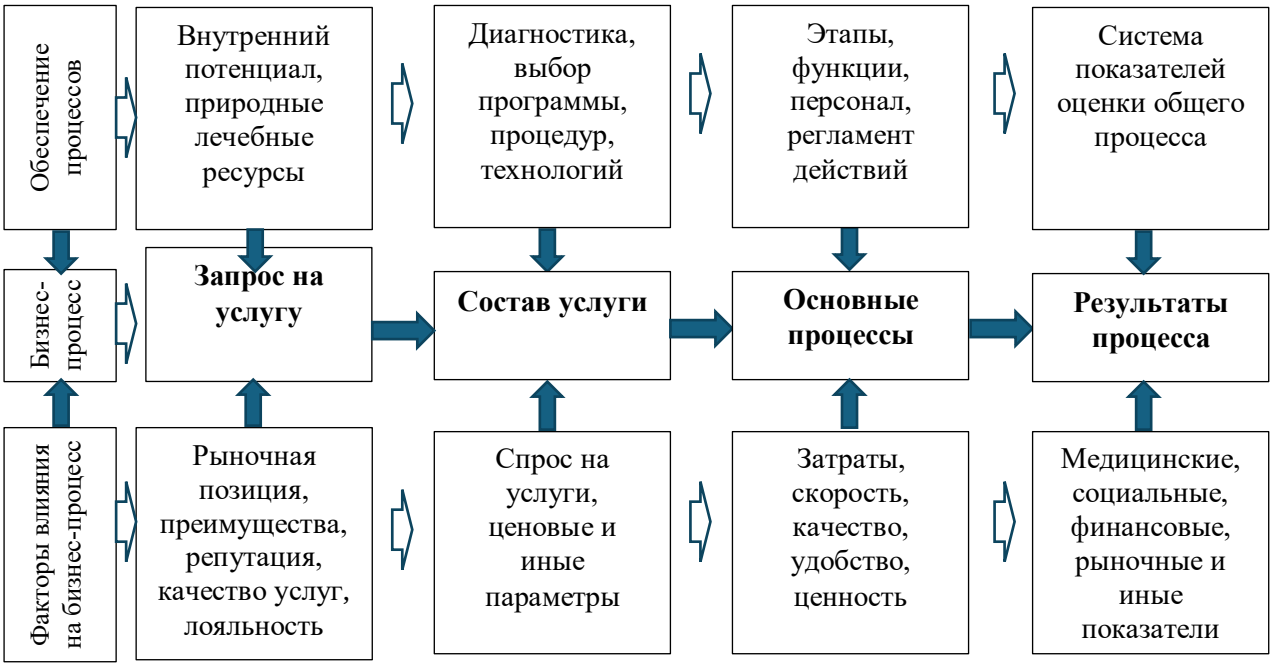


Рисунок 1 – Процессный подход к формированию структуры лечебно-оздоровительной услуги (разработано автором)

Запрос на услугу определяется внешними факторами и внутренним потенциалом санаторно-курортных организаций, обеспечивающих соответствие услуги с рыночными ожиданиями, включая актуальные тренды потребительских предпочтений. Состав лечебно-оздоровительной услуги зависит от диагностики конкретного человека, определения его индивидуальных потребностей, но определяется имеющимся лечебно-диагностическим оборудованием, квалификацией медицинского персонала, природными лечебными ресурсами, используемыми санаторно-курортной организацией и т. д. Регламентация основных процессов зависит от курса лечения, реабилитации или профилактики, состоит из параметров, описывающих их качество. Результат процесса обусловлены внутренними критериями эффективности (например, низкими затратами) и внешними (например, показатели здоровья пролеченных).

Результативность бизнес-процесса лечебно-оздоровительной услуги определяется также ростом конкурентных преимуществ, процентом заполняемости санаторно-курортной организации, увеличением числа лояльных клиентов. Контроль и регулирование перечисленных критериев будет более

результативным при внедрении процессного подхода.

Список литературы:

1. Гомонко, Э. А. Современные инструменты оценки эффективности выполнения бизнес-процессов хозяйствующих субъектов сферы услуг / Э. А. Гомонко, О. А. Белокопытова, Ш. Ш. Абдухамидова. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. - № 3 (106). – С. 118-128.

2. Гомонко, Э. А. Генезис понятия эффективности функционирования хозяйствующих субъектов сферы услуг и его современная интерпретация под влиянием процессно-ориентированного управления / Э. А. Гомонко, О. П. Котельникова, Ш. Ш. Абдухамидова. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. - № 2 (105). – С. 82-97.

3. Нюренбергер, Л. Б. Управление бизнес-процессами в сфере туристских услуг: предпосылки, принципы, особенности / Л. Б. Нюренбергер, Н. А. Щетинина, И. Ю. Севрюков, Н. А. Лучина, Н. Е. Петренко. Инновации и инвестиции. – 2020. - № 4. – С. 294-298.

4. Оборин, М. С. Оптимизация бизнес-процессов как фактор повышения эффективности санаторно-курортного лечения / Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2021. - № 10 (204). – С. 35–43.

5. Оборин, М. С. Оценка природно-ресурсного потенциала экологического и «зеленого» туризма территорий с лечебно-оздоровительной специализацией / Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. – Том 4 (70). - № 1, 2018. – С. 49–64.

6. Оборин, М. С. Применение концепции маркетинг-менеджмента при разработке лечебно-оздоровительных продуктов и услуг / Государственное управление. Электронный вестник (Электронный журнал). – 2019. - № 73. – С. 112–137.

7. Халилова, З. И. Математическое моделирование бизнес-процессов компаний сферы услуг / З. И. Халилова, Л. Н. Аблаева. Учёные записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2022. - № 2 (76). – С. 206-210.

Силин Александр Владимирович
кандидат технических наук, декан
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

О ФОРМИРОВАНИИ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ KPI ДЛЯ ПРОЦЕССОВ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Аннотация: в статье дана характеристика основных групп KPI, необходимых для оценки эффективности работы персонала в процессе оказания услуг. Автором рассмотрен алгоритм формирования KPI на примере процесса оказания консультационных услуг при отборе заявок проектов на конкурс.

Ключевые слова: эффективность работы персонала, ключевые показатели эффективности KPI.

ON THE FORMATION OF KEY PERFORMANCE INDICATORS KPI FOR SERVICE PROCESSES

Abstract: the article provides a description of the main groups of KPIs required to assess the performance of personnel in the process of providing services. The author examines the algorithm for forming KPIs using the example of the process of providing consulting services when selecting applications for a project competition.

Keywords: personnel performance, key performance indicators KPIs.

Сегодня информационные технологии и услуги являются неотъемлемой частью проектной деятельности, поэтому актуальной задачей предприятий, реализующих проекты, является рациональная организация и оценка эффективности этой деятельности. При решении данной задачи у организаторов часто вызывает затруднения выбор показателей для оценки эффективности работы персонала.

В последнее время для оценки эффективности организации процессов работы персонала по оказанию информационных услуг в проектной деятельности получили широкое распространение ключевые показатели эффективности из групп KPI.

KPI (Key Performance Indicator) – это показатель достижения успеха в определённой деятельности или в достижении определённых целей, который является количественно измеримым индикатором фактически достигнутых результатов [1].

Наиболее актуально использование следующих видов ключевых показателей.

1) KPI результата – сколько и какой результат получен.

2) KPI затрат – сколько ресурсов было затрачено.

3) KPI функционирования – показатели выполнения бизнес-процессов (позволяет оценить соответствие процесса требуемому алгоритму его выполнения).

4) KPI производительности – производные показатели, характеризующие соотношение между полученным результатом и временем, затраченным на его получение.

5) KPI эффективности (показатели эффективности) – это производные показатели, характеризующие соотношение полученного результата кзатратам ресурсов.

Ключевые показатели производительности и эффективности, являясь производными при использовании такой схемы, характеризуют процесс в целом.

При разработке KPI необходимо придерживаться следующих правил:

1) набор показателей должен содержать минимально необходимое их количество, обеспечивающих характеристику процесса;

2) каждый показатель должен быть измерим.

Рассмотрим разработку видов ключевых показателей деятельности на примере процесса «Оказание консультационных услуг» при отборе заявок на конкурс проектов фонда губернатора Пермского края [2]. Для этой цели используем модель IDEF0, которая показана на рисунке 1. На модели представлены: входы, выходы, управление (правила и методики выполнения процесса) и механизмы (персонал).

Рисунок 1 – Процесс «Оказание консультаций по заявкам» (составлено автором)

Для рассмотрения показателей KPI процесса «Оказания консультаций по заявкам» целесообразно придерживаться следующего алгоритма.

1. Идентифицировать процесс и его выходы-результаты:

- процесс – «Оказание консультаций по заявкам» при подготовке проектов к конкурсному отбору;

- результат – количество заявок, допущенных на конкурс в срок.

2. Идентифицировать входы-ресурсы (ресурсы, отводимые на один технологический цикл процесса консультаций):

- заявки на конкурс проектов;

- допустимое время на выполнение консультаций, часов;

- допустимые затраты на выполнение консультаций, руб.

3. Идентифицировать входы-механизмы (ресурсы, обеспечивающие многократное выполнение основных действий – консультаций):

- сотрудники отдела консультаций;

- техническое и программное обеспечение рабочих мест сотрудников отдела консультаций.

4. Идентифицировать входы – управления (методики и правила оказания консультаций):

- положение о порядке проведения экспертизы проектов;

- инструкции персонала отдела консультаций.

5. Оценить количественно KPI входов и выходов процесса оказания консультаций. Они могут быть как простыми, так и рассчитываемыми (по формулам).

5.1. На основе выходов процесса сформируем KPI результата.

KPI 1 – количество заявок, допущенных на конкурс в срок, Zp, ед.

KPI 2 – процент заявок, допущенных на конкурс в срок (%).

KPI 2 = KPI 1 / Z (× 100%),

где: Z – общее количество заявок, поданных на конкурс, ед.

5.2. На основе входов-ресурсов и входов-механизмов процесса можно сформировать показатели временных и финансовых затрат.

KPI 3 – среднее время на консультации по одной заявке, час / ед.

KPI 3 = Тф / Z,

где: Тф – фактическое время консультаций по заявкам за период, час.

KPI 4 – общие затраты персонала на консультации, руб.

5.3. Помимо показателей затрат на осуществление деятельности, качество выполнения процесса могут отражать показатели функционирования.

KPI 5 – коэффициент отказов.

KPI 5 = 1 – KPI 1 / Z

5.4. Показатели производительности могут рассчитываться как соотношение количества консультаций к фактическому времени работы персонала.

KPI 6 – количество консультаций, даваемых персоналом, ед./час.

KPI 6 = N / Тф,

где: N – количество консультаций, оказанных за период, ед.

5.5. Расчёт ключевых показателей эффективности KPI 7 осуществляется на основе выделенных предварительно KPI 1 результата и KPI 4 затрат, поэтому показателем эффективности работы персонала можно считать.

KPI 7 – стоимость допуска одной заявки на конкурс, руб./ед.

KPI 7 = KPI 4 / KPI 1.

Таким образом, «показатель эффективности» выступает интегральной экономической характеристикой деятельности отдела.

По этому принципу (отношение затрат к полученному результату) можно рассчитывать как экономические показатели эффективности всей организации, так и экономические показатели проектов или управления.

Список литературы:

1. Устав фонда губернатора Пермского края https://гранты губернатора59.рф/public/home/documents.

2. Система KPI (Key Performance Indicator): разработка и применение показателей бизнес-процесса. Показатели эффективности. https://www.businessstudio.ru/articles/article/sistema_kpi_key_performance_indicator_razrabotka_i/.

Симанова Ирина Марковна
кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ОСВЕЖИТЕЛЕЙ ВОЗДУХА

Аннотация: целью работы являлась сравнительная оценка потребительских свойств освежителей воздуха разных фирм изготовителей. В ходе работы было установлено, что по проверенным показателям качества все образцы соответствуют требованиям нормативных документов. Отечественные производители освежителей воздуха выпускают качественные товары, которые имеют высокие потребительские свойства.

Ключевые слова: освежители воздуха**,** потребительские свойства, качество, аэрозольная упаковка.

COMPARATIVE ASSESSMENT OF CONSUMER PROPERTIES OF AIR FRESHENERS

Abstract: the purpose of the work was a comparative assessment of consumer properties of air fresheners from different manufacturers. During the work, it was established that according to the tested quality indicators, all samples meet the requirements of regulatory documents. Domestic manufacturers of air fresheners produce high-quality products that have high consumer properties.

Keywords: air fresheners, consumer properties, quality, aerosol packaging.

Освежители воздуха относятся к товарам бытовой химии. Данные товары предназначены для очистки воздуха в помещении и устранения имеющихся запахов. Также некоторые освежители воздуха дополнительно ароматизируют и (или) дезинфицируют воздух [5].

На рынке Пермского края данный вид товаров представлен достаточно широко. Это товары отечественных и зарубежных производителей, которые выпускают освежители воздуха в самых различных формах (аэрозольные освежители, пластины, аромокристаллы и другие).

В то же время следует отметить, что качество и потребительские свойства освежителей воздуха у разных производителей существенно отличаются.

Целью работы являлась сравнительная оценка потребительских свойств аэрозольных освежителей воздуха, реализуемых на рынке города Перми.

Для сравнения потребительских свойств было взято 5 образцов.

Образец № 1 – Освежитель воздуха GLADE «Океанский оазис». Изготовитель – ООО «Эс. Си. Джонсон». Освежитель воздуха выпущен по ТУ 20.41.41.-007-18578805-2018. Объём 300 мл. Масса нетто 259 г.

Образец № 2 – Освежитель воздуха AIR WICK «Японская весна». Изготовитель – компания «Рекитт Бенкизер». Импортёр ООО «Аэростар Контракт». Освежитель воздуха выпущен по ГОСТ 32481-2013. Объём 290 мл. Масса нетто 240 г.

Образец № 3 – Освежитель воздуха ECONTA «Океан». Изготовитель ООО «Аэрозоль Новомосковск». Освежитель воздуха выпущен по ТУ 2389-058-43549475-2013. Объём 300 мл. Масса нетто 200 г.

Образец № 4 – Освежитель воздуха ALPICA «Ландыш». Изготовитель ОА «Сибиар». Освежитель воздуха выпущен по ТУ 2389-111-00204292-2014. Объём 300 мл. Масса нетто 200 г.

Образец № 5 – Освежитель воздуха «Green Collection by Provence» «Крымские каникулы». Изготовитель ООО «Аэростар Контракт». Освежитель воздуха выпущен по ГОСТ 32481-2013. Объём 300 мл. Масса нетто 240 г.

Все образцы были взяты из одной ценовой категории. На маркировку товара нанесена вся необходимая информация в соответствии с требованием Технического регламента республики Казахстан «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии» [1].

Вначале была проведена оценка качества и безопасности освежителей воздуха по методикам ГОСТ 32481-2013 «Товары бытовой химии в аэрозольной упаковке. Общие технические условия» [2].

Данные по оценке качества и безопасности аэрозольных освежителей воздуха представлены в таблице 1.

Таблица 1

Оценка качества и безопасности освежителей воздуха

Наименование образца	**Степень эвакуации содержимого**	**Масса нетто содержимого**	**Герметич-ность упаковки**	**Работоспособ-ность клапана аэрозольной упаковки**
Освежитель воздуха GLADE «Океанский оазис»	96,6	251,7	Выделений пузырьков газа и деформации баллона не обнаружено	Клапан работает и выпускает определённую дозу содержимого
Освежитель воздуха AIR WICK «Японская весна»	95,9	236,7		
Освежитель воздуха ECONTA «Океан»	95,2	200,7		
Освежитель воздуха ALPICA «Ландыш»	96,0	203,8		
Освежитель воздуха «Green Collection by Provence Крымские каникулы»	95,1	241,3		

Как видно из таблицы все образцы соответствуют установленным требованиям. По ГОСТ 32481-2013 степень эвакуации содержимого упаковки должно быть не менее 95 % [2]. Также все образцы освежителей воздуха имеют допустимые отрицательные отклонения по массе нетто и соответствуют требованиям ГОСТ 8.579-2019 «Государственная система обеспечения единства измерений. Требования к количеству фасованных товаров при их производстве, фасовании, продаже и импорте» [3].

В дальнейшей работе была проведена балльная оценка потребительских свойств освежителей воздуха.

Следует отметить, что все образцы на маркировке имеют знак обращения на рынке РФ, по проверенным показателям безопасности соответствуют требованиям ГОСТ, на упаковке у всех образцов есть подробное описание опасности и меры по её предупреждению и все образцы имеют декларации о соответствии [4]. В связи с вышесказанным, балльную оценку свойства безопасности не проводили.

Для оценки всех остальных потребительских свойств освежителей воздуха были разработаны соответствующие шкалы.

Данные по оценке функциональных свойств образцов представлены в таблице 2.

Таблица 2

Оценка функциональных свойств освежителей воздуха

Образцы	**Освежитель воздуха GLADE «Океанский оазис»**	**Освежитель воздуха AIR WICK «Японская весна»**	**Освежитель воздуха ECONTA «Океан»**	**Освежитель воздуха ALPICA «Ландыш»**	**Освежитель воздуха «Green Collection by Provence Крымские каникулы»**
Баллы	4,0	4,0	4,0	3,0	5,0

Как видно из таблицы, образцу № 5 эксперты поставили максимальную оценку 5 баллов, так как он полностью поглощают запах и после его применения в помещении достаточно долго сохраняется приятный аромат.

Образцам № 1, № 2 и № 3 эксперты снизили балл за то, что реальный аромат освежителя воздуха несколько отличается от заявленного производителем. Наименьший балл за функциональные свойства получил образец № 4 (Освежитель воздуха ALPICA «Ландыш»), так как данный освежитель воздуха быстро выветривается и сам имеет достаточно резкий запах.

В дальнейшей работе была проведена оценка эргономических и эстетических свойств.

Данные представлены в таблице 3.

Таблица 3

Оценка эргономических и эстетических свойств освежителей воздуха

Образцы	**Освежитель воздуха GLADE «Океанский оазис»**	**Освежитель воздуха AIR WICK «Японская весна»**	**Освежитель воздуха ECONTA «Океан»**	**Освежитель воздуха ALPICA «Ландыш»**	**Освежитель воздуха «Green Collection by Provence Крымские каникулы»**
Баллы за эргономические свойства	4,1	5,0	4,2	3,0	5,0
Баллы за эстетические свойства	5,0	4,0	4,5	4,5	4,0

Как видно из таблицы высшие баллы за эргономические свойства получили образцы № 2 и № 5, так как они имеют удобную форму упаковки, которая не выскальзывает из рук, удобный дозатор. Оседая на предметы, освежители воздуха не оставляют следов. Образцам № 1 и № 3 баллы были снижены за то, что при распылении аэрозоля остаются следы на предметах (мебели, плитке и т. д.), а образцу № 4 за то, что данный освежитель воздуха имеет неудобный дозатор.

Самый высокий балл за эстетические свойства получил образец № 1, так как он имеет яркую и красочную упаковку, информацию на упаковке легко найти, и напечатана она крупным контрастным шрифтом. Образцам № 3 и № 4 по этому показателю баллы были немного снижены, так как отдельные элементы информации сложно найти. Остальным образцам за эстетические

свойства было поставлено по 4 балла, так как необходимую информацию потребителю сложно найти, и напечатана она очень мелким шрифтом.

