



ISSN: 2664-7362

Донецкие чтения 2022:

образование, наука,
инновации, культура
и вызовы современности



МАТЕРИАЛЫ VII Международной
научной конференции,
посвящённой 85-летию
Донецкого национального университета

Том 5

Экономические науки.
Часть 2



Уважаемые коллеги! Дорогие друзья!

Проводимая сегодня традиционная VII Международная научно-практическая конференция «Донецкие чтения-2022: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» отличается от всех предыдущих. Это первая конференция, которая проводится Донецким национальным университетом в новых исторических условиях, когда Донецкая народная Республика стала частью Российской Федерации, воссоединившись со своей исторической Родиной.

Это свершившееся историческое событие, к которому были обращены все наши помыслы и мечты, вошло в нашу жизнь стремительно и основательно. Стало поворотным историческим итогом нашей общей борьбы за восстановление исторической справедливости и консолидации русских людей.

Произошедшие события оказали свое решающее влияние на укрепление сотрудничества ДонНУ с вузами Русского мира и нашими отечественными университетами из Российской Федерации, принявшей Республику после долгой разлуки в свой состав, придали взаимодействию новый импульс, наполнили его новым содержанием, что позитивно сказалось на научном, образовательном, информационном и методическом уровне конференции. Возрос интерес к традиционно проводимым Донецким чтениям, увеличилось число участников конференции, расширилась тематика научных исследований, более углубленным стал подход исследователей к изучению актуальных проблем в различных отраслях науки. Одновременно усилилось внимание к вопросам применения теоретических знаний в практическую деятельность. Сборник трудов конференции издан в 10 томах, включающим 15 книг. Свои доклады и научные статьи на конференцию, выполненные на основании фундаментальных и прикладных исследований в области наиболее важных проблем естественно-математических, технических и социально-гуманитарных наук, были направлены ДонНУ многими известными специалистами и молодыми учеными Российской Федерации, дальнего и ближнего зарубежья.

Все эти научные исследования представляют значительный научный интерес. Они проанализированы и систематизированы, вошли в публикуемый научный сборник конференции.

Отмечу, что проведение традиционной научной конференции одновременно первой в составе России будет способствовать решению новых задач, которые стоят перед фундаментальной и прикладной наукой Российской Федерации и академическим сообществом Донецкой Народной Республики.

**С наилучшими пожеланиями, ректор Донецкого национального университета, доктор физико-математических наук, профессор
Светлана Владимировна Беспалова**

Министерство образования и науки
Донецкой Народной Республики
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет»
Русский Центр

**VII Международная
научная конференция,
посвящённая 85-летию
Донецкого национального университета**

Материалы
конференции

Том 5

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

Часть 2

**Донецкие чтения
2022:
образование, наука,
инновации, культура
и вызовы
современности**

г. Донецк
27–28 октября 2022 г.

Донецк
Издательство ДонНУ
2022

ББК У.я431
УДК 33(043.2)
Д672

Редакционная коллегия:

С.В. Беспалова (гл. ред.), В.И. Сторожев (зам. гл. ред),
М.В. Фоменко (отв. секр.), В.А. Дубровина, Ю.Н. Полшков,
Т.В. Ибрагимхалилова, О.Л. Некрасова, А.А. Кужелева (отв. секр. секции),
Н.В. Алексеенко, А.Н. Химченко (отв. секр. секции), П.В. Егоров,
Л.И. Дмитриченко, В.Н. Сердюк, О.Н. Головинов, Т.О. Загорная,
Н.А. Юрина, Е.И. Карпова, Н.В. Пискунова, И.Г. Павловская,
О.В. Снегин, М.А. Кухенная

Д672 Донецкие чтения 2022: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы VII Международной научной конференции, посвящённой 85-летию Донецкого национального университета (Донецк, 27–28 октября 2022 г.). – *Том 5: Экономические науки. Часть 2* / под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2022. – 430 с.

Ответственность за содержание материалов, аутентичность цитат, правильность фактов и ссылок несут авторы.

Во вторую часть пятого тома материалов VII Международной научной конференции «Донецкие чтения 2022: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» вошли исследования по актуальным проблемам экономических наук. Рассматриваются вопросы маркетинга и логистики, международного бизнеса и делового администрирования, а также финансово-экономические и учётно-аналитические механизмы развития социально-экономических систем.

Освещённые в сборнике проблемы и направления их решения будут полезны студентам и аспирантам, преподавателям, специалистам-практикам, проводящим исследования в сфере экономики.

ББК У.я431
УДК 33(043.2)

© Коллектив авторов, 2022

© Донецкий национальный университет, 2022

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

Председатель:

Беспалова С.В., д-р физ.-мат. наук, профессор, ректор Донецкого национального университета (г. Донецк).

Заместитель председателя:

Бабурин С.Н., д-р юрид. наук, профессор, главный научный сотрудник Института государства и права РАН, Президент Международной славянской академии наук, образования, искусств и культуры, Президент Ассоциации юридических вузов (г. Москва).

Члены программного комитета:

Аваков С.Ю., д-р экон. наук, профессор, ректор Таганрогского института управления и экономики (г. Таганрог).