При оценке эстетических свойств (таблица 3) все образцы получили высокие баллы от 4 до 5. Некоторым образцам баллы были немного снижены за мелкие буквы на маркировке и (или) неконтрастный шрифт.

Немаловажным для потребителя является свойство надёжности. При оценке надёжности освежителей воздуха учитывали срок годности, заявленный производителем, материал и толщину стенок упаковки, а также надёжность дозатора.

Высшие баллы по свойству надёжности получили образцы № 3 и № 5. Упаковка данных образцов выполнена из толстостенного алюминия, дозатор имеет надёжную конструкцию и срок годности, заявленный производителем, составляет 36 месяцев.

Менее надёжными являются образцы № 1, № 2 и № 4, так как у них меньший срок годности и (или) меньшая толщина стенок алюминия на упаковке.

На последнем этапе исследования был рассчитан комплексный показатель качества освежителей воздуха. Коэффициенты весомости были определены с помощью метода экспертных оценок.

Данные по оценке комплексного показателя качества представлены в таблице 4.

Как видно из таблицы, наибольший комплексный показатель имеет образец № 5 – освежитель воздуха «Green Collection by Provence Крымские каникулы», а наименьший образец № 4 – Освежитель воздуха ALPICA «Ландыш».

Таблица 4

Результаты комплексной оценки потребительских свойств освежителей воздуха

Показатели	**Коэффициент весомости**	**Средние значения показателей**				
		Освежитель воздуха GLADE «Океанский оазис»	**Освежитель воздуха AIR WICK «Японская весна»**	**Освежитель воздуха ECONTA «Океан»**	**Освежитель воздуха ALPICA «Ландыш»**	**Освежитель воздуха «Green Collection by Provence Крымские каникулы»**
Функциональные свойства	0,5	4,0	4,0	4,0	3,0	5,0
Эргономические свойства	0,2	4,1	5,0	4,2	3,0	5,0
Эстетические свойства	0,1	5,0	4,0	4,5	4,5	4,0
Свойство надёжности	0,2	4,0	4,0	5,0	4,0	5,0
Комплексный обобщённый показатель качества		4,1	4,2	4,25	3,35	4,5

В заключение следует отметить, что отечественные производители освежителей воздуха выпускают качественные товары, которые имеют высокие потребительские свойства.

Список литературы:

1. Технический регламент республики Казахстан «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии». Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – 2024. [Электронный ресурс]. – URL: http://docs.cntd.ru/document/902206830 (дата обращения: 10.09.2024).

2. ГОСТ 32478-2013 «Товары бытовой химии. Общие технические требования». Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – 2024 [Электронный ресурс]. – URL: http://docs.cntd.ru/document/1200107873 (дата обращения: 10.09.2024).

3. ГОСТ 8.579-2019 «Государственная система обеспечения единства измерений. Требования к количеству фасованных товаров при их производстве, фасовании, продаже и импорте». Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – 2024 [Электронный ресурс]. – URL: http://docs.cntd.ru/document/1200036324 (дата обращения: 10.04.2024).

4. Жикина, Л. Р., Симанова, И. М. Оценка качества освежителей воздуха. Сборник научных статей VIII международного форума молодых учёных,

посвященного 55-летию университета «Молодёжь в науке и предпринимательстве». – 2019. – С. 377-380.

5. Симанова, И. М., Бурмасов, П. И. Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия (учебно-методическое пособие). Международный журнал экспериментального образования. – 2015. - № 2-2. – С. 233-234.

Соловьева Ольга Анатольевна
преподаватель
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ НА ЭКОНОМИКУ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Аннотация: статья посвящена влиянию экологического рейтинга региона, на примере Пермского края за 2018–2022 гг., на экономический рост этой же территории.

Ключевые слова: ВРП, экологический рейтинг, экономический рост.

INFLUENCE OF THE ENVIRONMENTAL SITUATION ON THE ECONOMY OF THE PERM REGION

Abstract: the article is devoted to the influence of the environmental rating of the region, using the example of the Perm Territory for 2018-2022, on the economic growth of the same territory.

Keywords: GRP, environmental rating, economic growth.

Влияние экологии на экономику – малоизученная научная проблема. Однако она актуальна и требует исследования и анализа, ввиду всё более ощущающегося в 21 веке негативного воздействия экономических процессов на экологию окружающей среды.

На это указывает статистика: Россия переживает мусорный кризис. Главные причины – рост производства и потребления одноразовой тары и упаковки, большая часть которой непригодна для переработки; в 2023 г по сравнению с 2022 г. наблюдался рост количества экологических нарушений в области промышленного производства на треть – до 15 367; рост количества экстремальных загрязнений рек и водоёмов на 62 % - до 883 и т. д. [1]. Об этом говорят и выдвигаемые научным сообществом идеи и парадигмы,

ориентированные на перспективы экологического развития зелёной экономики, новых «зелёных» ИТ и их влияния на экономику и экономический рост.

Цель данной работы: определить, как экологический рейтинг региона влияет на экономическое развитие данной территории на примере Пермского края за 2018–2022 гг.

Таблица 1

Динамика экологического рейтинга и ВРП [2, 3]

Показатель	**Год**				
	2018	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Экологический рейтинг, место	18	13	15	19	28
ВРП, млрд руб.	1 422 704,6	1 496 401,4	1 385 352,5	1 765 366,6	2 002 818,8

На основании таблицы 1 построим графический образ и определим динамику экологического рейтинга региона и динамику его валового регионального продукта. Базой сравнения выступит 2018 г.

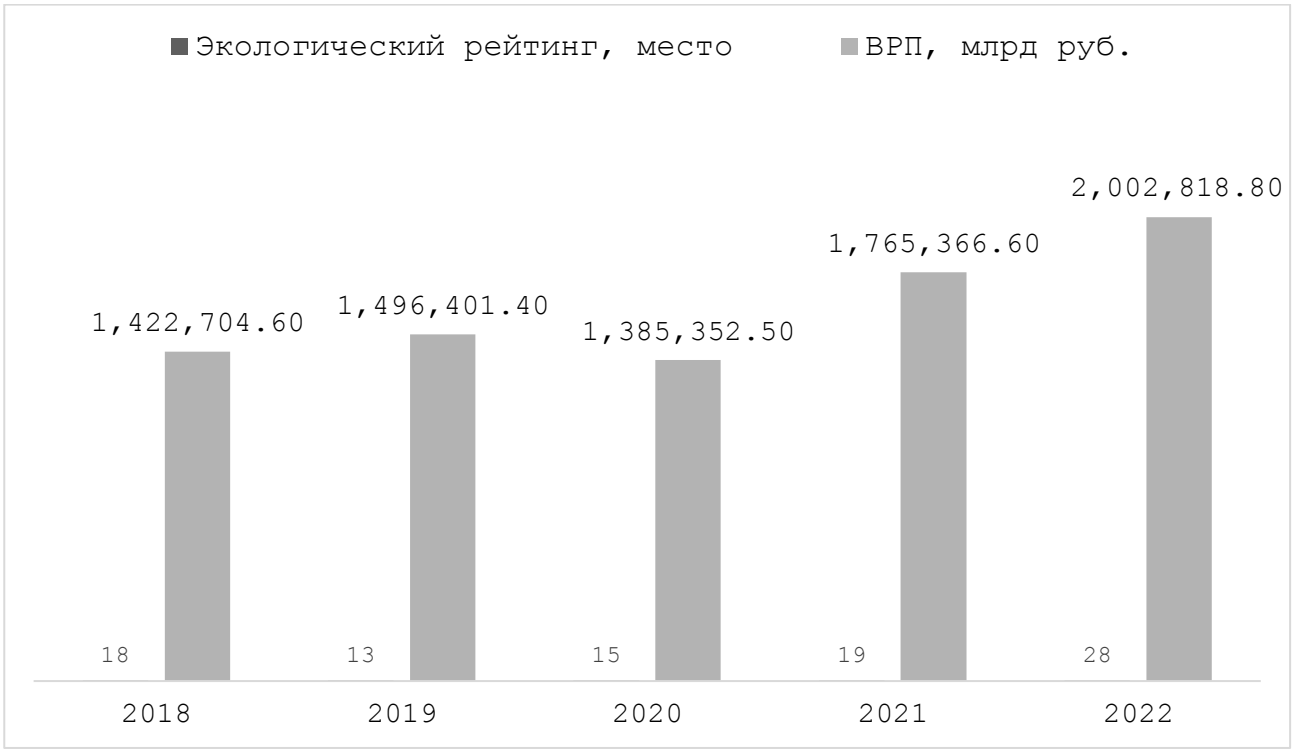


Рисунок 1 Динамика экологического рейтинга и ВРП

Согласно рисунка 1, чем хуже экологический рейтинг края, тем выше уровень ВРП в крае.

Таблица 2

Анализ динамики экологического рейтинга и ВРП

Показатель	**Отклонение**	
	Δ	**Δ, %**
Экологический рейтинг, место	10,0	55,6
ВРП, млрд руб.	580 114,2	40,8

Определяем линейный коэффициент детерминации $Y = a + bX + \varepsilon$

На основании данных таблицы 1 определим зависимость, тесноту связи и линейный коэффициент корреляции.

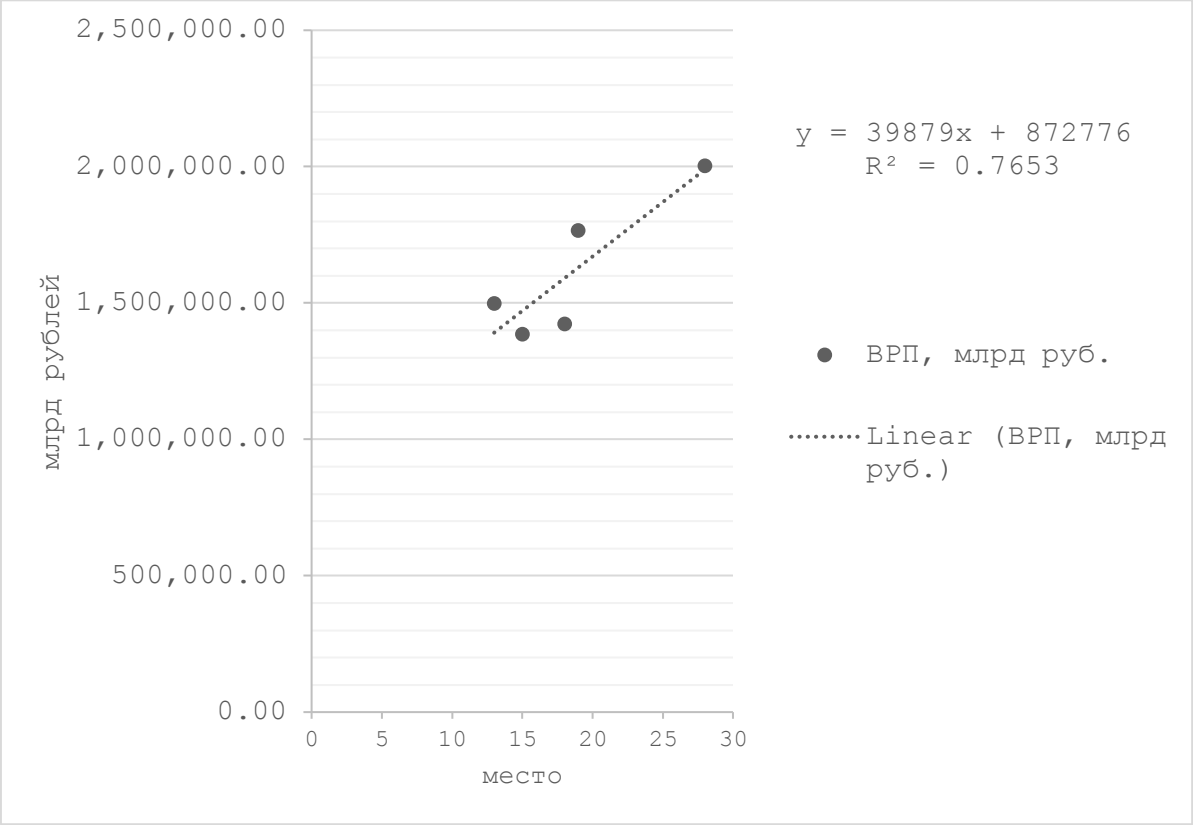


Рисунок 2 – Поле корреляции между экологическим рейтингом и ВРП за 2018–2022 гг.

Связь между экологической ситуацией и экономическим ростом в крае прямая, полученное линейное уравнение свидетельствует, что при ухудшении экологии в регионе будет увеличиваться его уровень ВРП.

Из этого следует, что ухудшение экологической ситуации в Пермском крае прямо пропорционально к экономическому росту в регионе.

Средний уровень ВРП в последующие периоды может составить не менее 872 776 млрд рублей и будет увеличиваться ежегодно на 39 879 млрд рублей в год. Связь между экологическим рейтингом и ВРП за 2018–2022 гг. прямая и средняя: если экологический рейтинг изменится в 2 раза, то экономический рост увеличится на 87,5 %, т. е. чем хуже экологическая обстановка в регионе, тем выше его ВРП. Изменение экономического роста на 76,5 % зависит от уровня экологической ситуации, 23,5 % - иные независимые факторы [3].

Итак, в ходе проведенного сравнительного анализа между экологическим рейтингом и экономическим ростом Пермского края можно сделать общий вывод о том, что, к сожалению, чем хуже экологическая обстановка в регионе, тем выше уровень ВРП. Очевидно, это связано с тем, что производственная направленность нашей территории не обеспечивается эффективной защитой от загрязнения окружающей среды.

Список литературы:

1. Итоги РСФ-2024: экология – centro.press [Электронный ресурс]. – URL: https://centro.press/news/zhizn/itogi-rsf-2024-ekologiya/ (дата обращения: 22.10.2024).

2. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2022. – Р32 Стат. Сб. / Росстат. – М., 2023. –□1242 с.

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/search?q=врп (дата обращения: 22.10.2024).

Табаторович Александр Николаевич
кандидат технических наук, доцент
Сибирского университета потребительской кооперации,
г. Новосибирск
Степанова Елена Николаевна
кандидат технических наук, доцент
Сибирского университета потребительской кооперации,
г. Новосибирск

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПИВА СВЕТЛОГО ПАСТЕРИЗОВАННОГО

Аннотация: в статье представлены результаты сравнительного анализа качества пива. Объектами исследования явились 5 образцов светлого

фильтрованного пастеризованного пива. Исследовались маркировка, пеностойкость и органолептические показатели качества. Были отмечены дефекты по вкусу и запаху в образцах № 1, 2 и 5. Наивысший балл получил образец пива торговой марки «Балтика № 3».

Ключевые слова: пиво светлое, пеностойкость, оценка качества.

COMPARATIVE ASSESSMENT OF LIGHT PASTEURIZED BEER QUALITY

Abstract: the article presents the results of a comparative analysis of beer quality. The objects of the study were 5 samples of light filtered pasteurized beer. Labeling, foam resistance and organoleptic quality indicators were studied. Defects in taste and smell in samples № 1, 2 and 5 were noted. The highest score was given to a sample beer of the trademark «Baltika № 3».

Keywords: canned fish, identification, falsification, quality.

Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 047/2018 «О безопасности алкогольной продукции» определяет пиво как «…алкогольную продукцию с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, изготовленную из пивоваренного солода, специального пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), подготовленной (исправленной) воды с использованием пивных дрожжей, *без добавления этилового спирта, ароматизаторов и пищевых добавок*…» [1].

Для проведения сравнительной оценки качества были взяты 5 образцов светлого пастеризованного фильтрованного пива в стеклянной таре, представленного в одном из предприятий розничной торговли г. Новосибирска, следующих торговых марок:

- образец № 1 ТМ «1664 Kronenburg»;
- образец № 2 ТМ «Zatecky gus»;
- образец № 3 ТМ «Кулер»;
- образец № 4 ТМ «Балтика № 3»;
- образец № 5 ТМ «Holsten pilsener».

Проанализировав маркировку исследуемых образцов пива установили, что все показатели, требуемые ТР ТС 022/2011 Технический регламент

Таможенного союза «Пищевая продукция в части её маркировки» и ГОСТ 31711 имеют полные характеристики, что свидетельствует о соответствии маркировки требуемым нормам

На основании данных маркировки исследуемых образцов светлого пастеризованного пива можно заключить, что все образцы произведены в г. Новосибирске на одном из филиалов пивоваренной компании «Балтика».

Образцы пива № 3 ТМ «Кулер» и образцы № 5 ТМ «Holsten pilsener» произведены в соответствии с ГОСТ 31711-2012, остальные образцы по техническим условиям. Указанный в маркировке номинальный объём пива составляет 0,45-0,5 л. Для всех образцов изготовителем предусмотрены аналогичные срок и режимы хранения: 1 год при температуре от 0 до +30° С.

Анализируя состав, можно отметить, что все заявленные ингредиенты идентичны и включают: воду питьевую очищенную, солод пивоваренный ячменный светлый, ячмень пивоваренный, хмелепродукты. Таким образом, согласно ТР ЕАЭС 047/2018 состав образцов пива соответствует ранее приведённому определению.

В образцах пива заявленная объемная доля этанола почти одинакова и составляет от 4,5 % (ТМ «1664 Kronenburg») до 4,8 % (ТМ «Балтика № 3»).

Результаты определения полноты налива в образцах пива представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты определения полноты налива пива

Торговая марка пива	**Объём, мл ($см^3$)**		**Отклонения фактического объёма пива от номинального**		**Допуск отрицательных отклонений по ГОСТ 8.579-2019 (не более 3 %)**
	фактический	**номинальный**	**+/-, $см^3$**	**+/-, %**	
1664 Kronenburg	454,0	450,0	+4,0	+0,9	Положительные отклонения не нормируются
Zatecky gus	445,0	450,0	-5,0	-1,1	Соответствует
Кулер	473,0	470,0	+3,0	+0,6	Положительные отклонения не нормируются

Балтика № 3	496,0	500,0	-4,0	-0,8	Соответствует
Holsten pilsener	462,0	450,0	+12,0	+2,7	Положительные отклонения не нормируются

Из данных таблицы 1 следует, что в исследуемых образцах пива светлого пастеризованного количественной фальсификации не было выявлено.

В образцах пива № 1 ТМ «1664 Kronenburg», № 3 ТМ «Кулер» и № 5 ТМ «Holsten pilsener» фактический объём превышал номинальные значения, наибольшее положительное отклонение наблюдалось в образце № 5 (+12 мл). Однако положительные отклонения не нормируются.

В образцах пива № 2 ТМ «Zatecky gus» и № 4 ТМ «Балтика № 3» было установлено отрицательное отклонение фактического объёма от номинального объёма на 5 мл (1,1 %) и 4 мл (0,8 %) соответственно. Однако указанные отклонения укладываются в размер допустимых отклонений по ГОСТ 8.579-2019 (не более 3 % для ёмкостей номинальным объемом от 300 до 500 мл).

К показателям пенообразующей способности пива по ГОСТ 31711-2012 относят высоту пены и пеностойкость [2]. Определение указанных показателей проводили согласно методике, указанной в п. 4.7 ГОСТ 30060-2022. Результаты определения показателей пенообразующей способности представлены в таблице 2.

Таблица 2

Результаты определения высоты пены и пеностойкости пива

Торговая марка пива	**Высота пены, мм**		**Пеностойкость, мин**	
	фактическая	**По ГОСТ 31711-2012, не менее**	**фактическая**	**По ГОСТ 31711-2012, не менее**
1664 Kronenburg	90	40	3,1	3.0
Zatecky gus	80	40	3,3	3,0
Кулер	55	40	3,3	3,0
Балтика № 3	92	40	4,5	3,0
Holsten pilsener	96	40	5,2	3,0

Из данных таблицы 2 можно заключить, что по регламентируемым показателям все образцы светлого пива соответствовали ГОСТ 31711-2012.

При анализе высоты пены показатель варьировал от 55 мм (пиво ТМ «Кулер») до 96 мм (пиво ТМ «Holsten pilsener»); по пеностойкости различия были не столь выраженными: наименьшая пеностойкость фиксировалась у образца пива № 1 ТМ «1664 Kronenburg» (3,1 мин), а наибольшая пеностойкость - у образца пива № 5 ТМ «Holsten pilsener» (5,2 мин).

Стойкость пены «…зависит от наличия веществ с низким поверхностным натяжением, которые могут образовывать стабильные упругие пузырьки. К таким веществам относятся высокомолекулярные белки и изогумулоны (альфа-кислоты) хмеля. Поэтому более охмеленное пиво с высоким содержанием белка будет иметь повышенную пеностойкость...» [3].

На устойчивость пены влияют не только полифенолы хмеля, но и тип дрожжей и технология дображивания. Так, например, длительное теплое дображивание может привести к получению пива с незначительной пеностойкостью. Большое значение «…имеет управление дрожжами на пивоварне, своевременный съём дрожжей, правильная концентрация при задаче в пивное сусло на брожение. Кроме того, немаловажное значение имеет правильная транспортировка пива и его хранение, поскольку воздействие повышенных температур в условиях встряхивания при транспортировке негативно влияет на пену…» [там же].

Что касается характеристики пены исследуемых образцов, то, за исключением образца № 1, пена – компактная, средне оседающая, в образце № 2 рыхлая, сравнительно быстро оседающая пена.

Была проведена совмещенная словесная (описательная) и балльная органолептическая оценка образцов пива. Органолептические показатели по ГОСТ 31711: прозрачность, аромат и вкус. По показателю «прозрачность» образцы характеризовались в виде прозрачной пенящейся жидкости без осадка и посторонних включений, не свойственных пиву.

Дефекты пива были отмечены в некоторых образцах по вкусу и аромату.

В образце № 1 вкус и аромат были свойственными пиву, однако слабо выраженные, без акцентированного хмельного аромата и горечи. Пиво является

лагерным, брожение проходит при низкой температуре. Возможно, нарушилась температура брожения сусла в период сбраживания, из-за чего пиво показалось пресноватым. В образце № 2 хмелевая горечь слабая, ощущался кисловатый привкус в сочетании со слабым фруктовым привкусом. Причиной появления в пиве кисловатого аромата и привкуса является тот факт, что брожение и дображивание происходят при повышенной температуре, а фруктовый привкус может быть связан с частичным окислением этилового спирта в ацетальдегид. В образце № 3 отмечался незначительный пресноватый привкус. В образце № 4 дефектов вкуса и аромата не выявлено, был отмечен гармоничный слаженный вкус и мягкое послевкусие. В настоящее время пивоваренная компания «Балтика» возрождает производство пива по традиционным рецептам, разработанным в советское время. В образце № 5 отмечалось практически полное отсутствие хмелевого вкуса. Вкус пустой в пиве без какой-то хмелевой горечи объясняется недостаточно сброженным пивным суслом, а также высоким содержанием декстринов и низкой конечной степенью сбраживания.

Результаты балльной дегустационной оценки пива указаны на рисунке 1.

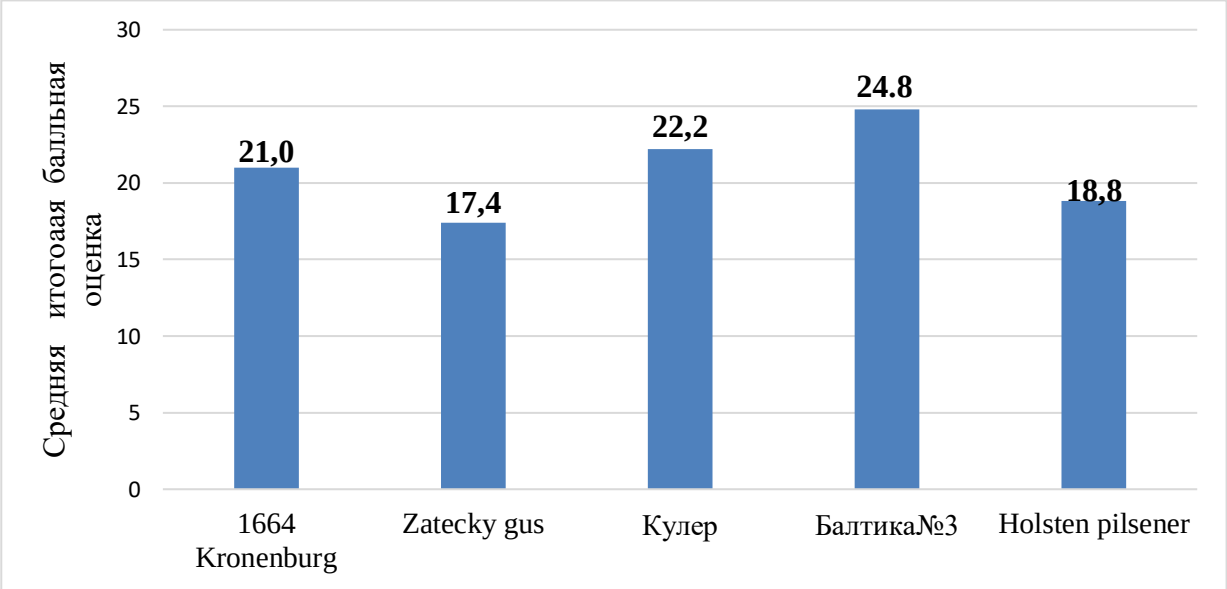


Рисунок 1 – Результаты балльной дегустационной оценки пива

На основании данных рисунка 1 можно заключить, что наивысшую оценку (в среднем 24,8 баллов) набрал образец № 4 пиво ТМ «Балтика № 3»,

этот образец был признан продуктом отличного качества, он полностью соответствовал ГОСТ 31711-2012 по исследуемым показателям.

Наименьшие оценки фиксировались у образца № 2 ТМ «Zatecky gus» (в среднем 17,4 баллов) и образца № 5 ТМ «Holsten pilsener» (в среднем 18,8 баллов). В этих образцах наблюдались дефекты вкуса и аромата. По критериям оценки балльной шкалы (приложение Б ГОСТ) указанные образцы являются продукцией удовлетворительного качества.

Образец № 1 ТМ «1664 Kronenburg» получил в среднем 21,0 балл, образец № 3 ТМ «Кулер» – 22,2 баллов, пиво хорошего качества.

В заключение можно сказать, что производителю пива данных образцов следует обратить внимание на соблюдение требований к технологическому процессу на всех этапах производства.

Список литературы:

1. О безопасности алкогольной продукции. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 047/2018. Введ. 2021-01-09 [Электронный ресурс]. – URL: https: // www. Base.garant.ru (дата обращения: 08.10.24).

2. ГОСТ 31711-2012. Пиво. Общие технические условия. – Введ. 2013-07-01. – Москва: Стандартинформ, 2019. – 12 с.

3. Улучшение пеностойкости пива [Электронный ресурс]. – URL: https:// бир.рф /blog/uluchshenie_penostojkosti_piva/ (дата обращения: 08.10.24).

Талипова Нигора Тулкуновна
кандидат экономических наук, и. о. профессора
Ташкентского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Ташкент, Узбекистан

ОСНОВНЫЕ МЕРЫ ПО ПОДДЕРЖКЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Аннотация: в данной статье рассматриваются основные меры, предпринимаемые правительством Республики Узбекистан для поддержки малого и среднего бизнеса (МСБ). Основное внимание уделено государственным программам, направленным на улучшение условий для ведения бизнеса, включая налоговые льготы, упрощение регуляторных

требований, доступ к финансированию и развитие инфраструктуры. Особое внимание уделено значению инноваций и цифровизации для повышения конкурентоспособности МСБ. Также исследуются результаты этих мер, их влияние на экономический рост и социальное благополучие в стране. В статье анализируются текущие вызовы, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия, и предлагаются пути для их дальнейшей поддержки.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, поддержка предпринимательства, Узбекистан, государственные программы, налоговые льготы, финансирование, инновации, цифровизация, экономический рост, бизнес-инфраструктура.

MAIN MEASURES TO SUPPORT SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: this article examines the main measures taken by the Government of the Republic of Uzbekistan to support small and medium-sized businesses (SMEs). The main focus is on government programs aimed at improving the business environment, including tax incentives, simplification of regulatory requirements, access to finance and infrastructure development. Particular attention is paid to the importance of innovation and digitalization in increasing the competitiveness of SMEs. The results of these measures, their impact on economic growth and social well-being in the country are also examined. The article analyzes the current challenges faced by SMEs and suggests ways to further support them.

Keywords: small and medium businesses, entrepreneurship support, Uzbekistan, government programs, tax incentives, financing, innovation, digitalization, economic growth, business infrastructure.

Государство уделяет большое внимание развитию малого и среднего бизнеса, который характеризуется быстрой оборачиваемостью небольшого капитала и составляет основу среднего класса в развитых экономиках.

Развитие малого и среднего бизнеса является одним из ключевых приоритетов стратегии экономической безопасности. На сегодняшний день малое предпринимательство – это один из ведущих секторов, определяющий качество и динамику экономического роста, а также структуру валового регионального и внутреннего продукта [1].

Малое и среднее предпринимательство играет ключевую роль в

социально-экономическом развитии региона, обеспечивая его конкурентоспособность и стабильность, что является неотъемлемой частью экономической безопасности. Учитывая мощный потенциал этих предприятий, можно полно и своевременно удовлетворить потребности общества, опираясь на их возможности [2].

Государственная политика финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства играет ключевую роль в управлении экономикой страны. В развитых государствах малый бизнес составляет до 70 % ВВП, поэтому важно стимулировать его деятельность. На рисунке 1 показана значимость малого и среднего бизнеса для экономической стабильности региона.

Поддержка малого и среднего бизнеса необходима для успешного экономического развития, так как у них ограниченные ресурсы для роста в отличие от крупных компаний. По данным Госкомстата, на 1 октября 2023 года в республике насчитывалось 513 333 субъекта предпринимательства (без учёта фермерских и дехканских хозяйств), что в два раза больше по сравнению с 2018 годом [3].

9 июня 2022 года Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев подписал Указ о мерах по совершенствованию деятельности Государственного фонда поддержки предпринимательства. С 1 июля фонд будет предоставлять компенсации на срок до 3 лет для покрытия до 30 % процентов по кредитам и лизингу на проекты малого бизнеса. Максимальная сумма кредита – 5 млрд сумов, а процентная ставка – 1,5-кратный размер основной ставки ЦБ.

Рисунок 1 – Роль малого и среднего предпринимательства в обеспечении экономической безопасности региона [3]

Фонд также определил ключевые направления поддержки (рисунок 2). До 1 января 2025 года он может поручиться за кредит до 75 % суммы, не превышающей 2,5 млрд сумов, для малых предприятий и проектов по развитию надомного труда в удалённых районах [4].

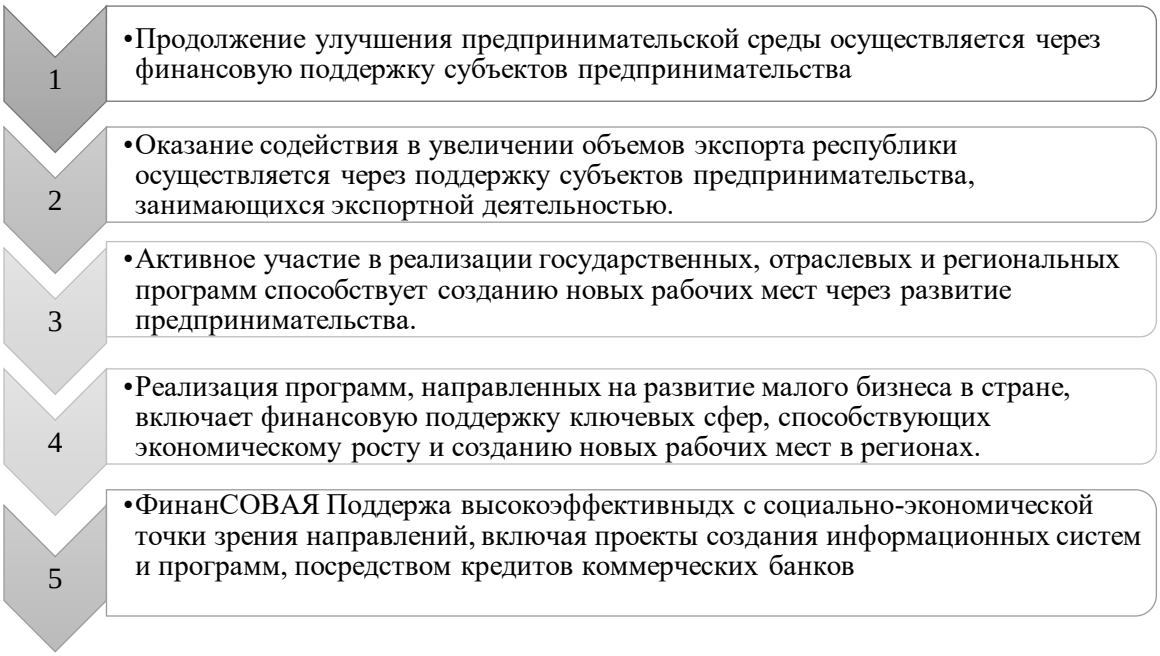


Рисунок 2 – Основные направления деятельности Государственного фонда поддержки предпринимательской деятельности в направлении поддержки субъектов малого предпринимательства [6]

Компенсации и поручительства фонда предоставляются только для кредитов и лизинга в национальной валюте. Финансовая поддержка распространяется на один проект одного предпринимателя. После полного погашения кредита предприниматель может повторно обратиться в фонд [5].

22 августа Шавкат Мирзиёев провёл открытый диалог с предпринимателями. В ходе диалога глава государства обозначил пять основных направлений и выдвинул множество инициатив по каждому из них, которые схематично представлены ниже на рисунке 3.

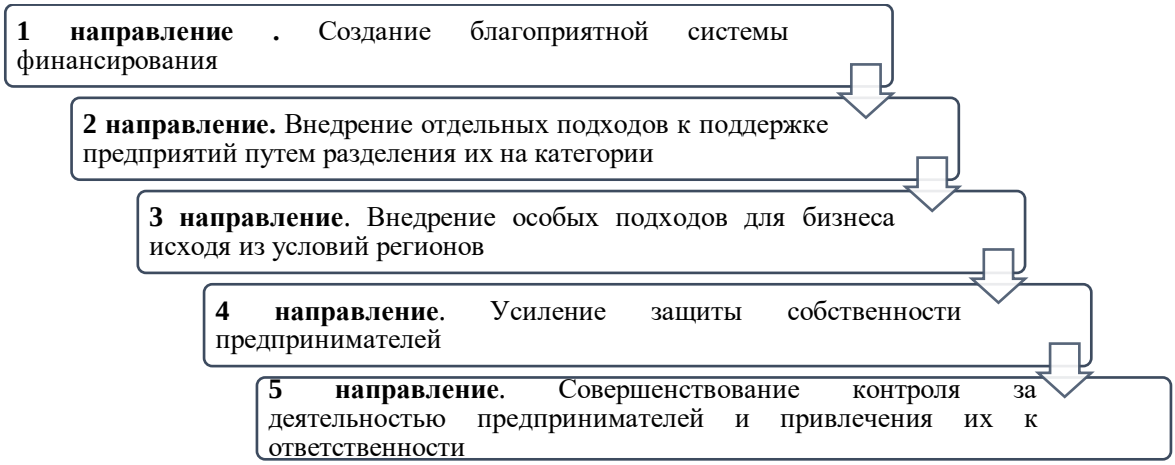


Рисунок 3 – Пять основных направлений по поддержке малого и среднего бизнеса [8]

Первое направление заключается во внедрении дифференцированных подходов к поддержке предприятий через их классификацию. Предприятия с годовым оборотом до 1 миллиарда сумов будут относиться к микробизнесу, до 10 миллиардов – к малому бизнесу, а до 100 миллиардов – среднему бизнесу.

Президент отметил необходимость увеличения числа быстрорастущих предприятий среднего бизнеса с 3 500 до 10 тысяч. Для этого с 1 января 2023 года для среднего бизнеса предоставляются льготы [7].

Второе направление предполагает создание благоприятной системы финансирования. На проекты малого бизнеса будет выделено 20 триллионов сум, а коммерческие банки привлекут средства международных финансовых организаций. Возможности Фонда предпринимательства по поручительствам увеличатся вдвое, что поможет предпринимателям решить вопросы с

залоговым обеспечением по кредитам.

Третье направление фокусируется на внедрении особых подходов для бизнеса в зависимости от условий районов и городов. Кредит – лишь часть проблемы, так как бизнесу также необходимы инфраструктура и гарантированный рынок.

Четвёртое направление касается защиты прав собственности предпринимателей. Теперь только суд сможет отменить решения о выделении земли и имущества, а также принимать решения об аресте имущества во время следствия. Возможность предпринимателей обращаться в суды будет расширена: госпошлина при обращении в административные суды снизится вдвое, а срок обжалования решений налоговых органов увеличится с одного месяца до трёх лет.

Пятое направление связано с контролем за деятельностью предпринимателей и их ответственностью. Введён трёхлетний мораторий на новые виды наказаний для бизнеса. С 2024 года будут отменены дублирующие контрольные функции 26 ведомств. Все проверки должны согласовываться с бизнес-омбудсменом, а сумма штрафов не будет превышать размер уплаченного налога. Также устранена многолетняя проблема в сфере торговли — отменяется уголовная ответственность за нарушение правил торговли. Для реализации этих предложений будет создан общественный совет по поддержке предпринимательства при президенте.

Исследование подтверждает, что государство заинтересовано в развитии малого и среднего предпринимательства, которое создаёт новые рабочие места и формирует более четверти ВВП страны. Благодаря мобильности и инновационному подходу, эти предприятия быстро адаптируются к изменениям спроса и производят новую продукцию с низкими эксплуатационными расходами. Они также являются катализаторами инноваций, внедряя новые идеи быстрее крупных компаний и часто выступая в роли лидеров в своих отраслях.

Таким образом, малый и средний бизнес играет ключевую роль в росте и

конкурентоспособности страны, и его поддержка должна оставаться приоритетом государственной политики для устойчивого экономического развития.