Андреев Д.А., д-р ист. наук, доцент, заместитель декана по научной работе исторического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Аноприенко А.Я., канд. техн. наук, профессор, ректор Донецкого национального технического университета (г. Донецк).

Болнокин В.Е., д-р техн. наук, профессор, гл. науч. сотр., руководитель Центра подготовки научных кадров ФГБУН «Институт машиноведения им. А.А. Благонравова» (г. Москва).

Вартанова Е.Л., д-р филол. наук, академик РАО, декан факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Воронова О.Е., д-р филол. наук, профессор, профессор кафедры журналистики, руководитель Есенинского научного центра Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина, член Общественной палаты Российской Федерации, член Союза писателей и Союза журналистов России (г. Рязань).

Евстигнеев М.П., д-р физ.-мат. наук, профессор, проректор по научной и инновационной деятельности Севастопольского государственного университета (г. Севастополь).

Зайченко Н.М., д-р техн. наук, профессор, ректор Донбасской национальной академии строительства и архитектуры (г. Макеевка).

Зинченко Ю.П., д-р психол. наук, профессор, академик РАО, декан факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Кирпичников М.П., д-р биол. наук, профессор, академик РАН, декан биологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Кишкань Р.В., председатель Государственного комитета по экологической политике и природным ресурсам при Главе Донецкой Народной Республики (г. Донецк).

Кожухов И.Б., д-р физ.-мат. наук, профессор, профессор кафедры высшей математики НИУ «Московский институт электронной техники» (г. Москва).

Лингарт А.А., д-р филол. наук, профессор, декан филологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Лубков А.В., д-р ист. наук, профессор, академик РАО, ректор Московского педагогического государственного университета (г. Москва).

Некипелов А.Д., д-р экон. наук, профессор, академик РАН, директор Московской школы экономики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Нечаев В.Д., д-р полит. наук, доцент, ректор Севастопольского государственного университета (г. Севастополь).

Осмоловский А.А., канд. биол. наук, доцент, заместитель декана по академической политике и развитию интернационализации биологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Полищук В.С., д-р техн. наук, директор ГУ «Научно-исследовательский институт «Реактивэлектрон» (г. Донецк).

Половян А.В., д-р экон. наук, доцент, Министр экономического развития Донецкой Народной Республики, и.о. зав. кафедрой менеджмента Донецкого национального университета (г. Донецк).

Приходько С.А., канд. биол. наук, ст. науч. сотр., директор ГУ «Донецкий ботанический сад» (г. Донецк).

Разумова Т.О., д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики труда и персонала Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Решидова И.Ю., канд. физ.-мат. наук, ст. науч. сотр., директор ГУ «Донецкий физико-технический институт им. А.А. Галкина» (г. Донецк).

Рябичев В.Д., д-р техн. наук, профессор, ректор Луганского государственного университета имени Владимира Даля (г. Луганск).

Савоськин М.В., канд. хим. наук, ст. науч. сотр., директор ГУ «Институт физико-органической химии и углехимии им. Л.М. Литвиненко» (г. Донецк).

Соболев В.И., д-р биол. наук, профессор кафедры здоровья и реабилитации Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского (г. Ялта).

Сторожев В.И., д-р техн. наук, профессор, проректор Донецкого национального университета (г. Донецк).

Судаков С.Н., д-р физ.-мат. наук, ст. науч. сотр., и.о. директора ГУ «Институт прикладной математики и механики» (г. Донецк).

Тедеев В.Б., канд. техн. наук, профессор, ректор Юго-Осетинского государственного университета имени А.А. Тибилова (г. Цхинвал).

Третьяков В.Т., профессор, декан Высшей школы телевидения Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва).

Туралина Н.А., д-р филол. наук, профессор, зав. кафедрой библиотечно-информационной деятельности Белгородского государственного института искусств и культуры (г. Белгород).

Шемякина Н.В., канд. экон. наук, доцент, директор ГБУ «Институт экономических исследований» (г. Донецк).

Маркетинг и логистика

УДК 656.078

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Бауэр А.В.

ГБОУ ВО «Донецкий институт железнодорожного транспорта», г. Донецк, РФ
zytjyf@mail.ru

Введение. Железнодорожный транспорт является неотъемлемой частью транспортной системы Донецкой Народной Республики. Энергоемкая и металлоемкая отрасль со множеством подсистем, какой является железнодорожный транспорт, в своем развитии должна ориентироваться, прежде всего, на информационные технологии, инновационные решения, прогрессивные ресурсы, разработки в сфере цифровых коммуникаций. Для определения перспектив дальнейшего развития региональной железной дороги наиболее целесообразно обратить внимание на железнодорожную отрасль Российской Федерации. Одним из крупнейших лидеров в сфере мировой транспортной системы является железнодорожный холдинг «Российские железные дороги», инновационные разработки которого направлены на достижение общекорпоративных целей и задач компании, в том числе за счет внедрения информационных технологий и автоматизированных систем.