Список литературы:

1. Дворядкина, Е. Б. Экономическая безопасность: учеб. Пособие / Е. Б. Дворядкина, Я. П. Силин, Н. В. Новикова. М-во образования и науки Росс. Федерации, Урал. Гос. Экон. Ун-т. – 2-е изд., перераб. И доп. – Екатеринбург, 2019. – 194 с.

2. Лядова, И. И. Особенности предпринимательской деятельности в современных экономических условиях. Материалы X Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (24 октября–1 ноября 2022 г.) / Под ред. Е. В. Гордеевой. – Пермь, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2022. – 318 с.

3. Количество субъектов предпринимательства в разрезе лет [Электронный ресурс]. – URL: https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/27835-kichik-tadbirkorlik-subyektlari-soni-qanchaga-ko-paygan-2 (дата обращения: 05.10.2024)

4. Талипова, Н. Т. Влияние иностранных инвестиций на экономику Узбекистана. Экономика Центральной Азии. – 2021. – Т. 5. - № 4. – С. 439-446.

5. Указ Президента Республики Узбекистан, от 09.06.2022 г. № УП-150 «О дополнительных мерах по дальнейшем5у совершенствованию деятельности Государственного фонда поддержки предпринимательской деятельности».

6. Указ Президента Республики Узбекистан, от 09.06.2022 г. № УП-150 «О дополнительных мерах по дальнейшему совершенствованию деятельности Государственного фонда поддержки предпринимательской деятельности».

7. Юлдашева, Н. В., Шодибеков, Х. Ф. Анализ этапов бюджетной политики государства по активизации деятельности местных бюджетов Республики Узбекистан – Экономика и финансы (Узбекистан). – 2023. - № 5. – С. 33-41.

8. Президент анонсировал новую классификацию бизнеса по его обороту [Электронный ресурс]. – URL: https://www.gazeta.uz/ru/2023/08/22/micro-business/ (дата обращения: 25.09.2024).

Терентьев Александр Игоревич
аспирант
Пермского государственного национального исследовательского университета,
г. Пермь,
преподаватель
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

СУБЪЕКТЫ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Аннотация: изменения, происходящие на мировом рынке, сказываются и на трансформации рынка образовательных услуг. Современные технологии, инновационные подходы в управлении, изменения в потребительских предпочтениях, а также ускорение технологических процессов ведёт к устареванию существующих компетенций. Всё это не только предопределяет изменения во взаимодействии субъектов рынка образовательных услуг, но и усиливает роль тех, кто ранее имел косвенное отношение к данному рынку.

Ключевые слова: образовательная услуга, субъекты рынка, потребители.

THE SUBJECTS OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET

Abstract: the changes taking place in the global market also affect the transformation of the educational services market. Modern technologies, innovative management approaches, changes in consumer preferences, as well as the acceleration of technological processes lead to the obsolescence of existing competencies. All this not only determines changes in the interaction of subjects of the educational services market, but also strengthens the role of those who previously had an indirect relationship to this market.

Keywords: educational service, market participants, consumers.

Современный рынок образовательных услуг представляет собой сложную, многоаспектную и постоянно эволюционирующую систему.

В научной литературе под рынком образовательных услуг понимается:

- система конкурентных связей, возникающих на основе прозьюментного взаимодействия субъектов по поводу купли-продажи образовательных услуг и функционирующей в рамках государственного регулирования;

- система отношений между производителями, поставщиками и потребителями образовательных услуг;

- как социальный механизм, который выступает катализатором развития общества.

Различные подходы к определению сущности объекта исследование находят своё отражение и в специфических характеристиках образовательной услуги. Современные учёные рассматривают образовательную услугу как смешанное, особое благо, которое имеет характеристики как экономического, так и общественного блага. Широта позиций относительно сущности рынка

образовательных услуг объясняется и сложной структурой феномена, и постоянной эволюцией структуры ключевых участников данного рынка, которая связана с технологическим прогрессом и мировыми экономическими, социальными и культурными тенденциями [4].

Традиционными субъектами предложения на рынке труда принято считать государственные и частные образовательные учреждения, в том числе вузы. В настоящее время в мире функционирует более 25 тысяч университетов, из которых почти 50 % находятся в Европе. В большинстве стран государственные учреждения занимают наибольшую долю рынка, обучая основную массу студентов [3].

Наряду с образовательными, в первую очередь, государственными, учреждениями, широкое распространение получают MOOC (Massive Open Online Courses) платформы и EdTech компании.

MOOC предлагают открытые онлайн-курсы на специализированных платформах, где интегрированы знания и опыт из различных областей знаний.

EdTech компании занимаются разработкой инновационных решений для повышения эффективности образовательного процесса (ЛМС, облачные технологии, геймификация, интеллектуальные учебные помощники).

Мировые исследования показывают возрастающую роль данных субъектов рынка образовательных услуг, а также практику реализации схожих продуктов со стороны образовательных учреждений. Спрос на образовательную услугу предъявляет потребитель. Однако это обобщающее понятие, так как в рамках рынка образовательных услуг потребителями выступают множество экономических субъектов, которых можно разделить на индивидуальных, корпоративных и общественных потребителей. К индивидуальным потребителям относят студентов и абитуриентов. В контексте потребления образовательной услуги именно они принимают окончательное решение о выборе образовательной программы, исходя из своих интересов, целей, финансовых возможностей и психологических особенностей.

Составной частью индивидуальных потребителей являются родители, которые оказывают влияние на выбор в потребление на рынке образовательных услуг. Однако за последние 20 лет наблюдаются изменения в процессе взаимодействия родителей и детей относительно образования. Авторитарное принятие заменяется на демократический подход.

Трансформируется не только способ принятия решения, но и механизм выбора учебного заведения и программы обучения. Если ранее решения принимались на основе традиционных форм (дни открытых дверей, профориентационные мероприятия), то в настоящее время ключевую роль играет информация из цифровых источников и социальных сетей. Для индивидуальных потребителей первостепенное значение имеют отзывы студентов, карьерные и профессиональные возможности, современная материально-техническая база. Образовательные учреждения в этой связи вынуждены инвестировать дополнительные ресурсы в формирование позитивного имиджа в информационной среде.

Предприятия и организации являются корпоративными потребителями, которые более рационально и регулярно, основываясь на задачах своей производственно-коммерческой деятельности, формируют спрос на программы дополнительного профессионального образования [1]. Особенностью такого спроса также является необходимость обеспечения специальных условий обучения. В связи с чем образовательные организации и центры обеспечивают доступность дистанционного образования посредством различных EdTech-технологий.

В то же время, в системе рынка образовательных услуг, корпоративные потребители определяют запросы рынка труда к структуре и уровню знаний и умений, которыми должны владеть студенты и выпускники профессиональных образовательных учреждений. Это способствует изменению качества образовательных программ и определяет необходимость активного участия бизнес-сообщества в образовательном процессе [2].

Образовательная услуга, имея специфические черты общественных благ и явные внешние эффекты, оказывает влияние на структуру общества, экономику посредством установления баланса спроса и предложения на рынке труда. В связи с этим опосредованный спрос на качественное и современное образование предъявляет и государство, которое определяет перспективные направления развития общества и страны.

Другие исследователи рассматривают государство как независимого субъекта рынка образовательных услуг. Его роль, в лице государственных органов, таких как Министерство науки и высшего образования, Министерство просвещения, Рособрнадзор и других, заключается в определении стандартов и требований к качеству образования, контроль и регулирование отношений субъектов рынка. Вместе с тем специалисты отмечают и необходимость гибкости и эволюции законодательных норм в соответствии с требованиями рынка и уровнем развития технологий.

Важное значение в процессе трансформации рынка образовательных услуг приобретают и другие экономические субъекты, среди которых: корпоративные учебные центры, фонды и грантовые организации, кросс-дисциплинарные альянсы.

Инновационная форма сотрудничества представляет собой объединение образовательных учреждений с представителями различных отраслей в форме кооперации, в результате которой разрабатывается совместная программа, учитывающая актуальные навыки и потребности рынка. Другой формой кооперации (альянсом) является реализация междисциплинарных курсов – программ, объединяющих различные области знаний для формирования широкой специализации.

В заключение следует подчеркнуть, что эволюция рынка образовательных услуг неизменно приводит к трансформации среди его субъектов. Состав этих субъектов варьируется в исследованиях различных авторов, однако они отмечают изменения в роли и значении участников рынка.

Индивидуальные потребители изменяют подходы к принятию решения, акцентируя свое внимание на современных методах обучения, карьерных перспективах и использовании инноваций в образовании. Бизнес-сообщество формирует требования к образовательным учреждения в вопросах компетенций и одновременно становится всё более активным участником образовательного процесса.

Поставщики образовательных услуг, осознавая запросы общества, стремятся трансформировать образовательный процесс с учётом технологических достижений.

Тем не менее, несмотря на все изменения, сохраняется ряд проблем, связанных с нормативным регулированием, дефицитом финансовых и человеческих ресурсов, сопротивлением изменений со стороны профессорско-преподавательского состава и расхождением в оценке ключевых показателей обучения между образовательной сферой и бизнесом.

Современные тенденции и новые вызовы свидетельствуют о необходимости развития интеграционных процессов между различными субъектами рынка образовательных услуг и совершенствовании организационно-экономических механизмов на данном рынке.

Список литературы:

1. Оборин, М. С. Инновационные технологии как фактор повышения финансово-экономического и социального эффекта образовательных услуг / Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. – 2019. – Т. 5 (71). - № 4. – С. 71–83.

2. Оборин, М. С. Особенности формирования эффективной системы образовательных услуг / Вестник Забайкальского государственного университета. – 2020. – Т. 26. - № 8. – С. 129–136.

3. Бондарева, Л. Н. Развитие российского рынка образовательных услуг в условиях глобализации мирового сообщества: Монография / Л. Н. Бондарева, А. А. Вершинин, И. В. Климентьева [и др.]; под науч. Ред. В. А. Шапошникова. – Екатеринбург : Изд-во Рос. Гос. Проф.-пед. Ун-та, 2021. – 101 с.

4. Данилова, Л. Н. Covid-19 как фактор развития образования: перспективы цифровизации и дистанционного обучения / Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2020. - № 5. – С. 59–68.

Толпышев Григорий Валерьевич
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы оценки качества отечественных товаров в условиях импортозамещения. Важным фактором экономического роста является увеличение объёмов качественных товаров отечественного производства. Цель исследования заключается в актуализации и разрешении вопросов, связанных с оценкой качества, способствующих не только выявлению слабых мест в производственных процессах, но и оптимизации производственных линий.

Ключевые слова: оценка качество товаров, импортозамещение, конкурентоспособность отечественных отваров, геополитические факторы, цифровизация.

PROBLEMS OF ASSESSING THE QUALITY OF DOMESTIC GOODS IN THE CONTEXT OF IMPORT SUBSTITUTION

Abstract: the article examines the problems of assessing the quality of domestic goods in the context of import substitution. An important factor in economic growth is the increase in the volume of high-quality goods of domestic production. The purpose of the study is to update and resolve issues related to quality assessment, contributing not only to the identification of weaknesses in production processes, but also to the optimization of production lines.

Keywords: product quality of goods, import substitution, competitiveness of domestic decoctions, geopolitical factors, digitalization.

В условиях современного глобального рынка, когда импортные товары занимают значительную долю в торговом ассортименте, актуальность оценки качества отечественных товаров становится всё более значимой. Сокращение импорта, вызванное различными экономическими и политическими факторами, ставит перед отечественными производителями новые вызовы и возможности.

Качество товаров – ключевой аспект конкурентоспособности. Потребители, ставящие на первое место надёжность и безопасность, всё чаще обращают внимание на отечественные бренды, что создаёт необходимость в строгих стандартах и системах оценивания. Проведение независимых экспертиз и сертификаций не только укрепляет доверие к продукции, но и способствует повышению её качества.

В 2024 году Россия по-прежнему сталкивается с множеством значительных трудностей в сфере импортозамещения, невзирая на усилия государственных структур и предпринимателей, направленные на развитие местного производства. Снижение качества заменяемых импортных товаров стало одной из наиболее актуальных проблем для отечественного рынка. В условиях глобализации российские производители сталкиваются с недостаточной конкурентоспособностью своих аналогов на мировом рынке, что затрудняет их продвижение и развитие. Технологическая зависимость от зарубежных поставщиков создаёт дополнительные риски, поскольку любые изменения в международной политике могут привести к сбоям в поставках и значительным потерям для экономики страны [1].

Кроме того, ограниченные материальные и финансовые ресурсы для развития отечественного производства препятствуют модернизации и внедрению инновационных решений, необходимых для повышения качества и конкурентоспособности продукции. Это создаёт замкнутый круг, где низкое качество порождает нехватку доверия со стороны потребителей, что, в свою очередь, приводит к сокращению инвестиций в сектор.

Геополитические факторы играют ключевую роль в процессе импортозамещения.

Во-первых, санкции и торговые ограничения могут заставить государство искать внутренние альтернативы внешним товарам, что активизирует локальное производство. Например, последствия экономических санкций влекут за собой необходимость в развитии местных технологий и ресурсов.

Во-вторых, политическая напряжённость между странами побуждает государство искать стабильные и надёжные источники поставок, что находит отражение в развитии внутренней промышленности. Кроме того, геополитические конфликты могут способствовать формированию новых альянсов и торговых маршрутов, что подчеркивает важность сотрудничества с соседними странами.

Наконец, изменение климата и стремление к устойчивому развитию также влияют на импортозамещение, подстёгивая интерес к возобновляемым источникам энергии и экологии.

Безопасность продукции регламентируется действующими техническими регламентами, а контроль за их соблюдением осуществляется Роспотребнадзором. В таких условиях качество изделий часто оказывается на ответственности самих производителей.

В стандарте ГОСТ Р ИСО 9000-2015, качество продукции определяется как способность удовлетворять потребителей и преднамеренным и не преднамеренным влиянием на соответствующие заинтересованные стороны [3].

Для рядового потребителя бывает затруднительно оценить качество приобретённого товара, поскольку производители редко предоставляют достаточную информацию о его характеристиках.

На фоне резкого сокращения импорта и стремления к созданию собственных производств, наблюдается тенденция к формированию идеализированных представлений о внутреннем продукте. Эта практика в значительной степени обусловлена необходимостью стимулирования спроса на отечественные товары и услуги, однако она может привести к значительным искажениям реальной картины.

С одной стороны, стремление к улучшению качества российских товаров может быть объяснено желанием поддержать экономику и укрепить национальные бренды. Однако, с другой стороны, завышенные оценки могут скрывать существенные недостатки и технические проблемы, что в конечном итоге отразится на потребителях. В условиях конкуренции недостатки могут

замедлить развитие отрасли и снизить уровень доверия к местным производителям.

Каждое изделие, выходящее на рынок, должно проходить строгий контроль, который способен выявить недостатки и определить соответствие современным стандартам. Это не только укрепляет доверие потребителей, но и способствует улучшению имиджа отечественных производителей.

Для достижения этой цели необходимо внедрение комплексных систем оценки качества, способствующих не только идентификации слабых мест в производственных процессах, но и оптимизации производственных линий. Применение современных технологий, таких как автоматизация и цифровизация, может существенно повысить точность и скорость проверок.

На наш взгляд, необходимо усиливать сотрудничество между государственными структурами и производственными предприятиями, что позволит создать единые стандарты и регламенты, учитывающие специфику российского рынка.

Основное внимание должно быть уделено формированию комплексного подхода к оценке качества, способствующего не только повышению конкурентоспособности отечественных товаров, но и созданию условий для дальнейшего развития экономики, в условиях динамично меняющегося внешнего рынка.

Список литературы:

1. Проблемы импортозамещения страны [Электронный ресурс]. – URL: https://digitalved.ru/ (дата обращения: 05.09.2024).

2. Политика импортозамещения в России в условиях геополитических рисков [Электронный ресурс]. – URL: https://www.if24.ru/ (дата обращения: 11.09.2024).

3. ГОСТ Р 9000-2015 «Национальные стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества» [Электронный ресурс]. – URL: https://rustestm.ru (дата обращения: 05.09.2024).

Трубина Ирина Владимировна
старший преподаватель
Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета,
г. Пермь

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ВУЗОВ: ЦИФРОВОЙ АСПЕКТ

Аннотация: в статье рассмотрены подходы, характеризующие образовательные услуги в условиях цифровой трансформации экономики. Выявлены базовые особенности образовательных услуг в традиционной трактовке и предложены основные компоненты архитектуры образовательных услуг, учитывающие влияние цифровой среды вузов.
Ключевые слова: образовательная услуга, цифровая экономика, цифровой профиль компетенций.

UNIVERSITIES' EDUCATIONAL SERVICES: DIGITAL ASPECT

Abstract: the article considers approaches that characterize educational services in the context of the digital transformation of the economy. The fundamental characteristics of educational services, in their conventional understanding, are identified, and the main components of the architecture of educational services considering the influence of the universities' digital environment are proposed.
Keywords: educational service, digital economy, competence's digital profile.

Экономическое процветание общества неразрывно связано с технологическими революциями. В настоящее время четвёртая промышленная революция стала катализатором распространения цифровых технологий во многих секторах экономики. Цифровая трансформация рыночной среды оказывает влияние не только на производственный сектор, но и на другие сферы деятельности, в частности, сферу образования [3, 9]. Сфера образования является специфическим сектором рыночной экономики, в котором образовательные учреждения, предоставляющие образовательные услуги, производят как частные, так и общественные блага [1, 10, 11].

Методологические основы понятия «образовательная услуга» в высшем образовании рассматривают многие авторы, в частности Васильева Е. В. Определяет образовательные услуги как самостоятельную экономическую категорию, основной целью которой является удовлетворение потребностей

конечных потребителей в области профессиональной трансформации и индивидуального роста, охватывающих как интеллектуальный, так и профессиональный аспекты [5]. Головнев М. Н. даёт нормативную трактовку термину «образовательная услуга»: образовательные услуги включают профессиональную деятельность сертифицированного лица, направленную на распространение образовательных программ или конкретных учебных курсов, предметов и дисциплин среди обучающихся при одновременном осуществлении познавательной деятельности учащихся, направленной на приобретение знаний и навыков, подтверждаемых соответствующим образовательным сертификатом, дающим право на дальнейшее образование на продвинутом уровне и/или участие в профессиональной деятельности [6]. В. Б. Банслова предлагает концепцию образовательных услуг, охватывающую следующие аспекты: 1) с индивидуальной точки зрения образовательная услуга служит каналом передачи потребителям необходимых знаний, навыков и компетенций, охватывающих как общеобразовательные, так и профессиональные аспекты, необходимые для реализации их индивидуальных стремлений к карьерному, личностному росту и самореализации, осуществляемых в сотрудничестве с потребителем в соответствии с определённой образовательной системой и учебной программой; 2) с организационной точки зрения она представляет собой систематический процесс профессионального развития (включая повышение квалификации), направленное на предоставление персоналу возможностей, необходимых для обеспечения его работоспособности и поддержания конкурентоспособности и роста в условиях постоянно меняющейся рыночной динамики; 3) с точки зрения государства оно представляет собой механизм, способствующий широкому воспроизводству совокупного личного и интеллектуального потенциала общества [2, 10]. Следовательно, образовательная услуга является специфическим товаром, который приобретает новые характеристики в рамках цифровой экономики.

Цифровую экономику можно охарактеризовать как широкий спектр экономических инициатив, включающих использование оцифрованной информации и знаний в качестве основного элемента производства, современные информационные сети как значимое пространство экономической деятельности, а также эффективное применение информационно-коммуникационных технологий как существенного фактора повышения производительности и структурной оптимизации экономики [12]. Д. Д. Бекоева и С. В. Радченко-Драяр отмечают, что цифровая экономика создаёт новые профессии и изменяет распределение сил на рынке труда; она оказывает значительное влияние на управление человеческими ресурсами [4]. По подсчетам Оборина М. С. Внедрение цифровых технологий в различные сектора экономики способствует оптимизации использования ресурсов, сокращению расходов на 15 % и повышению производительности труда на 15-25 % (в сфере производства, услуг и управления) [8].

Цифровизация экономики ускорила системные преобразования в сфере высшего образования, особенно в том, что касается подготовки востребованных кадров [7]. В этом контексте базой изменения структуры образовательных услуг становятся процессы, происходящие в обществе и на рынке труда. В настоящее время образовательные услуги подвержены влиянию двух факторов: обновлению учебной среды и совершенствованию педагогических методов и стратегий. В рамках деятельности по совершенствованию психолого-педагогического аспекта образовательных услуг разрабатываются новые формы и методы обучения, основанные на интеграции цифровых технологий в образовательную систему, что коренным образом изменяет не только содержание учебных программ, но и методы их реализации. На рисунке 1 представлена архитектура образовательной услуги с учётом цифровой трансформации образовательной среды вуза.

Рисунок 1 – Архитектура образовательной услуги: цифровой аспект (составлено автором)

На этапе оферты образовательной услуги вузам необходимо внедрять цифровые инструменты анализа потребностей рынка труда, генерируя цифровой профиль профессии, предлагать абитуриентам использовать возможности ИИ-рекомендаций (чат-ботов) для поиска и выбора направления обучения с применением методов «мягкого подталкивания».

Этап реализации образовательной услуги состоит из трёх частей: в части обучения предлагается использование цифрового консультанта для лучшего усвоения материала студентами, для поддержки преподавателей – авторов учебных курсов при создания первичного контента важным представляется применение возможностей цифровых генераторов курса; в части контроля возможно применение цифрового рецензента, позволяющего проводить первичную проверку практических работ студентов, а также системы цифрового прокторинга для детекции студентов во время аудиторных занятий; в части внутренней аналитики рассматриваются инструменты цифрового

прогнозирования академической успеваемости студента, основанные на прошлых и текущих учебных достижениях.

На этапе аналитики ex-post необходимо продолжать работу с цифровым профилированием компетенций, а также проводить ИИ-анализ востребованности компетенций на рынке труда.

Цифровые технологии являются важнейшим инструментом развития образовательных услуг, реализуемых вузами. Интеграция искусственного интеллекта в профессиональную сферу врачей, преподавателей и специалистов других областей неоспорима, цифровизация влияет на мобильность специалистов и одновременно повышает индивидуальную конкурентоспособность на рынке труда. Необходимо использовать возможности цифровой среды для автоматизации рутинных процессов, лежащих в основе образовательных услуг, оставив преподавателям и студентам творческое и научное взаимодействие.

Список литературы:

1. Александрова, Л. А. Модель цифровой образовательной среды вуза / Л. А. Александрова, Э. Р. Галимов // Прикладная информатика. – 2020. – Т. 15, № 5 (89). – С. 37-51. – DOI 10.37791/2687-0649-2020-15-5-37-51. – EDN PCECXH.

2. Арсентьева, Н. А. Особенности понятия «образовательные услуги» / Н. А. Арсентьева // Международный академический вестник. – 2016. – № 4(16). – С. 8-11. – EDN WZQKTH.

3. Аузан, А. А. Цифровая экономика как экономика: институциональные тренды / А. А. Аузан // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2019. – № 6. – С. 12-19. – EDN HVLXUW.

4. Банслова, В. Б. Российский рынок образовательных услуг: этапы и факторы его развития / В. Б. Банслова // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 3(59). – С. 201-206. – EDN WZWXXJ.

5. Бекоева, Д. Д. Инновационные перспективы человеческого фактора в современной цифровой экономике / Д. Д. Бекоева, С. В. Радченко-Драяр // Теоретическая экономика. – 2022. - № 7 (91). – С. 81-89. – DOI 10.52957/22213260_2022_7_81. – EDN NUFZJY.

6. Васильева, Е. В. Образовательная услуга как экономическая категория в условиях рыночных отношений // Московский экономический журнал. – 2020. - № 10 [Электронный ресурс]. – URL:

https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnaya-usluga-kak-ekonomicheskaya-kategoriya-v-usloviyah-rynochnyh-otnosheniy (дата обращения: 13.10.2024).

7. Головнев, М. Н. Образовательная услуга как правовая категория в проекте федерального закона –Об образовании в Российской Федерации / М. Н. Головнев // Право и образование. – 2010. – № 12. – С. 33-39. – EDN NBFMPD.

8. Еникеева, С. Д. Высшее образование и сфера труда в цифровой экономике: новый механизм взаимодействия / С. Д. Еникеева // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2021. – № 4. – С. 202-217. – EDN DPNCPG..

9. Оборин, М. С. Влияние цифровых технологий на развитие экономики регионов Российской Федерации / М. С. Оборин // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2021. – Т. 27, № 2. – С. 123-132. – DOI 10.21209/2227-9245-2021-27-2-123-132 – EDN MQBGFW.

10. Оборин, М. С. Проблемы стандартизации сервисного сектора в условиях инновационной цифровой среды развития экономики / Инновационное развитие экономики. - № 4 (52), 2019. – С. 95-101.

11. Оборин, М. С. Инновационные технологии как фактор повышения финансово-экономического и социального эффекта образовательных услуг / Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. – Т. 5 (71). - № 4, 2019. – С. 71-83.

12. Абдрахманова, Г. И. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение : доклад к XX Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9-12 апреля 2019 г. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]. – Москва : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2019. – 82 с. – EDN DOBQRF.

13. G20 Digital Economy Task Force, 2016. G20 Digital Economy Development and Cooperation Initiative [Электронный ресурс]. – URL: https://www.mofa.go.jp/files/000185874.pdf (дата обращения: 08.10.2024).

Чернобровкина Ольга Вячеславовна
преподаватель
Пермского торгово-технологического колледжа,
г. Пермь
Ворожцова Галина Николаевна
преподаватель
Пермского торгово-технологического колледжа,
г.Пермь

ВЫБОР ФОРМАТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ БИЗНЕСА

Аннотация: в данной работе рассматривается выбор формата розничной торговли. Обсуждаются одни из самых популярных моделей. Для каждого формата анализируются преимущества и недостатки, а также наилучшее местоположение.
Ключевые слова: торговля, бизнес, ассортимент, конкуренция.

CHOOSING A RETAIL FORMAT FOR BUSINESS

Abstract: in this paper, the choice of retail format is considered. Some of the most popular models are being discussed. Advantages and disadvantages are analyzed for each format.
Keywords: trade, business, assortment, competition.

Формат розничной торговли зависит от различных факторов, включая целевую аудиторию, тип товаров, местоположение, финансовые возможности и бизнес-стратегию. Рассмотрим несколько популярных форматов розничной торговли и их особенности, чтобы определить, какой из них может подойти бизнесу.

Отдельно стоящий розничный магазин – это наиболее распространённый формат, где товары продаются в физическом магазине. Этот формат подходит для бизнеса, который хочет установить прочные отношения с клиентами и предоставить им возможность взаимодействовать с товарами перед покупкой. Например: продукты, магазины одежды, обуви или электроники. Лучше всего их открывать в спальных районах города.

Плюсы:

- легкодоступность товаров - клиенты сами могут выбирать товары, трогать, осматривать, что увеличивает вероятность покупки;

- консультирование - покупатель может проконсультироваться с продавцами перед покупкой и принять последующее решение;

- импульсивные покупки – возможность спонтанно купить что-то, увидев товар в магазине.

Минусы:

- ограниченные рабочие часы - не все магазины могут работать круглосуточно;

- конкуренция с онлайн магазинами – люди всё чаще предпочитают физическим магазинам – онлайн;

- ограниченный ассортимент - недостаточное пространство может снизить количество доступных товаров [1, 2].

Онлайн-магазин. Учитывая растущую популярность электронной коммерции, создание онлайн-магазина может быть отличным выбором. Подходит для бизнеса, который хочет предлагать продукцию в удобной для клиентов форме, например, для продажи одежды, косметики, электроники, книг и т. д.

Плюсы:

- захватывает широкую аудиторию – большой ассортимент товаров в одном онлайн-магазине;

- снижает затраты на аренду помещений - не требует физического контакта с товарами;

- круглосуточная доступность – можно совершать покупки в любое время и в любом месте.

Минусы:

- ожидание доставки – непредвиденные ситуации могут задержать доставку;

- отсутствие физического контакта – товар может приехать не в ожидаемом виде;

- технические проблемы – сбои на сайтах [4] .

Временные магазины – если бизнес предполагает краткосрочные акции или сезонные коллекции, поп-ап магазины могут быть отличным выбором. Они предоставляют возможность быстрого тестирования рынка и взаимодействия с клиентами вживую. Для открытия данного формата следует выбрать центр города или большие торговые центры .

Плюсы:

- обратная связь с клиентами – получение и анализ мнений, отзывов и предложений от клиентов;

- низкие расходы на ведение бизнеса – уменьшение расходов на аренду и зарплату сотрудникам;

- гибкость – без долгосрочных обязательств позволяет тестировать новые локации.

Минусы:

- временность – ограниченный рабочий период;

- риски – возможность неправильно выбрать место;

- сложность логистики - проблематичность управления запасами и поставками [5].

Смешанная розничная торговля – этот подход сочетает в себе элементы различных форматов и может включать как физические, так и онлайн-продажи. Это позволит бизнесу адаптироваться к изменениям в поведении потребителей и повысить удобство покупки. Оптимально запускать магазины в жилых зонах.

Плюсы:

- многообразие продукции - позволяет предлагать широкий выбор товаров, что привлекает больше клиентов;

- гибкость в управлении - проще приспосабливаться к рыночным изменениям и предпочтениям покупателей;

- удобство для покупателей - можно отовариваться как в физическом магазине, так и онлайн.

Минусы:

- сложная логистика – трудность в управлении запасами;

- сложности с клиентским обслуживанием – затруднительно поддерживать равный уровень обслуживания как в магазинах, так и в интернете;

- увеличение затрат – дополнительные затраты на маркетинг и рекламу, так как необходимо продвигать ассортимент как для оптовых, так и для розничных покупателей [6].

Торговые автоматы – это автоматизированный формат розничной торговли, который позволяет продавать товары без участия персонала.

Наилучшим вариантом является открытие автоматов, как в спальных районах, так и в торговых центрах.

Плюсы:

- круглосуточная доступность;

- низкие затраты на персонал;

- установка в зонах с интенсивным потоком людей.

Минусы:

- риск вандализма и краж;

- необходимость в периодическом техническом обслуживании и обновлении запасов;

- недостаток возможности прямого общения с клиентами.

Дискаунтер – это формат розничной торговли, предлагающий товары по сниженным ценам. Максимально выгодно открывать в жилых зонах, поскольку значительное количество пожилых людей посещают подобные торговые точки.

Плюсы:

- низкие цены;

- удобное местоположение;

- экономия на маркетинге.

Минусы:

- низкое качество товаров;

- отсутствие должного сервиса и комфорта;

- отсутствие дополнительных услуг.

Открытие собственного бизнеса – это сложный процесс, который почти всегда сопровождается разочарованиями и стрессом, прежде чем приведёт к успеху. Тем не менее, получение соответствующего образования и осознанное принятие решений, подходящих для бизнеса, является важным первым шагом. Выбор правильного формата магазина может стать ключевым моментом, который определит, приведёт ли начинание к неудаче или станет основной для долгосрочной и успешной карьеры в предпринимательстве.

Список литературы:

1. Сысоева, С. В. Большая книга директора магазина. Технологии 4.0 / С. В. Сысоева, Г. Г. Крок. Издательство Питер, 2021.
2. Макаров, О. В. Путь торговли / Издательство Москва, 2005.
3. Анализ конкурентной среды [Электронный ресурс]. – URL: https://sky.pro/wiki/profession/analiz-konkurentnoj-sredy-chto-eto-i-kak-provodit/ (дата обращения: 01.11.2024).
4. Особенности омниканального маркетинга: изучение привычек современного покупателя с целью увеличения продаж [Электронный ресурс]. – URL: https://www.insales.ru/blogs/university/osobennosti-omnikanalnogo-marketinga (дата обращения: 01.11.2024).
5. Удовлетворенность клиентов: что это такое и как её достичь? [Электронный ресурс]. – URL: https://djaboo.com/ru/blog/satisfaction-client-quest-ce-que-cest-et-comment-latteindre/ (дата обращения: 01.11.2024).
6. Статьи про ведение и продвижение бизнеса | Бизнес с нуля [Электронный ресурс]. – URL: https://secrets.tinkoff.ru/biznes-s-nulya/licenzirovanie-biznesa/ (дата обращения: 01.11.2024).

Шардина Ксения Александровна
аспирант
Пермского государственного национального исследовательского университета,
г. Пермь

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: РОЛЬ И ЗАДАЧИ СИСТЕМЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: в статье проанализированы роль ДПО в подготовке кадров для цифровой экономики, выявлены ключевые организационно-экономические механизмы, способствующие повышению качества образовательных услуг в этой сфере, рассмотрены перспективы дальнейшего развития ДПО в условиях цифровизации.

Ключевые слова: дополнительное профессиональное образование, цифровизация, подготовка кадров.

TRAINING FOR THE DIGITAL ECONOMY: THE ROLE AND OBJECTIVES OF THE SYSTEM OF ADDITIONAL EDUCATION

Abstract: the article analyzes the role of additional professional education in training personnel for the digital economy, identifies key organizational and economic mechanisms that contribute to improving the quality of educational services in this area, and considers the prospects for further development of additional professional education in the context of digitalization.

Keywords: additional professional education, digitalization, personnel training.

Цифровая экономика активно трансформирует различные сектора общества, формируя новые требования к профессиональным компетенциям работников. Традиционные образовательные программы, как правило, не успевают адаптироваться к стремительно меняющимся запросам рынка труда. В этой связи дополнительное профессиональное образование (ДПО) становится важным инструментом подготовки и переподготовки кадров, способных успешно функционировать в условиях цифровой экономики.

Необходимые компетенции не всегда могут быть получены в рамках основного высшего образования, что делает систему дополнительного образования особенно важной. В контексте подготовки кадров для цифровой экономики дополнительное образование приобретает особую актуальность, так как оно позволяет адаптировать специалистов к новым требованиям рынка труда и обеспечить их конкурентоспособность в условиях цифровизации.

Дополнительное образование предполагает гибкость в обучении, ориентированную на конкретные потребности рынка труда и работающих профессионалов. Оно включает краткосрочные программы переподготовки и повышения квалификации, которые позволяют сотрудникам быстро обновлять свои навыки в ответ на технологические изменения. Одной из задач Национального проекта «Образование» является формирование системы непрерывного обновления работающими гражданами своих профессиональных знаний и приобретения ими новых профессиональных навыков, включая овладение компетенциями в области цифровой экономики всеми желающими [4]. Таким образом, дополнительное образование становится важным звеном в обеспечении экономики квалифицированными кадрами.

Несмотря на растущую важность ДПО, существует несколько вызовов, которые препятствуют его эффективному функционированию.

1. Быстрая смена технологий. Развитие цифровой экономики происходит очень динамично, система образования при этом остаётся достаточно

инерционной. Образовательные программы могут устаревать быстрее, чем выпускники смогут получить диплом [8].

2. Недостаточная интеграция цифровых технологий в образовательный процесс. Система дополнительного образования в некоторых регионах и образовательных учреждениях всё ещё использует традиционные методы обучения. Это снижает эффективность подготовки кадров для цифровой экономики.

3. Доступность и качество образовательных услуг. Неравномерное развитие инфраструктуры и разный уровень подготовки преподавателей в регионах создают неравенство в доступе к качественным образовательным программам. Существует необходимость доработки механизмов оценки и повышения качества услуг в сфере дополнительного образования.

4. Финансирование и мотивация. Для многих предприятий важность обучения персонала не всегда очевидна. Ликвидация несоответствия полученных в вузе или колледже знаний и навыков требованиям реальной трудовой деятельности требует от работников и работодателей дополнительных расходов [7]. Вложения в дополнительное образование могут восприниматься как затраты, а не как инвестиции в будущее компании.

Для преодоления указанных выше вызовов необходимы эффективные организационно-экономические механизмы, направленные на повышение качества образовательных услуг в сфере ДПО. Одним из ключевых элементов такого механизма является взаимодействие между образовательными учреждениями, работодателями и государством.

1. Государственно-частное партнёрство. Важным направлением является активизация взаимодействия между государством и бизнесом. Компании могут участвовать в разработке учебных программ, которые будут соответствовать их потребностям, а государство – поддерживать образовательные учреждения, внедряющие инновационные методы обучения [5].

2. Цифровизация образовательных процессов. Внедрение онлайн-платформ и цифровых ресурсов позволяет организовать гибкий и доступный

процесс обучения. Цифровые технологии дают возможность обучающимся получать актуальные знания в удобное для них время, снижая барьеры для повышения квалификации. Кроме того, онлайн-форматы обучения способствуют расширению географии охвата и привлекают большее число обучающихся. Системы анализа данных для мониторинга успеваемости студентов, способствуют повышению качества подготовки кадров [6].

3. Адаптивные программы обучения. Создание программ, которые могут быстро меняться в зависимости от технологических инноваций и требований работодателей, позволяет сохранять актуальность образовательного контента. Адаптивные системы позволяют создать максимально индивидуальный путь обучения, который учитывает когнитивные особенности слушателя, его способы восприятия информации и начальный уровень подготовки [3].

4. Повышение квалификации, связанное с переподготовкой преподавателей для работы в сфере образовательных услуг в цифровом пространстве. В рамках удалённого взаимодействия со слушателями требуются новые навыки для того, чтобы встроиться в новый формат образовательной среды [1]. В том числе овладение преподавателей цифровыми технологиями, форматами проведения удалённого взаимодействия со слушателями, организация групповой онлайн работы и другое [2].

В ближайшем будущем роль дополнительного образования в подготовке кадров для цифровой экономики будет только возрастать. Возможности для дистанционного обучения открывают доступ к образовательным ресурсам для людей, проживающих в отдаленных регионах. Технологии виртуальной и дополненной реальности, искусственный интеллект и системы анализа данных позволят сделать образовательные программы ещё более эффективными и персонализированными.

Кроме того, в условиях непрерывной цифровизации спрос на обучение в течение всей жизни (lifelong learning) станет одной из ключевых характеристик развития ДПО. Специалисты, обладающие навыками самообучения и

готовностью постоянно обновлять свои знания, будут наиболее востребованы в цифровой экономике.