Основная часть. Учитывая, что на рынке транспортных услуг железнодорожный транспорт не является монополистом и вынужден выдерживать конкуренцию со стороны автомобильного и частично трубопроводного и водных видов транспорта, одним из наиболее реальных конкурентных преимуществ в области его развития является внедрение ИТ-технологий и цифровых коммуникаций во все подсистемы и виды деятельности. Это подтверждается «Стратегией научно-технологического развития холдинга «РЖД» на период до 2025 года и на перспективу до 2030 года (Белая книга)» [1], где указано, что одним из направлений усиления конкуренции на рынке транспортных услуг для железнодорожного транспорта является необходимость создания и развития интегрированной информационно-управляющей системы в области взаимоотношений с потребителями услуг. При этом транспортная система функционирует таким образом, что, не смотря на конкуренцию, не менее важно обеспечивать взаимодействие между ее субъектами с целью предоставления транспортным комплексом максимально качественных услуг. В таблице 1 приведены наличные ИТ-разработки, применяемые на

железнодорожном транспорте в рамках холдинга «РЖД» согласно Стратегии [1], с обозначением возможностей взаимодействия с другими субъектами транспортной системы.

Таблица 1

Направления в сфере разработки ИТ на железнодорожном транспорте

Направления в сфере разработки информационных технологий на железнодорожном транспорте согласно [1]	Уровень информационной реализации на железнодорожном транспорте и взаимосвязь с субъектами других видов транспорта
1	2
решения, обеспечивающие поддержку услуги пассажирам в режиме реального времени в любом месте, в любое время, с учетом нескольких видов транспорта, включая планирование маршрута, покупку единых билетов и бронирование, сопровождение по маршруту, оказание дополнительных услуг	АСУ «Экспресс-3». В системе отражается вся динамика пассажирских перевозок и изменения пассажиропотоков. Однако отсутствует информационно-логистическая подсистема, обеспечивающая взаимодействие со смежными видами пассажирского транспорта (в т. ч. с городским и пригородными видами транспорта)
единые коммуникационные и навигационные платформы для организации мультимодальных грузовых перевозок	АСУ на базе Центров фирменного транспортного обслуживания. Ориентированы на обеспечение логистики и технологических процессов в сфере ж/д транспорта
широкая линейка логистических приложений для реализации логистических услуг по выбору клиента, включая уровень 4PL и выше	На железнодорожном транспорте отсутствуют системы, позволяющие реализовать транспортно-логистические услуги на уровне 4PL при организации смешанных перевозок (уровень обслуживания 4PL можно назвать принципом работы в «одно окно»: одной фирмой принимается весь пакет услуг)
интеллектуальные и гибкие системы управления транспортом, работающие на оптимизацию архитектуры и операционных систем железнодорожной сети на уровне маршрута и отдельного поезда	ГИД Урал ВНИИЖТ. Основными функциями АС «ГИД Урал ВНИИЖТ» являются: график исполненного движения; вариантные графики с «окнами»; оперативное планирование пропуска поездов; поездное положение; табло диспетчерского контроля; дислокация и состояние локомотивов; элементы анализа работы локомотивов и локомотивных бригад; учет местной работы; предупреждения на поезда; оперативный анализ поездной работы; взаимодействие с системами АСОУП, АСУСС. Предназначена только для работы в сфере ж/д транспорта

1	2
приложения для взаимосвязи и обмена информацией с обязательной защитой обмена на основе доверенного сертифицированного отечественного программного обеспечения для интеллектуальных транспортных систем	Системы принятия решений ERP, системы имитационного и ситуационного моделирования. АС «ИСТРА» ориентирована на исследование и оптимизацию объектов транспорта во взаимодействии с производством. Полагается, что система позволяет строить модели основных видов транспорта, хотя структура понятий и алгоритмов более ориентирована на ж/д транспорт
сквозные цифровые технологии управления эффективностью, безопасностью и надежностью грузовых и пассажирских перевозок	Подпрограмма развития «Интеграция и унификация автоматизированных систем управления» в рамках АСУ «РЖД» ИСУЖТ – единая интеллектуальная система управления и автоматизации производственных процессов на ж/д транспорте. Автоматизирует сквозные процессы для дирекций управления движением, тяги, инфраструктуры и ЦФТО

Как видно из таблицы, в основном все ИТ-разработки ориентированы на взаимодействие с клиентами и функционирование в сфере собственно железнодорожного транспорта. Необходима разработка и внедрение универсальной информационно-логистической системы управления транспортной системой региона, которая позволит железнодорожному транспорту взаимодействовать как с клиентами, так и с представителями смежных видов транспорта. Однако, в первую очередь, для Донецкой железной дороги необходимо развивать отраслевые информационные технологии с целью интеграции в железнодорожную сеть Российской Федерации.

Заключение. Развитие информационных и цифровых технологий в транспортной отрасли, в частности, на железнодорожном транспорте, позволит более четко координировать работу, повысить производительность и улучшить качественные и количественные показатели работы как железных дорог, так и транспортной системы в целом. Внедрение таких технологий гарантирует несомненное повышение качества обслуживания потребителей транспортных услуг.