Дополнительное профессиональное образование играет ключевую роль в подготовке кадров для цифровой экономики, обеспечивая гибкость, актуальность и доступность образовательных услуг. Совершенствование организационно-экономических механизмов и внедрение цифровых технологий в образовательный процесс, позволят повысить качество подготовки специалистов, что в свою очередь положительно скажется на экономическом развитии страны. Для достижения этих целей необходимо тесное сотрудничество государства, бизнеса и образовательных учреждений, а также активное внедрение инноваций в обучение.

Список литературы:

1. Арсланова, С. К. Дополнительное профессиональное образование в условиях цифровой экономики / Сборник трудов по проблемам дополнительного профессионального образования. – 2021. – № 40. – С. 11-15.

2. Арсланова, С. К. Роль дополнительного профессионального образования в подготовке кадров для цифровой экономики / Вектор развития управленческих подходов в цифровой экономике. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. – 2021. – № 40. – С. 325-328.

3. Можаев, Е. Е. Приоритетные тенденции развития дополнительного профессионального образования в условиях цифровизации / Наука и образование в условиях глобальных вызовов. Сборник статей в двух томах по итогам Пятого профессорского форума 2022. – 2023. – С. 164-169.

4. Национальный проект «Образование» [Электронный ресурс]. – URL: https://strategy24.ru/rf/education/projects/natsionalnyy-proektobrazovanie (дата обращения: 09.10.2024).

5. Оборин, М. С. Проблемы стандартизации сервисного сектора в условиях инновационной цифровой среды развития экономики / Инновационное развитие экономики. – 2019. - № 4 (52). – С. 95-101.

6. Оборин, М. С. Инновационные технологии как фактор повышения финансово-экономического и социального эффекта образовательных услуг / Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. – 2019. – Т. 5 (71). - № 4. – С. 71-83.

7. Эскиндаров, М. А. Риски и шансы цифровой экономики России / М. А. Эскиндаров, В. В. Масленников, О. В. Масленников. Финансы: теория и практика. – 2019. – № 5 (113). – С. 6-17.

8. Ялхороев, М. И. Роль образования в развитии цифровой экономики / Управление образованием: теория и практика. – 2023. – № 3(61). – С. 116-125.

Шерешева Марина Юрьевна
доктор экономических наук, профессор
зав. Лабораторией институционального анализа
МГУ им. М. В. Ломоносова,
г. Москва
Алиева Арзу Миралиевна
аспирант
МГУ им. М. В. Ломоносова,
г. Москва

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

Аннотация: в статье показано, что технологии дополненной реальности активно используются в бизнесе, включая маркетинговые коммуникации и розничную торговлю. Их применение позволяет компаниям преодолеть одну из проблем электронной торговли: отсутствие прямого соприкосновения потребителя с товаром на этапе выбора и принятия решения о покупке. Кроме того, перспективно применение технологий дополненной реальности для консультаций, персонализации, послепродажного обслуживания, что делает их важным инструментом построения взаимоотношений с клиентами.

Ключевые слова: электронная торговля, маркетинг, дополненная реальность, поведение потребителей.

THE ROLE OF AUGMENTED REALITY TECHNOLOGIES IN E-COMMERCE

Abstract: the paper shows that AR technologies are actively used in business, including marketing communications and retail. Their use allows companies to overcome one of the issues in e-commerce: the lack of consumer direct contact with the product at the stage of selection and purchase decision-making. In addition, promising use of AR technologies is for consultations, personalization, after-sales service, which makes them an important tool for building relationships with customers.

Key words: e-commerce, marketing, augmented reality, consumer behavior.

Среди последних достижений в информационных технологиях стоит отметить возможность погружения человека в виртуальный и дополненный мир с помощью специальных технических средств и приложений. В частности,

применение технологий дополненной реальности позволяют человеку более ярко прочувствовать смоделированный мир благодаря передаче полученных ощущений – не только через зрение, но и с помощью осязания и слуха [2].

Потребность во внедрении интерактивных технологий, улучшающих опыт покупателей, выросла после пандемии COVID-19 [7]. Согласно ряду исследований, внедрение таких технологий считают очень важным примерно двое из трёх руководителей компаний и маркетологов во всём мире [14]. Их применение стало одним из ключевых элементов развития для таких международных розничных сетей как IKEA, Sephora, L'Oréal, Ray-Ban [9, 27].

Термин «дополненная реальность» (AR, augmented reality) был впервые использован в 1992 г. в исследовании П. Томаса и У. Дэвида [26]. Дополненная реальность является средой, в которой цифровая информация накладывается на физический мир и сочетает в себе взаимодействие реальной среды с компьютерной информацией, не отделяя от физической реальности [23]. Поэтому дополненная реальность имеет два важных преимущества перед виртуальной реальностью: лучшее ощущение реальности и лучшее взаимодействие, так как AR органично вписывается в реальность, а не создаёт виртуальный мир [18].

На протяжении последнего десятилетия технологии дополненной реальности стали активно использовать в самых разных областях, включая маркетинговые коммуникации и розничную торговлю (таблица 1).

Таблица 1

Области применения AR технологий и их особенности

Область применения	**Особенности**	**Авторы**
Маркетинговые коммуникации	Возможность для компаний по-новому взаимодействовать со своими клиентами	Rampolla, Kipper, 2012 [21]
Здравоохранение	Может обеспечить безопасную и экономически эффективную среду медицинского обслуживания	Khor et al., 2016 [13]
Образование	Понятные и запоминающиеся способы обучения	Liou et al., 2017 [17]
Развлечения и игры	Развлечения и игры – самая развитая область для приложений AR	Kogan et al., 2017 [15]; Sheresheva, Semenda, 2017 [24]

Туризм	Интерактивные способы информации для туристов, посетителей музеев и выставок	Jingen Liang, Elliot, 2021 [11]
Визуализация производственных объектов	Возможность наглядной демонстрации производственных объектов в процессе проектирования и эксплуатации	Решетникова и др., 2021 [3]
Розничная торговля	Приложения дополненной реальности в розничной торговле содержат в себе 3D информацию о продукте, показывают полную информацию о продукте, что улучшает восприятие товаров потенциальными покупателями	Cano, 2017 [6]; Kowalczuk et al., 2021 [16]; Курочкина и др., 2021 [1]

Источник: составлено автором

Многие эмпирические исследования показывают, что технологии дополненной реальности позитивно влияют на вовлечённость потребителей, их удовлетворённость и намерение совершить покупку (таблица 2).

Таблица 2

Роль AR-технологий во взаимодействии с потребителями

Роль технологий дополненной реальности	**Эмпирические исследования**
AR улучшает взаимодействие с клиентами и их впечатления от бренда	Javornik et al., 2019 [10]
AR обеспечивает гедонистические и утилитарные преимущества	Rese et al., 2017 [22]
AR увеличивает вовлеченность	Olya et al., 2020 [19]
AR обеспечивает удовлетворенность	Poushneh, Vasquez-Parraga, 2017 [20]
AR усиливает намерение совершить покупку	Dacko, 2017 [8]

Источник: составлено автором

Использование технологии дополненной реальности в электронной коммерции напрямую оказывает влияние на покупательский опыт, поскольку помогает «прочувствовать» продукт. Более того, на основе совмещения преимуществ цифрового и физического пространства создается новый особый опыт [4], что увеличивает вероятность совершения покупки [28]. Исследования показывают, что использование дополненной реальности в онлайн-покупках влияет на восприятие покупателем продукта ещё до его приобретения, что покупатель вовлекается в процесс покупки в процессе персонализации продукта (добавляя свое имя, варьируя цвета товара, и т. д.) [12].

Важно учитывать, что введение AR не всегда положительно влияет на покупательский опыт, хотя и облегчает сам процесс онлайн-покупки [5]. Так, пользование AR может показаться для некоторых покупателей эмоционально

затратным и требующим большей внимательности «лишним шагом» для совершения покупки. Но в целом можно заключить, что в эру тренда на персонализированный опыт AR-технологии заняли важное место в продвижении продукта и в формировании взаимоотношений бренда с потребителем.

Таким образом, использование технологий дополненной реальности становится эффективным инструментом для продвижения и реализации товара онлайн, помогает преодолеть проблему отсутствия непосредственного соприкосновения с товаром. Благодаря возможности создавать физические ощущения, сливая функциональные и эмоциональные преимущества цифрового пространства с реальностью, AR-технологии позволяют клиентам переживать ощущение прикосновения, способствуют увлекательному опыту покупки. Сформировав за счёт применения таких технологий позитивное представление о продукте, компании могут повысить вероятность его приобретения.

Перспективы использования технологии дополненной реальности заключаются в получении нового пользовательского опыта, связанного с возможностью применения AR не только в качестве интерактивного инструмента маркетинговых коммуникаций, но также для консультаций, покупки и послепродажного обслуживания, то есть для полноценной поддержки клиентов.

Хотя дополненная реальность является одним из ключевых инструментов продвижения в электронной коммерции, использование этого инструмента имеет свои ограничения как технологического характера (например, связанные с отсутствием необходимых вычислительных мощностей телефонов), так и эмоционального свойства (ощущение «перегрузки» излишними опциями).

Тем не менее, исследования показывают, что на данный момент использование технологий дополненной реальности может являться серьезным конкурентным преимуществом в борьбе за внимание и кошелек потребителя. Можно прогнозировать, что в дальнейшем создание впечатлений покупателя о продукте за счет встраивания AR-технологий в единую систему взаимодействия

компании с потребителями может стать необходимым условием успешной работы на рынке электронной коммерции.

Список литературы:

1. Курочкина, А. А. Развитие AR-технологий в розничной торговле / А. А. Курочкина, Ю. Е. Семенова, А. Ю. Тимошенко. Глобальный научный потенциал. – 2021. – № 3(120). – С. 239-242.
2. Маслова, Ю. А. Технологии дополненной реальности / Ю. А. Маслова, Ю. С. Белов. E-Scio. – 2022. – № 2 (65). – С. 313-322.
3. Решетникова, Е. С. Разработка метода визуализации производственных объектов с применением технологий дополненной реальности / Е. С. Решетникова, Т. В. Усатая, Л. В. Курзаева. Программные системы и вычислительные методы. – 2021. – № 1. – С. 10-21.
4. Batat W. Experiential marketing: Consumer behavior, customer experience and the 7Es. – Routledge, 2019. – 320 p.
5. Buchner, J. The impact of augmented reality on cognitive load and performance: A systematic review // J. Buchner, K. Buntins, M. Kerres. Journal of Computer Assisted Learning. – 2022. – Vol. 38. – № 1. – P. 285-303.
6. Cano, M. B. The influence of image interactivity upon user engagement when using mobile touch screens // M. B. Cano, P. Perry, R. Ashman, K. Waite. Computers in Human Behavior. – 2017. – Vol. 77. – P. 406-412.
7. Cohen, M. How The Coronavirus Crisis Will Shape The Future Of Virtual Reality [Электронный ресурс]. – URL: https://www.forbes.com/sites/columbiabusinessschool/2020/05/21/how-coronavirus-crisis-will-shape-future-of-virtual-reality/ (дата обращения: 24.03.2024).
8. Dacko, S. G. Enabling smart retail settings via mobile augmented reality shopping apps / Technological forecasting and social change. – 2017. – Vol. 124. – P. 243-256.
9. Hsu, S. H. Y. “Yes, we do. Why not use augmented reality?” customer responses to experiential presentations of AR-based applications / S. H. Y Hsu., H. T. Tsou, J. S. Chen. Journal of Retailing and Consumer Services. – 2021. – Vol. 62. – P. 102649.
10. Javornik, A., Duffy, K., Rokka, J., Scholz, J., Nobbs, K., Motala, A., Goldenberg, A. Strategic approaches to augmented reality deployment by luxury brands // Journal of Business Research. – 2021. – № 136. – P. 284-292.
11. Jingen Liang, L., Elliot, S. A systematic review of augmented reality tourism research: What is now and what is next? // Tourism and Hospitality Research. – 2021. – Vol. 21. – № 1. – P. 15-30.
12. Jussila, I., Tarkiainen, A., Sarstedt, M., Hair, J. F. Individual psychological ownership: Concepts, evidence, and implications for research in marketing // Journal of Marketing Theory and Practice. – 2015. – Vol. 23. – № 2. – P. 121-139.

13. Khor, W. S., Baker, B., Amin, K., Chan, A., Patel, K., Wong, J. Augmented and virtual reality in surgery—the digital surgical environment: applications, limitations and legal pitfalls // Annals of translational medicine. – 2016. – Vol. 4. – № 23. – P. 454.

14. Kim, J. H., Kim, M., Park, M., Yoo, J. Immersive interactive technologies and virtual shopping experiences: Differences in consumer perceptions between augmented reality (AR) and virtual reality (VR) // Telematics and Informatics. – 2023. – №. 77. – P. 101936.

15. Kogan, L., Hellyer, P., Duncan, C., Schoenfeld-Tacher, R. A pilot investigation of the physical and psychological benefits of playing Pokémon GO for dog owners // Computers in Human Behavior. – 2017. – Vol. 76. – P. 431-437.

16. Kowalczuk, P., Siepmann, C., Adler, J. Cognitive, affective, and behavioral consumer responses to augmented reality in e-commerce: A comparative study // Journal of Business Research. – 2021. – Vol. 124. – P. 357-373.

17. Liou, H., Yang, S. J., Chen, S. Y., Tarng,W. The influences of the 2D image-based augmented reality and virtual reality on student learning // Journal of Educational Technology & Society. – 2017. – Vol. 20. – №. 3. – P. 110-121.

18. Madden, L. Professional augmented reality browsers for smartphones: programming for junaio, layar and wikitude. – John Wiley & Sons, 2011. – 360 p.

19. Olya, H., Jung, T. H., Tom Dieck, M. C., Ryu, K. Engaging visitors of science festivals using augmented reality: asymmetrical modelling // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2020. – Vol. 32. – №. 2. – P. 769-796.

20. Poushneh, A., Vasquez-Parraga, A. Z. Discernible impact of augmented reality on retail customer's experience, satisfaction and willingness to buy / Journal of Retailing and Consumer Services. – 2017. – Vol. 34. – P. 229-234.

21. Rampolla, J., Kipper, G. Augmented reality: An emerging technologies guide to AR. – Elsevier, 2012. – 208 p.

22. Rese, A., Baier, D., Geyer-Schulz, A., Schreiber, S. How augmented reality apps are accepted by consumers: A comparative analysis using scales and opinions // Technological Forecasting and Social Change. – 2017. – Vol. 124. – P. 306-319.

23. Scholz, J., Smith, A. N. Augmented reality: Designing immersive experiences that maximize consumer engagement / Business horizons. – 2016. – Vol. 59. – №. 2. – P. 149-161.

24. Sheresheva, M., Semenda, I. Prospects of VR/AR technologies in the experience economy // Journal of Entrepreneurship & Innovation. – 2017. – Vol. 9. – P. 1-15.

25. Song, H. K., Baek, E., Choo, H. J. Try-on experience with augmented reality comforts your decision: Focusing on the roles of immersion and psychological ownership / Information Technology & People. – 2020. – Vol. 33. – №. 4. – P. 1214-1234.

26. Thomas, P. C., David, W. M. Augmented reality: An application of heads-up display technology to manual manufacturing processes / Hawaii international conference on system sciences. ACM SIGCHI Bulletin, 1992. – Vol. 2. – P. 659-669.

27. Wang, W., Cao, D., Ameen, N. Understanding customer satisfaction of augmented reality in retail: A human value orientation and consumption value perspective // Information Technology & People. – 2023. – Vol. 36. - №. 6. – P. 2211-2233.

28. Willems, K., Smolders, A., Brengman, M., Luyten, K., Schöning, J. The path-to-purchase is paved with digital opportunities: An inventory of shopper-oriented retail technologies / Technological Forecasting and Social Change. – Elsevier, 2017. – Vol. 124©. – P. 228-242.

Ширинкин Константин Владимирович
аспирант
Пермского государственного аграрно-технологического университета имени академика Д. Н. Прянишникова,
г. Пермь

ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Аннотация: за последние пару десятилетий рынок консалтинговых услуг становится диверсифицированным. Наращивание конкурентных преимуществ современными организациями предполагает не только ведение повседневной деятельности, но и одновременное обновление своих знаний и навыков в соответствии с быстро меняющимися современными концепциями. Поэтому многие ориентированы на сотрудничество со специалистами, обладающими уникальными знаниями, чтобы успешно адаптировать ресурсы компании к вызовам внешней среды.

Ключевые слова: рынок консалтинговых услуг, спрос на изменения, оценка эффективности, взаимодействие заказчика и исполнителя.

FEATURES OF THE APPROACH TO THE ASSESSMENT OF THE CONSULTING SERVICES MARKET

Abstract: over the past couple of decades, the consulting services market has become diversified. Building up competitive advantages by modern organizations involves not only conducting daily activities, but also simultaneously updating their knowledge and skills in accordance with rapidly changing modern concepts. Therefore, many are focused on cooperation with specialists with unique knowledge to successfully adapt the company’s resources to the challenges of the external environment.

Keywords: consulting services market, demand for changes, efficiency assessment, interaction between the customer and the contractor.

Российский рынок консалтинговых услуг испытывает влияния

макроэкономических и геополитических факторов, ориентируясь на потребности крупного бизнеса, которые адаптируются к глобальным трансформациям [1, 11]. Растущая глобализация производства, финансов и распределения подвергает компании риску в связи с усложнением закупок, логистики, организационной структуры, маркетинга и стратегии, что увеличивает спрос на изменения и консалтинг [3, 4]. Кроме того, в связи с глобальными тенденциями аутсорсинга и реинжиниринга передача работы внешним специалистам становится всё более популярным и устоявшимся подходом к решению сложных бизнес-ситуаций в цифровой среде и технологическим изменениями производственного цикла [2, 10].

Меняются модели взаимодействия клиентов с консалтинговыми компаниями. Поскольку объём работы консультантов постоянно растёт, многие должности, которые ранее выполнялись штатными сотрудниками, теперь выполняются внешними консультантами, причём данная практика распространяется не только на финансовые и налогово-бюджетные функции, но и управленческий, кадровый консалтинг, являющиеся частью повседневной деятельности многих средних и крупных компаний [5].

Проблема оценки консалтинговых услуг связана с теми последствиями, с которыми сталкиваются владельцы бизнеса и их сотрудники, которые адаптируются к новым требованиям в условиях цифровизации и технологического прогресса. Компании, которые специализировались на аудите и бухгалтерских услугах, также расширяют предложение, предлагая новые виды деятельности для корпоративных клиентов. Практика консалтинговых услуг свидетельствует о субъективности оценок, что связано с их сложностью, наукоёмкостью и уникальностью, связанной с потребностями клиента, которые также могут измениться уже в процессе оказания услуги [9], что затрудняет оценку их фактических результатов, прогнозируемых перед покупкой.

Другим аспектом является сложность оценки полученных результатов из-за сложной задачи правильного определения того, является ли консультирование определённым эффектом для бизнеса само по себе

вмешательство или просто вызванное другими переменными в контексте бизнеса. Следовательно, информационные услуги трудно определить и измерить, что затрудняет определение того, что на самом деле было предоставлено, даже после их внедрения. Одним из наиболее влиятельных подходов, пытающихся объяснить проблемы, связанные с нематериальным характером услуг, таких как консультационные услуги, является дисциплина управления услугами, поскольку она частично возникла с точки зрения руководителей предприятий и консультантов [7]. Несмотря на подробное описание того, как услуги создают ценность благодаря тесному взаимодействию между клиентами и поставщиками, теоретическая концепция ценности остается нечеткой и расплывчатой [8].