Список литературы

1. ОАО «Российские железные дороги». Распоряжение от 17.04.2018 года № 769/р «Об утверждении Стратегии научно-технологического развития холдинга «РЖД» на период до 2025 года и на перспективу до 2030 года (Белая книга)». – Текст: электронный. – URL: http://cipi.samgtu.ru/sites/cipi.samgtu.ru/files/belaya_kniga.pdf. – Загл. с экрана.

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Белоусов А.В.¹, д-р экон. наук, проф.,

Паршин Н.М.², д-р экон. наук, проф.

¹ФГБОУ ВО «Воронежский государственный педагогический университет»,
г. Воронеж, РФ

²АО Концерн «Созвездие», г. Воронеж, РФ
andrew-655@yandex.ru, nmparshin@yandex.ru

Введение. На территории воронежского индустриального парка Перспектива вступает в завершающую фазу создание промышленно-выставочного комплекса, площадью 12 тысяч квадратных метров. Индустриальный парк «Перспектива» расположен в 12 км от Воронежа. По словам владельца индустриального парка, воронежского предпринимателя Виктора Енина, проект ЕХРО Perspektiva предназначен в первую очередь для малого и среднего бизнеса Воронежской области и призван стать визитной карточкой промышленного потенциала региона.

Основная часть. По информации пресс-службы ИП Перспектива, в строительстве использованы только частные средства. Целевой аудиторией заявлены субъекты малого и среднего предпринимательства. Экспоцентр, в соответствии с заявленными планами, будет включать постоянную экспозицию с краткой информацией о коммерческих компаниях, туристических местах и маршрутах, объектах культуры и образования, а также выставочную зону, где будут проводиться временные специализированные выставки, а также площадку для проведения деловых мероприятий.

Такой мощный инструмент маркетинга как выставки и ярмарки придуман не в наше время. Считается, что первое упоминание о ярмарке встречается в Евангелии от Луки. Сегодняшние выставки существенно отличаются от своих предшественников из библейских времен и по представленным товарам и по региональной специфике. Еще в XIX- начале XX столетия в России существовало несколько известных выставочных площадок, такие как Нижегородская, Макарьевская, Ирбитская, Коренская, Тербунская, Сорочинская и другие [1].

Очевидно, что развитие столицы Черноземья, важно сопровождать созданием соответствующего целям развития имиджа. Создание соответствующей инфраструктуры для развития бизнес-контактов, где будет продвигаться продукция местных предприятий и проводиться разнообразные деловые мероприятия.

В феврале 1996 года в атриуме Воронежского государственного аграрного университета открылась выставка «Агробизнес-каталог-шоу-96». Событие произошло в том же зале, где еще в довоенные годы была развернута экспозиция сельскохозяйственной техники. По результатам пробной выставки была начата многоплановая работа по созданию в аграрном университете первого в России экспоцентра, созданного при учебном заведении. Появилось осознание необходимости создания в аграрном университете постоянно действующей инновационной структуры, способной сделать вуз более конкурентоспособным на рынке образования.

Одной из главных задач выставочного центра, получившего название «Экспоцентр Агробизнес Черноземья» [5], являлась подготовка высококвалифицированных кадров для экономики России и повышение уровня квалификации преподавателей и специалистов АПК. Идея о том, что выставка – это своеобразная университетская аудитория, в которой студенты изучают новые технологии, оборудование и технику, учатся на них работать, а преподаватели приобретают знания и опыт, необходимый для повышения их квалификации и совершенствования процесса обучения.

Для привлечения в университет современной техники и технологий за счет средств бизнес-структур (вузы и тогда, и сейчас в значительной степени недофинансированы) требовался современный мотивирующий фактор, которым и стал экспоцентр, начавший свою работу в октябре 1996 года.

Было очевидно, что производители современной техники, оборудования, разработчики конкурентоспособной продукции и технологий для аграрного сектора региона могли прийти в университет, исключительно, при условии продвижения их бизнес-интересов. Другой важной функцией экспоцентра является стимулирование создания новых технологий, производств товаров и услуг, необходимых региону. Вся выставочная деятельность была направлена на то, чтобы сделать нашу региональную экономику конкурентоспособной, создавать рабочие места, повышать производительность труда на предприятиях

Известно, что в рыночной экономике все начинается с места, где встречаются продавцы и покупатели новых идей, товаров и услуг. Отсюда, где предложение рождает спрос, начинается поступательное движение вперед, к более высокой производительности труда и, как следствие, к более высокому качеству жизни людей.

Известно так же, что такими местами, где это происходит, являются выставочные и ярмарочные площадки, деловые форумы, научные центры, конференции, университеты.

По инициативе профессора Белоусова В.И., при поддержке ректора аграрного университета, профессора Шевченко В.Е. (руководил ВГАУ в период с 1985 по 2005 годы), было принято решение развиваться в этом

направлении. Была поставлена задача по созданию крупного регионального выставочного центра. Впервые в современной России, экспоцентр создавался на базе университета, без какой-либо поддержки региональных властей, время от времени генерировавших «идеи» создания выставочной площадки «где-то поближе к центру города» [3, 6]. Изначально финансирование работы по созданию экспоцентра Агробизнес Черноземья, глобальной реконструкции недостроенного и заброшенного ангара, площадью 3600 кв. метров осуществлялось исключительно на средства Учебного центра агробизнеса.