Поскольку именно кооперация заказчика и исполнителя является основой формирования представления о результатах консалтинговой услуги, коррекции целей и задач, можно предложить следующий подход к оценке рынка (рис. 1).

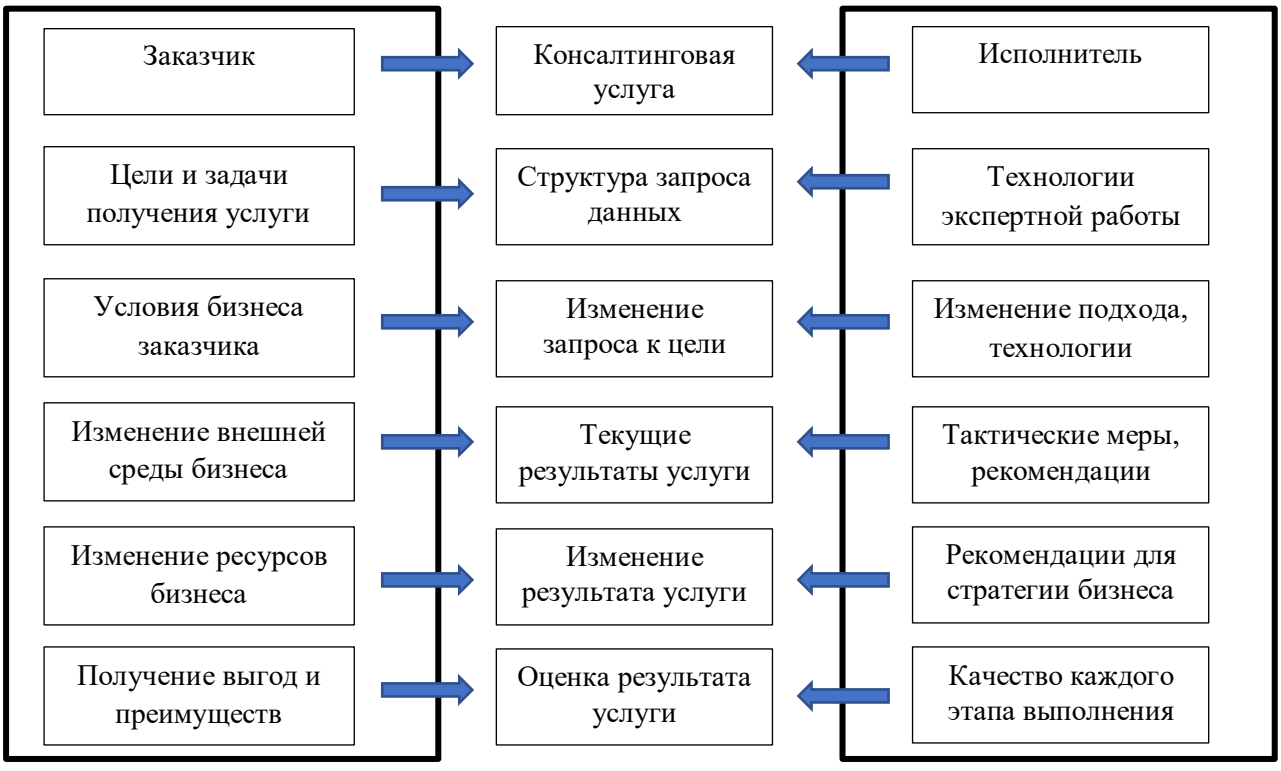


Рисунок 1 – Процессный подход к оценке рынка консалтинговых услуг (разработано автором)

Данный подход не противоречит исследованиям, согласно которым

признаётся более широкое понятие ценности, связанное с улучшением финансово-экономических и рыночных показателей деятельности заказчика услуг. Эта неосязаемость и сложность усилили информационную асимметрию в различных видах консалтинговых услуг, поставив клиентов в зависимое положение из-за их недостаточных знаний об их качестве и характере предоставляемых услуг. Кроме того, эта асимметрия знаний между клиентами и консультантами по менеджменту может привести к проблемам сотрудничества, что согласуется с потенциальными проблемами, связанными с теориями принципала и агента [6], поскольку структура асимметрии влечёт за собой риск оппортунизма на обоих этапах заключения сделки. Поскольку наукоёмкие услуги являются результатом совместного производства клиентов и консультантов, отношения и взаимодействие между клиентом и консультантом являются центральными элементами различных видов консалтинга [12]. Многие исследователи полагают, что консультанты в значительной степени полагаются на управление впечатлениями клиентов для создания положительного восприятия результатов консалтинга путем убедительной коммуникации. Клиенты уверены в высоком качестве предоставляемых ими услуг. Распространенными методами являются создание имиджа путем использования репутации фирмы, первоклассных навыков презентации и методик консультирования по торговым маркам, которые выступают в качестве символов для создания успешного и заслуживающего доверия впечатления у клиентов.

Таким образом, распространенными элементами подхода к оценке эффективности консалтинговых услуг является удовлетворенность заказчика полученными результатами и выгодами от услуги, добросовестность и качество проведенных исследований специалистов консалтинговой компании, результативность совместной кооперации и своевременного информирования заказчиком об изменениях внешней среды и ресурсного потенциала, которые повлияют на результат.

Список литературы:

1. Оборин, М. С. Стратегия адаптации управления бизнес-структурами к кризисным условиям на основе компромисса / Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2023. – Т. 18. - № 4. – С. 389-408.

2. Оборин, М. С. Направления цифровой трансформации производственных процессов / Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2023. – Т. 33. - № 4. – С. 603-610.

3. Оборин, М. С. Экономический потенциал стратегического управления регионом в условиях макроэкономических кризисов / Экономика. Информатика. – 2023. – Т. 50. - № 3. – С. 514-524.

4. Armbrüster, T. and Glückler, J. (2007). Organizational Change and the Economics of Management Consulting: A Response to Sorge and van Witteloostuijn. Organization Studies, 28 (12), 1873–1885.

5. Bronnenmayer, M., Wirtz, B., & Göttel, V. (2016). Success factors of management consulting. Review of Managerial Science, 10 (1), 1-34.

6. Dawson, G. S., Watson, R. T., & Boudreau, M. C. (2010). Information asymmetry in information systems consulting: Toward a theory of relationship constraints. Journal of Management Information Systems, 27(3), 143-178.

7. Grönroos, C. (2017). On value and value creation in service: a management perspective. Journal of Creating Value, 3(2), 125-141.

8. Grönroos, C., & Voima, P. (2013). Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. Journal of the Academy of Marketing Science, 41(2), 133–150.

9. Haverila, M., Bateman, E., & Naumann, E. (2011). The drivers of customer satisfaction in strategic consulting engagements. Management Decision, 49(8), 1354–1370.

10. Furusten, S. (2013). Commercialized professionalism on the field of management consulting. Journal of Organizational Change Management, 26, 265–285.

11. Retna, K. (2016). Consultants and their views on changing the mental models of clients. Journal of Change Management, 16(3), 184-200.

12. Von Becker, S., Aromaa, E. & Eriksson, P. (2015). Client-consultant interaction: the dynamics of and conflicts in value co-creation and co-destruction. Int. J. of Services Technology and Management, 21(1/2/3), 40–54

Шушарин Валерий Фёдорович
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь
Вышенский Михаил Юрьевич
кандидат технических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Пермь

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация: в статье рассматривается значение научно-технического прогресса как важнейшего фактора функционирования международной торговли. Усиление роли технологий в развитии экономики России – это приоритет для перехода нашей страны к инновационному росту, что способствует укреплению её позиций на мировом рынке.

Ключевые слова: международная торговля, научно-технический прогресс, технологическое развитие экономики России, санкции, международный экономический форум в Петербурге.

SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL PROGRESS AND ITS IMPORTANCE IN THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TRADE

Abstract: the article discusses the importance of scientific and technological progress as the most important factor in the functioning of international trade. Strengthening the role of technology in the development of the Russian economy is a priority for our country's transition to innovative growth, which contributes to strengthening its position in the world market.

Keywords: international trade, scientific and technological progress, technological development of the Russian economy, sanctions, International Economic Forum in St. Petersburg.

Современный мир характеризуется процессами глобализации и интеграции государств в мировое экономическое пространство. Глобализация устраняет торговые барьеры и открывает странам широкие возможности для участия в мировом рынке посредством обмена технологиями, капиталом, ресурсами и инновациями. Международная торговля благоприятствует социально-экономическому развитию государств, способствует созданию условий для более эффективного использования факторов производства, положительно воздействует на структуру национальной экономики, уровень жизни населения, качество товаров и услуг. С точки зрения организации международной торговли особое значение уделяется приобретению стратегически важных ресурсов для развития экономики стран, определению логистики товарных потоков и своевременному проведению взаимных платежей.

Свобода международной торговли предполагает минимальное государственное вмешательство во внешнюю торговлю на всех уровнях, начиная с местного и регионального, до трансконтинентального включительно [7]. Международная торговля развивается на основе рыночных цен спроса и предложения. Совокупный мировой спрос – это объём производства товаров и услуг, который потребители всех стран готовы приобрести при существующем уровне цен, а совокупное мировое предложение представлено тем объёмом материальных благ и услуг, которые товаропроизводители могут поставить на международный рынок.

Текущее состояние международной торговли уже кардинально отличается от описанной картины, будучи ограниченным исключительно политическими факторами со стороны «коллективного запада». Стремление к глобальному доминированию приводит к обострению не только международных отношений и в торговле, и в политико-дипломатических сферах, но и во внутренних делах разных стран (почти всех странах мира), включая и инициаторов таких санкций. При этом количественные показатели международных коммуникаций, в том числе торговли, оцениваются по-разному и различными «стейкхолдерами», с соответствующей подачей – в первую очередь через подконтрольные СМИ.

К важнейшим параметрам международной торговли относят такие, как показатели стоимости и объёма международного товарооборота, структура движения материальных благ, состояние торгового баланса стран, участвующих в торговле. Свобода хозяйствующих субъектов, их стремление к реализации собственных коммерческих целей порождает международную конкуренцию, которая способствует повышению качества продукции местного производства, выступает двигателем научно-технического прогресса и, соответственно, экономического роста государств [8].

Международная торговля при нормальных рыночных условиях развивается благодаря взаимодействию хозяйствующих субъектов, которое обеспечивает потребности экономического кругооборота материальных благ и

финансовых средств. Интеграция хозяйствующих субъектов в мировое экономическое пространство происходит двумя способами.

1. На основе деятельности транснациональных корпораций, которая позволяет развивать долгосрочные экономические связи между странами.

2. На базе кооперации между государствами с целью производства совместного продукта или предоставления совместной услуги. При этом каждая сторона берёт на себя обязательство по выполнению определённой производственной функции [3].

В текущем периоде перестройки всего мирового хозяйства оба указанных способа становятся чрезвычайно рисковыми. Происходит возврат к суверенным внутригосударственным замкнутым или частично замкнутым экономическим системам.

Социально-экономические факторы международной торговли отражают особенности формирования отношений между странами. К таким факторам можно отнести состояние научно-технического прогресса в мире, скорость внедрения достижений НТП в национальное производство, а также способность экономики государств воспринимать инновационные технологические разработки. «Политический ландшафт» кардинально изменил и продолжает менять все, ранее наработанные отношения и связи, что и стимулирует национальное, внутригосударственное развитие, со всё меньшим участием международной торговли по некоторым категориям продуктов.

Положим, цифровизация экономики, то есть внедрение цифровых и информационно-коммуникационных технологий в экономику, несомненно, приводит к снижению стоимости коммерческих услуг, ускорению многих сервисных и информационных процессов, что в перспективе открывает широкие возможности для трансформации международной торговли.

Благодаря совершенствованию цифровой торговли, теоретически компании могут выходить на мировой рынок независимо от их размера и местонахождения, то есть НТП оказывает существенное влияние на повышение доступности выхода компаний на мировые рынки, что особенно проявляется в

сфере услуг, где применяются современные информационно-коммуникационные технологии, которые сами становятся объектами международной торговли. В связи с этим научно-технический прогресс, особенно в областях информационно-коммуникационных технологий, транспорта, электронной торговли и платежей, однозначно стимулирует международную торговлю [5]. При этом, «сила доллара» США активно сопротивляется не только развитию «старых» отношений, но и возникновению новых, всё более необходимых связей, технологий, отраслей [9].

В Концепции технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года сформулированы три ключевые цели [2].

Первая цель состоит в обеспечении национального контроля над воспроизводством критических и сквозных технологий. К критическим технологиям относят, к примеру, технологии в области микроэлектроники, станкостроения, биоинженерии, обработки материалов, а сквозные технологии межотраслевого значения – это технологии искусственного интеллекта, новых материалов, квантовых вычислений и коммуникаций, накопления энергии, систем связи, космических систем.

Вторая заключается в переходе к инновационному экономическому росту, усилению роли технологий как фактора развития экономики и социальной сферы.

Третья кроется в технологическом обеспечении устойчивого развития производственных систем.

В текущем периоде на пути всех этих целей воздвигаются всё новые препятствия «коллективным Западом» и его приспешниками. Преодоление этих «баррикад» становится объединяющей – четвёртой – целью технологического развития России.

Международное сотрудничество нашей страны охватывает такие направления, как совместное производство и разработки, развитие трансграничного экспорта и формирование кадрового потенциала. При организации международных проектов имеется в виду реализация научно-

технического потенциала России в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС), Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), стран БРИКС, Регионального содружества в области связи, Союзного государства и двухсторонних связей России с дружественными государствами.

Эксперты Российского экспортного центра обращают внимание на изменения, которые происходят в международной торговле за последние годы. Так, наблюдается снижение удельного веса экспорта США, Великобритании, государств Евросоюза, Японии, Южной Кореи, и, соответственно, растёт доля экспорта КНР и стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Кроме этого, происходит трансформация товарной структуры международной торговли; возникают трудности, связанные с функционированием морской логистики. В 2022 г. КНР вышла на первое место в мировом экспорте, её доля составила 14,4 % [3].

Импорт продукции, при этом, растёт в США и в странах Евросоюза, а также в ряде государств глобального юга, где увеличиваются темпы роста ВВП и населения. В 2023 г. объём экспорта из России в Европу сократился на 68 %, а удельный вес стран Европы в экспорте в нашу страну уменьшился до 20 %. Доля государств Азии в экспорте продукции из России в том же году, напротив, возросла до 72 % [6].

В современных условиях глобального мира восстанавливается международная деловая активность. Так, в рамках Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ 2024) было заключено более 980 соглашений на общую сумму 6,4 трлн руб. [1].

Приведём примеры таких соглашений.

1. Российский фонд прямых инвестиций вкладывает 2 млрд руб. в производство электромобиля «Атом», который планируется к выпуску в 2025 г. на заводе «Москвич» и одном из китайских заводов (с потенциалом экспорта в третьи страны).

2. Компания «Газпром» заключила с Казахстаном контракты на транзит газа в Узбекистан и Кыргызстан сроком на 15 лет.

3. Wildberries подписала с кластером экономических городов и свободных зон эмиратской группы портов Абу-Даби KEZAD Group соглашение о размещении логистического центра для выхода на рынок Объединенных Арабских Эмиратов;

4. Банк ВТБ и «Атомэнергопром» оформили кредитное соглашение на сумму 50 млрд руб. о строительстве атомных электростанций и развитии круглогодичного судоходства в условиях Северного морского пути как гарантии доступа наших партнёров к глобальным транспортным коммуникациям в Мировом океане.

5. КамАЗ планирует построить в Москве роботизированный завод по выпуску среднетоннажных и тяжелых грузовых автомобилей.

В молодёжный блок Петербургского форума были включены программы, направленные на создание возможностей для самореализации молодых талантливых лидеров, развитие института наставничества и привлечения молодых людей к решению вопросов глобальной социально-экономической повестки.

Помимо этого, в рамках Петербургского форума на базе экологической системы «Здоровое общество» создана платформа, объединившая лучшие практики и решения в области здравоохранения. Платформа предназначена для разработки проекта, целью которого является продвижение инновационных технологий и достижений отечественной медицины [3].

Так, в настоящее время всё больше людей и в мире, и в России, обращают внимание на своё здоровье, сбалансированное питание и, в связи с этим, на потребление биологически активных добавок (БАД). Поэтому возникает необходимость в обсуждении вопросов о роли питания и потребления БАДов в профилактике заболеваний и поддержании здоровья граждан – не только в личных, а и в производственных целях большинства производителей (преимущества экологического подхода наиболее важны в реализации долгосрочного устойчивого развития).

Итак, научно-технический потенциал является наиболее важным фактором конкурентоспособности национальной экономики. По нашему мнению, только достижение всех трёх ключевых целей технологического развития России в перспективе позволит обрести технологическую независимость и безопасность российского государства, что, безусловно, будет способствовать укреплению позиций нашей страны на международном рынке.

Список литературы:

1. Итоги ПМЭФ-2024 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/67596 (дата обращения: 24.06.2024).
2. Концепция технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – URL: https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/technological-2023.pdf (дата обращения: 04.07.2024).
3. Международная торговля как форма международных экономических отношений [Электронный ресурс]. – URL: https://spravochnick.ru/ekonomika/mezhdunarodnaya_torgovlya/mezhdunarodnaya_torgovlya_kak_forma_mezhdunarodnyh_otnosheniy/ (дата обращения: 24.06.2024).
4. Отразили натиск западных санкций. Как прошёл ПМЭФ-2024 [Электронный ресурс]. – URL: https://aif.ru/money/economy/otrazili-natisk-zapadnyh-sankciy-kak-proshel-pmef-2024 (дата обращения: 24.06.2024).
5. Толмачев, П. И. Влияние современного научно-технического прогресса на тенденции и структуру международной торговли / П. И. Толмачев, А. Г. Рыбинец, Е. О. Комонов [Электронный ресурс]. – URL: https://1economic.ru/lib/120326 (дата обращения: 24.06.2024).
6. Эксперты РЭЦ описали главные тренды в мировой торговле [Электронный ресурс]. – URL: https://www.rbc.ru/economics/22/02/2024/65d5b8619a79472f485bf473 (дата обращения: 24.06.2024).
7. Мехоношина, Е. С. Развитие интернет-торговли в Пермском крае / Е. С. Мехоношина, Е. М. Долгополов. «Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка»: Материалы XII Международной научно-практической конференции студентов и учащихся. – 2023. – С. 204–208.
8. Верзун, Д. А. Влияние личных качеств на профессионализм управленца / Д. А. Верзун, Е. М. Долгополов. «Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка». Материалы XI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов и учащихся. – 2022. – С. 32–36.
9. Корешков, В. Д. Управление инновациями на предприятиях / В. Д. Корешков, Е. М. Долгополов. «Современные проблемы экономического развития России». Материалы III межвузовской научно-исследовательской

конференции магистрантов, посвященной 55-летию учебного заведения. – 2020. – С. 10–14.