За двадцатипятилетнюю историю в экспоцентре «Агробизнес Черноземья» проведено около 200 отраслевых выставок. Некоторые, такие как «Агротехмаш», «ВоронежАГРО» стали ежегодными. Другие: «Современное хлебопечение», «Пивной сезон», «Воронежская усадьба, дача, сад, огород», «Продмаш», «Воронежский автосалон», «Строительство, благоустройство, энергоснабжение», «Мясомолочная индустрия», «Зоотехния, ветеринария», консалтинг, аудит, бизнесобразование, карьера», «Высокие технологии в экологии», «Склад, магазин, ресторан» проводились несколько лет подряд.

В результате работы коллектива университетского экспоцентра у студентов появилась возможность изучать современную технику не по каталогам и рекламным буклетам, а так, как это должно быть – на реальном оборудовании в металле. Были открыты:

постоянная экспозиция сельскохозяйственной техники, хлебопекарного и перерабатывающего оборудования (компании Восход (Саратов));

завод Прибой (Таганрог), Сызрансельмаш (Сызрань);

Лебедянский завод строительно-отделочных машин (Липецкая обл.);

НПФ Теко (Миасс), НПО Экструдер (Харьков);

46 предприятий Воронежа и области;

учебная лаборатория компании Термопак (Москва).

Регулярно экспонировали свои достижения подразделения агроуниверситета:

лаборатория биотехнологии ВГАУ;

опытная станция ВГАУ;

факультеты;

лаборатории.

В числе посетителей выставок были представители деловых кругов из большинства российских регионов и многих зарубежных государств. Стоит отметить, что почти все губернаторы Воронежской области почтили своим вниманием университетский экспоцентр [2].

Следуя примеру Воронежского агроуниверситета, были созданы выставочные подразделения и построены «с нуля» выставочные павильоны в Орловском и Белгородском аграрных вузах. Однако

выставочная деятельность коллег не получила существенного развития, несмотря на значительную моральную и финансовую поддержку местных властей.

Заключение. Важной особенностью экспоцентра «Агробизнес Черноземья» являлась его самокупаемость, на которую удалось выйти через два года после начала активной работы. Вплоть до начала административных ограничений, связанных с covid-19 экспоцентр оставался источником поступления внебюджетных средств для агроуниверситета.

Следует отметить, что на возможность для экспоцентра «Агробизнес Черноземья» стать конкурентоспособным среди выставочных организаций России, повлияла квалификация и целеустремленность его сотрудников, специалистов, пришедших в университетский экспоцентр из разных отраслей [1].

В 2012 году, по оценке независимого консалтингового агентства Самброс Консалтинг, экспоцентр «Агробизнес Черноземья» вошел в десятку региональных выставочных площадок.

Список литературы

1. Белоусов, А.В. Организация выставочной деятельности университета в контексте его инновационного развития / А.В. Белоусов // Регион: системы, экономика, управление. – 2021. – № 3 (54). – С. 97-104.
2. Белоусов, В.И. Антология модернизации экономик: от адаптивной к конструктивной / В.И. Белоусов, А.В. Белоусов, Е.П. Шаталов. – Saarbrücken. – 2012. – 516 с.
3. Всемирная торговая организация: общегосударственные и региональные проблемы, пути решения / В.И. Белоусов, А.В. Белоусов, А.М. Кулешов и др. – Воронеж: Истоки, 2005. – 324 с.
4. Паршин, Н.М. Экономическая устойчивость образовательного учреждения высшего профессионального образования России / Н.М. Паршин // Современные проблемы социально-экономического развития отраслей рыночной экономики: Сборник научных трудов. – Воронеж: Кварта, 2003. – Часть 1. – С. 67-71.
5. Паршин, Н.М. Инновационное развитие Воронежской области: Проблемы и пути их решения / Н.М. Паршин, А.И. Хорев, Ю.М. Соколинская // Вестник ВГУИТ. – 2021. – №3. – С. 281-288.
6. Шевченко, В.Е. Университетский комплекс: инновационный проект / В.Е. Шевченко, В.И. Белоусов, А.В. Белоусов // Высшее образование в России. – 2003. – № 6. – С. 61-64.

ЭТИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

Беспятая М.Н., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
marinad-28@mail.ru

Введение. Нейромаркетинг изучает мозг человека с целью прогнозирования поведения потребителей и процесса принятия решений. Согласно T.Z. Ramsøy, измерение реакций мозга может позволить лучше понять, почему бренды повышают ценность своих продуктов, роль эмоциональной вовлеченности в рекламе, как цена влияет на восприятие продукта, причинно-следственные механизмы, лежащие в основе ценностного выбора потребителей, и как эмоции влияют на восприятие продукта [1]. Нейромаркетингом называют измерение физиологических и нейронных сигналов для получения информации о мотивации, предпочтениях и решениях потребителей [2]. Такая информация ценна для маркетологов, поскольку она может помочь в создании рекламы, разработке продукта, ценообразовании и других маркетинговых коммуникациях, настроенных в соответствии с предпочтениями клиентов. Однако, маркетологи сталкиваются с моральными и этическими последствиями применения нейромаркетинга.

Целью исследования является исследование этических и моральных последствий применения нейромаркетинга.

Основная часть. Согласно фундаментальным исследованиям, проведенным в области неврологии, изменения вкуса продукта, вызванные брендом, связаны с повышенной активацией системы памяти мозга. Такие исследования также предполагают, что бренды придают ценность продуктам за счет автоматического ассоциативного распространения мыслей, связанного с памятью. Одним из примеров является эффект приветствия, который обычно случается с известными брендами: клиент с большей вероятностью предположит, что продукт от крупного бренда лучше, чем продукт от недавно созданного или не пользующегося репутацией бренда. Кроме того, выбор покупателя связан с ранней эмоциональной оценкой продукта, которая оказывает значительное влияние на сознательный выбор. Другой пример взят из исследования, проведенного в 2004 г. в Университете Эмори, где исследователь подавал испытуемым Coca-Cola и Pepsi в аппарате магнитно-резонансной томографии (МРТ). Когда напитки не были идентифицированы, исследователь заметил последовательную нейтральную реакцию, однако, когда испытуемые могли видеть бренды, их лимбические структуры (мозг,

связанный с эмоциями, воспоминаниями и бессознательной обработкой) показали, что при обнаружении, какой это бренд, испытуемые проявляли повышенную активность, которая демонстрирует, что их знания о бренде изменились как мозг воспринимает напиток. МРТ показывает подробные эмоциональные реакции потребителей, уровень вовлеченности и отзывчивости, в то время как электроэнцефалография показывает уровень вовлеченности и отзывчивости.

Хотя научные подходы и инструменты нейромаркетинга полезны для маркетологов, существуют определенные моральные и этические последствия, с которыми приходится сталкиваться маркетологам и организациям. Некоторые люди поддерживают использование нейробиологии в маркетинге, тем не менее, другие утверждали, что инструменты и методы нейромаркетинга вводят «кнопку покупки» в мозг потребителей и, как правило, влияют на их решения о покупке. Моральные и этические последствия следует понимать в первую очередь с точки зрения потребителей.

Нейромаркетинг может обеспечить беспрецедентный уровень манипуляций со стороны компаний посредством их маркетинговой деятельности. Эта критика основана на идее о том, что потребители могут подвергаться несправедливому влиянию с помощью специфических стимулов, соответствующие специфическим физиологическим реакциям, которые могут быть выявлены в исследованиях, основанных на нейромаркетинге.

Моральные и этические последствия были направлены на риски, связанные с причинением вреда и нарушением прав человека. Некоторые из наиболее часто выявляемых этических проблем включают вторжение в частную жизнь и возможность контроля над сознанием, которые включают автономию потребителей. Однако основные опасения включают в себя тот факт, что маркетологи могут предсказывать поведение потребителей, и боязнь повлиять на их поведение с целью получения прибыли. Это может привести к тому, что организации будут прогнозировать выбор потребителями своих продуктов, что в конечном итоге приведет к тому, что потребители будут восприниматься как роботы, лишенные свободы и человеческого достоинства. Таким образом, организации и маркетологи сталкиваются с этическими дилеммами.

Согласно I. Shaw, в нормативной теории этики существуют две точки зрения, которая является деонтологической точкой зрения, где действия основаны на обязательстве или моральном долге делать то, что считается морально правильным при достижении конкретного результата [3]. С другой стороны, телеологическая перспектива, в которой последствия действия являются основой для определения правильности и неправильности действия. Деонтологическая перспектива в контексте этической дилеммы возникает в ситуации, когда моральное действие

приводит к негативным последствиям, а телеологическая перспектива в контексте этической дилеммы возникает, когда аморальное действие совершается для того, чтобы вызвать положительные последствия.

Согласно исследованию, использование инструментов нейромаркетинга некоммерческими организациями было признано благоприятным, в то время как использование инструментов нейромаркетинга коммерческими организациями является считается неэтичным и неблагоприятным. Это основано на понимании того, как и почему эти организации используют нейромаркетинг. Это может быть связано с тем фактом, что некоммерческие организации несут моральное обязательство по социальной ответственности, которая повышает ценность для людей и более широкого сообщества, в то время как организации, ориентированные на прибыль, используют нейромаркетинг с целью увеличения своих продаж. Помимо этого, проблема вторжения в частную жизнь также была исследована в области подсознательной рекламы. Это основано на идее, что реклама может вторгаться в подсознание потребителей и, возможно, изменять их решения о покупке. В частности, на поведение потребителей, как правило, оказывают влияние без их ведома.

Этические вопросы конфиденциальности, информированного согласия и автономии, несомненно, нарушаются. В свете этих этических проблем важно, чтобы моральные стандарты постоянно обновлялись и соблюдались при столкновении с новыми технологиями и инструментами. Однако компании должны соблюдать принципы и кодекс этики в отношении использования нейромаркетинга. Также важно сохранять и поддерживать доверие между маркетологами и потребителями, будучи правдивыми с потребителями и давая им понять, как деятельность по нейромаркетингу может помочь им или не навредить.