Яроцкая Елена Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Смоленск

ПРИГРАНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ КАК ОСОБЫЙ РЕЖИМ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация: в статье уделяется внимание особенностям организации и функционирования приграничной торговли. Особое внимание уделяется регулированию приграничной торговли, а также её влиянию на развитие приграничных регионов. Кроме того, в статье рассматриваются условия способствующие развитию, как торговых отношений, так и экономическому развитию приграничных регионов.

Ключевые слова: приграничная торговля, государственное регулирование, приграничные регионы, международные отношения.

BORDER TRADE OF RUSSIA AS A SPECIAL MODE OF IMPLEMENTING FOREIGN TRADE ACTIVITIES

Abstract: the article focuses on the specifics of the organization and functioning of border trade. Particular attention is paid to the regulation of border trade, as well as its impact on the development of border regions. In addition, the article examines the conditions that contribute to the development of both trade relations and economic development of border regions.

Keywords: border trade, government regulation, border regions, international relations.

Государство развивается с учётом дальнейшей интеграции в мировую экономику. При этом специалисты государственных органов делают акцент на расширении партнёрской сети. В результате изменения объективной экономико-политической реальности многие государства были вынуждены переориентироваться на новые рынки сбыта.

К примеру, после расширения санкционных списков РФ стала активно заключать с восточными странами договоры на поставку оборудования, сельскохозяйственной продукции, медикаментов. Такое сотрудничество

предопределяется форматом международных экономических, политических и финансовых связей.

В целях успешного развития партнёрских отношений эксперты рекомендуют заключать договоры с субъектами, заинтересованными в долгосрочных отношениях. В этой связи важным является географическое расположение Российской Федерации [1, с. 135].

В исторической и практике международных экономических отношений складывается определённая тенденция трансформации союзов и альянсов. Во многом это предопределяется характером приграничной и прибрежной торговли. Эксперты, анализируя эти вопросы, приходят к выводу об усилении значимости особых режимов международной торговли.

В рамках сложившейся мировой практики формируются схемы межстранового взаимодействия. В этом отношении эксперты указывают на важность сохранения обычаев и традиций. Чтобы обеспечить эффективность межстрановых торговых отношений, представители правительственных структур прибегают к заключению двусторонних контрактов, взаимовыгодных для всех участников договоренностей. При проведении деловых встреч составляются протоколы, фиксирующие обсуждаемые вопросы [6, с. 310].

Понятие «приграничная торговля» широко распространено в научном мире. Этот термин получил широкое освещение благодаря разработанным положениям ГАТТ / ВТО (часть II и. 3 статьи II). Тезисы позволяют определиться с основными пунктами:

- интерпретацией – преференциального исключения из нормативов;
- условия режима наибольшего благоприятствования (НБН);
- торгово-экономическое партнёрство в приграничной зоне.

Приграничная и прибрежная торговля представляют собой объект для научного изучения. В этом отношении изучается особый торговый режим в рамках применения льготных налоговых преференций. При этом важно обеспечить особые инвестиционные условия, чтобы создать подходящий

формат межстрановых взаимоотношений. За счёт тарифного эквивалента создаются условия для эффективного процесса регулирования [3, с. 223].

Географическое региональное расположение может выступать важным стратегическим ресурсом, обеспечивающим эффективность приграничной торговли. Основные коммуникационные схемы проходят в зоне сухопутных государственных границ, формируются посредством морских портов.

Приграничная торговля – во многом результат договорённостей. На начальном этапе формируются партнёрские связи. В процессе заключения двусторонних или многосторонних межгосударственных соглашений обеспечивается экономическое развитие. При этом ключевым стимулирующим фактором развития приграничных регионов признаются интеграционные процессы [5, с. 318].

Приграничная торговля обладает спецификой:

- она в меньшей степени зависит от изменений в сфере мировой и внутренней экономики стран;

- она слабо реагирует на динамику мировых товарных рынков;

- она зависит от специализации производств;

- она ориентирована на рост экономики соседнего региона;

- она влияет на структурные внутренние экономические изменения.

Анализируя эти вопросы, эксперты приходят к выводу о значимости торгово-экономических процессов во внутренней экономике и торговых площадках. При этом существует статистика, которая позволяет оценить реальный объём экспортно-импортных операций в приграничной зоне. При этом специалисты отмечают:

- эффективность режима приграничной торговли;

- снижение внешнеторговых и транспортных затрат;

- снижение внешнеторговых рисков;

- упрощение процедур трансграничного перемещения грузов [13, с. 106].

Вопросы приграничной торговли активно анализируются в научном сообществе. Ряд исследователей называет эту сферу деятельности

«дополнительным каналом внешнеторговых коммуникаций». Использование этих каналов обеспечивает:

- взаимовыгодное партнёрство;
- эффективность внешнеэкономических направлений;
- активацию схем взаимодействия в приграничных районах;
- расширение торгового взаимодействия;
- обеспечение трансграничных обменов;
- развитие процессов обмена производственным и технологическим опытом;
- эффективность взаимодействия в деле формирования однородных промышленных и производственных сферах;
- развитие стимулирующих факторов диверсификации ввоза продукции;
- организацию экспортных поставок с учётом нормативных предписаний.

При этом эксперты указывают на необходимость участия во внешнеэкономической деятельности региональных торговых организаций. В частности, речь идёт о малых и средних предприятиях, что способствует расширению общей внешнеторговой сферы [4, с. 308].

Ряд исследователей рассматривают вопросы, касающиеся приграничной торговли, в разрезе использования современных трансконтинентальных транзитных коридоров. При этом активно изучаются такие аспекты как:

- режим приграничной торговли;
- пункты российского законодательства, относящиеся к этим аспектам;
- международные стандарты в деле формирования условий благоприятного внешнеторгового процесса;
- международные договорённости, касающиеся системы приграничной торговли.

Для совершенствования этой сферы деятельности следует использовать данные аналитики. В этом отношении исследуется такой показатель как доля товарооборота российской приграничной торговли (в рамках 20-25 %). При этом эксперты указывают на необходимость устранения препятствий:

- административных барьеров;

- отсутствие механизмов стимулирования;

- слабая развитость инфраструктуры;

- техническое переоборудование складских помещений;

- техническое переоборудование таможенных терминалов;

- активация специальных таможенных режимов;

- низкий уровень оснащённости свободных таможенных зон.

По оценкам экспертов, ряд приграничных российских регионов причисляются к «депрессивным» зонам. Для того чтобы использовать внешнеэкономические связи, необходимо:

- грамотно применять обстоятельства, обеспечивающие взаимодействие субъектов ВЭД;

- обеспечить координацию управленческих процессов во внешнеэкономической деятельности;

- применение на основе современных подходов производственных связей;

- применение на основе современных подходов экономических и социально-культурных связей;

- обеспечить решение административных задач за счёт действующих механизмов координации и контроля.

При решении актуальных задач необходимо обеспечить условия для соблюдения интересов регионов в рамках гарантий безопасности в приграничных зонах. Внешнеторговое партнёрство базируется на:

- схемах использования региональных ресурсов;

- применении производственных и рыночных фондов;

- совершенствовании сферы деятельности экспортно-ориентированных организаций;

- механизмах развития малого и среднего бизнеса.

Приграничная торговля – во многом результат договорённостей. На начальном этапе формируются партнёрские связи. В процессе заключения двусторонних или многосторонних межгосударственных соглашений

обеспечивается экономическое развитие. При этом ключевым стимулирующим фактором развития приграничных регионов признаются интеграционные процессы [2, с. 53].

Список литературы:

1. Гнездова, Ю. В. Современные тренды развития креативной экономики России / Ю. В. Гнездова, Т. В. Гомелько, О. П. Звягинцева [и др.]. – Курск : Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2023. – 153 с. – ISBN 978-5-907744-92-9.

2. Трофименкова, Е. В. Развитие российско-китайской электронной торговли / Е. В. Трофименкова, С. Юй, М. Ян // Ойкумена. Регионоведческие исследования. – 2021. – № 4(59). – С. 49-55. – DOI 10.24866/1998-6785/2021-4/49-55.

3. Чулкова, Г. В. Повышение устойчивости развития и конкурентоспособности региональной экономики / Г. В. Чулкова // Социально-экономические системы в условиях глобальных трансформаций: проблемы и перспективы развития : Материалы III Международной научно-практической конференции в рамках V юбилейного Московского академического экономического форума МАЭФ-2023 «Мировые тренды экономического развития: роль и место России», Нальчик, 29–30 мая 2023 года. – Нальчик : ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В. М. Кокова», 2023. – С. 222-225.

4. Яроцкая, Е. В. Перспективы развития приграничной торговли / Е. В. Яроцкая // Тенденции повышения конкурентоспособности и экспортного потенциала продукции агропромышленного комплекса : сборник материалов международной научной конференции, Смоленск, 17 ноября 2021 года. – Т. 2. – Смоленск : ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2021. – С. 303-307.

5. Яроцкая, Е. В. Роль и место России на мировом товарном рынке / Е. В. Яроцкая // Тенденции повышения конкурентоспособности и экспортного потенциала продукции агропромышленного комплекса : Сборник материалов международной научной конференции, Смоленск, 17 ноября 2021 года. – Т. 2. – Смоленск : ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2021. – С. 316-322.

6. Яроцкая, Е. В. Проблемы осуществления приграничной торговли в России / Е. В. Яроцкая // Тенденции повышения конкурентоспособности и экспортного потенциала продукции агропромышленного комплекса : Сборник материалов международной научной конференции, Смоленск, 17 ноября 2021 года. – Т. 2. – Смоленск : ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2021. – С. 308-315.

СОДЕРЖАНИЕ

ВЫСТУПЛЕНИЯ		
1.	**Глодных Н. М.** Правовое регулирование российской торговли.	**3**
2.	**Захарова С. В.** Приоритеты развития внешней торговли России и Африки.	**9**
3.	**Пономарев А. А.** Актуальные направления развития системы государственных закупок в цифровой среде.	**15**
4.	**Панасенко С. В.** Креативные индустрии в цифровой экономике.	**19**
5.	**Кумарбекова З.** Внутренние коммуникации в компании.	**26**
6.	**Барабанова А. В.** О внесении изменений и дополнений в нормативные документы на чай.	**30**
7.	**Рязанов И. В., Женина Л. В.** Формирование духовно-нравственных ценностей современной молодёжи в условиях цифровизации общества.	**34**
МАТЕРИАЛЫ СЕКЦИЙ И КРУГЛЫХ СТОЛОВ		
1.	**Агеева О. И., Серебряков И. В.** Методы оценки конкурентных преимуществ коммерческих организаций.	**40**
2.	**Агеева О. И., Калабин Н. В.** Популяризация науки в России: формы и тенденции развития.	**46**
3.	**Азимова Ф. М.** Пути совершенствования использования цифровых технологий в анализе предпринимательской деятельности в области сельского хозяйства.	**54**
4.	**Андреева О. С.** Условия формирования туристско-рекреационного комплекса сельских территорий.	**59**
5.	**Арзуманян С. Ю.** Теоретические основы использования цифровых технологий.	**62**
6.	**Балхов Д. Э.** Некоторые аспекты устойчивого социально-экономического развития горных регионов Республики Таджикистан.	**66**
7.	**Башарова И. К.** Тенденции развития водоснабжения города Перми.	**71**
8.	**Брылов А. Ю.** Условия государственного управления рынком жилищно-коммунальных услуг в России.	**76**
9.	**Булатова Е. И.** К вопросу о совершенствовании экспертизы мебели.	**80**
10.	**Вовк А. М.** Нейрографика как метод повышения мотивации сотрудников.	**86**
11.	**Воронина Э. В., Жданкова С. А.** Исследование потребительских предпочтений и состава тонизирующих напитков.	**92**
12.	**Воронина Э. В., Малиновская А. А.** Исследование ассортимента сырков творожных глазированных в розничном торговом предприятии.	**99**
13.	**Воронина Э. В., Мясникова А. Е.** Современное состояние аквакультуры в России: проблемы и перспективы.	**103**
14.	**Воронина Э. В.** Шринкфляция как способ введения в заблуждение потребителей.	**109**

15.	**Галкина Л. С., Тарутин А. В.** Высшая школа и креативные индустрии: взаимное влияние.	**116**
16.	**Галкина Л. С., Тарутин А. В.** Цифровая трансформация высшего образования: проблемы и перспективы.	**120**
17.	**Гварлиани Т. Е., Януров Н. А.** Результативность реализации программы развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края.	**124**
18.	**Гончаров А. И., Гончарова М. В., Орлова А. А.** Цифровые финансовые активы как инновационные финансовые инструменты.	**132**
19.	**Гордеев А. Е., Гордеев Е. А.** Перспективы развития сетевой экономики в условиях цифровой трансформации.	**138**
20.	**Деменева Ю. А.** Предприниматели и торговля на маркетплейсах.	**146**
21.	**Долгополов Е. М., Яковлев В. Н.** Проблемы и направления повышения конкурентоспособности предприятий лёгкой промышленности.	**150**
22.	**Дьяконов А. В.** Тенденции развития рынка риелторских услуг на рынке недвижимости курортных территорий, на примере города-курорта Сочи.	**157**
23.	**Еникеева А. Г.** Развитие цифровой креативной экономики в Республике Узбекистан.	**164**
24.	**Ермакова Т. А., Калякин В. С.** Автоматизация обработки экспертиз для решения задач управления.	**170**
25.	**Жданкова И. В.** Н. А. Бердяев и П. А. Флоренский о процессе становления человека в культуре.	**176**
26.	**Жужгов И. А.** Влияние этнического гастрономического туризма на сохранение национальной культуры и самобытности народов.	**182**
27.	**Загумённов Ю. Л.** Приоритеты в подготовке кадров для цифровой экономики.	**188**
28.	**Зубков М. Э., Жахов Н. В.** Влияние актуальных трендов современного предпринимательства на региональное экономическое развитие: факторы и перспективы.	**194**
29.	**Иванова В. В., Ковалева Е. Н.** Применение кабинетных методов маркетинговых исследований для оценки конкурентоспособности сетевой торговой организации	**199**
30.	**Ильин Р. В.** Программное обеспечение туристического комплекса.	**205**
31.	**Кабулов А. А.** Потребительский рынок регионов Республики Узбекистан в условиях цифровизации.	**210**
32.	**Карабаева Г. Ш.** Повышение финансовой грамотности в стратегическом развитии.	**216**
33.	**Киреева М. М.** Разработка проектного решения развития туристской аттрактивности города.	**220**
34.	**Кожушкина И. В.** Санаторно-курортный комплекс как объект государственного управления.	**224**

35.	**Колодяжная А. Ю.** Социальное предпринимательство как современная форма ведения бизнеса: зарубежный опыт и его адаптация к российским реалиям.	**227**
36.	**Коретко Е. Э.** Состояние и перспективы развития подготовки бухгалтеров для современной экономики.	**233**
37.	**Кошель В. А., Пинигина С. П.** Личный бренд руководителя в PR-продвижении компаний в сфере креативных индустрий.	**240**
38.	**Кучин С. Д.** Условия результативности применения механизма стратегического планирования.	**245**
39.	**Лёшина М. А.** Тенденции развития предпринимательства в условиях цифровизации.	**251**
40.	**Лунёва М. Н., Фролова Н. В.** Анализ рейтинга ESG российских компаний.	**256**
41.	**Лядова И. И.** Инновации в розничной торговле.	**261**
42.	**Мазунина Т. А.** Идентификация парфюмерной продукции низкого ценового сегмента.	**265**
43.	**Маркушина А. А., Парий М. А.** Безработица в России: выявление её основной тенденции развития.	**271**
44.	**Мустафаев Р. К.** Использование икт в вузах для повышения качества высшего образования.	**277**
45.	**Нагоева Т. А.** Инструменты управления финансами малого предприятия.	**283**
46.	**Некрасов К. В., Волков В. И., Набоков В. И.** Внедрение инноваций – важный фактор развития села.	**291**
47.	**Оборин М. С.** Актуальные тренды развития предпринимательства в туристско-рекреационной сфере.	**299**
48.	**Панасенко С. В., Панасенко Н. А.** Пути развития дизайна как отрасли креативных индустрий.	**304**
49.	**Панасенко С. В., Петровская Ф. Р., Хисяметдинова Э. Ш.** Инновации в современной торговле: междисциплинарный подход как ключ к формированию опыта самоорганизации обучающихся в системе среднего профессионального образования.	**309**
50.	**Парвонаева Х. З.** Тенденции развития инновационно-информационной инфраструктуры в учреждениях высшего профессионального образования Республики Таджикистан.	**314**
51.	**Половян А. В., Синицына К. И.** Прогнозирование цен на продовольственные товары на примере Донецкой Народной Республики.	**319**
52.	**Самойлов А. Н., Мухачёв А. А.** Теоретические аспекты развития корпоративной культуры организации.	**323**
53.	**Саттарова Б. Ш.** Приоритетные направления развития зелёной экономики и устойчивого предпринимательства в Узбекистане.	**329**
54.	**Семенов В. С.** Некоторые тенденции государственного управления развитием рынка строительных услуг РФ.	**335**

55.	**Семенова М. А.** Применение процессного подхода к оптимизации оказания лечебно-оздоровительных услуг.	**340**
56.	**Силин А. В.** О формировании ключевых показателей эффективности KPI для процессов оказания услуг.	**344**
57.	**Симанова И. М.** Сравнительная оценка потребительских свойств освежителей воздуха.	**349**
58.	**Соловьева О. А.** Влияние экологической ситуации на экономику Пермского края.	**356**
59.	**Табаторович А. Н., Степанова Е. Н.** Сравнительная оценка качества пива светлого пастеризованного.	**359**
60.	**Талипова Н. Т.** Основные меры по поддержке малого и среднего бизнеса в Республике Узбекистан.	**365**
61.	**Терентьев А. И.** Субъекты рынка образовательных услуг.	**371**
62.	**Толпышев Г. В.** Проблемы оценки качества отечественных товаров в условиях импортозамещения.	**377**
63.	**Трубина И. В.** Образовательные услуги вузов: цифровой аспект.	**381**
64.	**Чернобровкина О. В., Ворожцова Г. Н.** Выбор формата розничной торговли для открытия бизнеса.	**386**
65.	**Шардина К. А.** Подготовка кадров для цифровой экономики: роль и задачи системы дополнительного образования.	**391**
66.	**Шерешева М. Ю., Алиева А. М.** Роль технологий дополненной реальности в электронной торговле.	**396**
67.	**Ширинкин К. В.** Особенности подхода к оценке рынка консалтинговых услуг.	**402**
68.	**Шушарин В. Ф., Вышенский М. Ю.** Научно-технический прогресс и его значение в развитии международной торговли.	**406**
69.	**Яроцкая Е. В.** Приграничная торговля России как особый режим осуществления внешнеторговой деятельности.	**414**

Научное издание

«Современная торговля: теория, практика, инновации»

Сборник статей
XI Всероссийской (с международным участием)
научно-практической конференции, посвященной 60-летию учебного заведения.
21 октября - 31 октября 2024 г

г. Пермь

Компьютерная вёрстка – Горбунова Л. А.

Пермский институт (филиал) РЭУ имени Г. В. Плеханова
г. Пермь, бульвар Гагарина, 57, http://rea.perm.ru