Заключение. Таким образом, область нейромаркетинга подверглась огромной критике, однако, она предоставляет ценную информацию о поведении клиентов и в будущем нейромаркетинг будет развиваться, поскольку маркетологи и рекламодатели стремятся к более глубокому пониманию «кнопки покупки» в сознании потребителей.

Список литературы

1. Ramsoy, T. Z. Building a foundation for neuromarketing and consumer neuroscience research: how researchers can apply academic rigor to the neuroscientific study of advertising effects / T. Z. Ramsøy // Journal of advertising research. – 2019. – № 59 (3). – P. 281–294.
2. Harrell, E. Neuromarketing: What you need to know / E. Harrell // Harvard Business Review. – 2019. – № 97 (4). – P. 64–70.
3. Shaw, I. Ethics and the practice of qualitative research / I. Shaw // Qualitative Social Work. – 2008. – № 7 (4). – P. 400–414.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ МИРОВОГО СООБЩЕСТВА

Божко Е.В., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

o.bozhko@donnu.ru

Введение. На современном этапе развития общества с уверенностью можно сказать, что непосредственное влияние на результаты деятельности граждан определенной страны оказывает поток информации, в том виде, объеме и техниками воздействия, присущими конкретной ситуации и возможностям ее адаптации под условия восприятия.

Цель статьи – выявить тренды информационной деятельности путем выявления критериев для сопоставления демографических, социокультурных, географических, политических и экономических факторов, включая параметры стандартизации и глобализации информационного воздействия.

Основная часть. Граждане разных стран относятся к разным культурам, которые могут различаться даже в пределах одной многонациональной страны. Каждая культура – это сочетание общественных отношений, традиций, религиозных убеждений, языков, предпочтений и привычек, существенно влияющих на процессы распространения и восприятия информации касательно всех сфер деятельности и жизнеобеспечения.

Принимая во внимание принцип теории общения, следует отметить, что процесс общения (двусторонний процесс обмена информацией) основан на передаче сообщения от отправителя к адресату, с учетом особенностей и возможностей адресата к восприятию получаемой информации.

Если принять во внимание различия культур, включая степень экономического развития, становится ясным, почему граждане в разных странах демонстрируют различные реакции на информацию, уровни проявления интереса к одной и той же категории сообщений, отношение к их содержанию и т.п. Даже если категория сообщения не зависит от основ культуры, все равно имеются отличия в восприятии одного источника информации от другого.

К критериям для сопоставления параметров стандартизации и глобализации информационного воздействия можно отнести:

1. *Степень приверженности традициям* в противоположность секуляризации (освобождение от церковного влияния в общественной деятельности и искусстве);

2. *Степень доверия* к ясной и буквальной информации против подразумеваемой и невербальной информации;

3. *Степень ориентированности* культуры на индивидуальность, взаимозависимость и родственность.

При этом существенно может меняться степень доверия к одному и тому же источнику информации: он способен быть лидером на одном информационном пространстве и при этом оказаться вне сферы внимания другого (к нему относятся как к одному из многих иностранных источников, но далеко не как к лидеру). Практически всегда на рынке встречаются факты, которые всегда совершенно по-разному представляются на разных территориях для разных целей. Зачастую, предлагаемый на разных территориях факт (информация о событии) одновременно находится на разных стадиях своего жизненного цикла: в одном случае – он не известен, а в другом – привычен для граждан. Следовательно, использование стандартизированного подхода к освещению событий должен основываться на межнациональных различиях культуры и поведения граждан в разных странах мира.

В настоящий момент во многих странах процесс информирования о происходящих событиях подвержен воздействию специфических особенностей. Законы не столь заметно проявляют себя, что позволяет их чаще нарушать. Разница в формулировках законодательства влияет на все аспекты жизнедеятельности, включая информирование. Поэтому при продвижении на международный уровень необходимо пытаться максимально сглаживать различия в содержании законодательства относительно ответственности за содержание информационного послания.

Ключевым понятием информирования является сегментирование, то есть разделение общества на однородные группы граждан, для которых создаются специальные информационные сообщения и используется соответствующий психологический инструментарий. Это приводит к точке зрения, что во многих случаях, в особенности, когда речь идет о востребованной гражданами информации, существует необходимость присутствия источника информации в информационном пространстве для того, чтобы выработать и целенаправленно поддерживать имидж.

Из вышесказанного следует, что стремление стандартизировать стратегию в области информирования о происходящих событиях необходимо в соответствии с требованием позиционирования информации или имиджа автора (источника) на различных территориях (табл. 1).

Перечисленные ранее точки зрения, представляют возможным проведение определенных разграничений областей применения международных информационных мероприятий, следствием чего является компромисс между стандартизацией и дифференциацией информационного послания.

Решение проблемы создания единого информационного пространства заключается в модифицировании способа предоставления

фактов для обеспечения доверия при условии сохранения определенного смыслового содержания.

Таблица 1

Сравнительная характеристика видов информационной деятельности

Характеристика показателей	Информационная деятельность		
	Национальная	Международная	Глобальная
Территория, охватываемая информационной деятельностью	В масштабах государства, включая составляющие его регионы	Территория нескольких государств, которым присуще географическое соседство	Общепланетарная
Язык общения (коммуникации)	Официальный государственный	Язык, являющийся общим в общении между народами одной языковой группы	Английский
Контактная аудитория	Нация, народ	Народности одной языковой группы	Человечество
Территориальный охват целевой аудитории	Местная (для продажи в одной стране)	Региональная (доступна в каком-либо региональном информационном блоке)	Глобальная (для информирования во всем мире)
Целенаправленность воздействия	Страна	Содружество государств	Весь мир
Используемый подход при проведении информационной деятельности	Дифференцированный	Интернациональный	Интеграционный
Территориальные интересы	Локализация	Централизация	Глобализация
Культурные особенности	Уникальные для конкретной страны	Изыскание «золотой середины» для группы стран	Без учета конкретных, обобщение
Степень подверженности информационной деятельности факторам риска	Низкая	Средняя	Высокая

Компромисс между абсолютной стандартизацией и полной локализацией состоит в принятии стандартов, действующих в пределах выбранных регионов или групп стран, а качество информации в соответствии с запросами целевой аудитории, но в пределах одного региона или страны, при условии сохранения единообразия.

Несмотря на то, что лидеры информационной отрасли стремятся одновременно и к стандартизации и к локализации, лидирующему источнику информации вовсе не характерны идентичные комбинации фактов, сведений, цифр и манеры предоставления информации на международном уровне. Поэтому источник информационного послания представляет свои интересы на территории конкретной страны с использованием определенного технического инструментария в зависимости от условий страны или региона информирования.

Источникам СМИ, стремящимся стать лидирующими в отрасли, предъявляются исключительные требования – соответствие определенной последовательности при создании основных элементов общего имиджа источника информации с учетом особенностей каждой из локальных территорий. Результаты многих исследований показывают, что СМИ в разных странах расходятся во взглядах информирования. Альтернатива заключается в выборе подхода, присущего этому процессу: рационального (информативного) или эмоционального (имиджевого).

В результате расхождения мнения о том, какая информация способна произвести больший эффект на граждан в каждой отдельно взятой стране, многие СМИ действуют в соответствии с установленными нормами на локальных территориях, используя одни и те же темы информационных сообщений, схемы позиционирования фактов, а также творческие приемы, зависящие от конкретных условий, диктуемых информационным пространством.

Заключение. Логика подсказывает, что имеется больше доказательств различий между странами, нежели их сходств. Об этом свидетельствует наличие параметров, значения которых различны для каждой страны: абсолютные и относительные характеристики стоимости создания и распространения информации в СМИ, контингент (целевая аудитория), уровни и структура информационных затрат конкурентных источников информации, достоверность и степень востребованности категории информации в обществе (контент). Не стоит также забывать об ответственности за распространение заведомо ложной информации (фейки) и возможности ее распространения (репосты) и несанкционированного вмешательства в деятельность источников информации (кибератаки).

Список литературы

1. Как проводить расследование киберинцидентов в условиях кибератак Текст : электронный // Форум Global information security days официальный сайт. – 2022. – URL: <https://www.anti-malware.ru/practice/methods/How-to-investigate-cyber-incidents> (дата обращения: 02.10.2022).

ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ

Гасило Е.А., канд. экон. наук, доц.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ
geo200876@mail.ru

Введение. Практика управления предприятиями на современном этапе характеризуется социальной ориентацией всех процессов управления. Это обуславливает необходимость обеспечения социальной ответственности предприятий в процессе управления всеми функциональными направлениями деятельности. Обеспечение высокой социальной ответственности маркетинга должно стать одним из ключевых заданий в процессе управления предприятием, что сможет обеспечить гибкость и адаптивность предприятия в турбулентных условиях, устойчивость деятельности и социализацию его основных бизнес-процессов, поскольку именно маркетинг, во многом определяет поведение предприятия на рынке и его взаимодействие с партнерами и потребителями.

Вместе с тем, обеспечение высокой социальной ответственности маркетинга на предприятии невозможно без проведения ее оценки, выявления сильных и слабых сторон деятельности предприятия в данной сфере, что обуславливает необходимость определения перечня подконтрольных показателей, используемых в процессе оценивания, что и является целью данного исследования.

Основная часть. Под социальной ответственностью принято понимать ответственность предприятия за влияние деятельности предприятия и ее результатов на общество и окружающую среду, которая должна реализоваться за счет этики бизнеса.

Юзык Л.А. предлагает рассматривать социально-ориентированный маркетинг как концепцию, которая направлена на реализацию социально-значимых маркетинговых усилий, которые учитывают потребности и интересы стейкхолдеров, предприятий и общества и способствуют обеспечению устойчивой конкурентной позиции предприятия [3, с. 173].

Выделяют два основных вида социальной ответственности маркетинга: внешнюю и внутреннюю.

Под внешней социальной ответственностью маркетинга понимают влияние маркетинговой деятельности на общество, общественные организации и государственные органы, муниципальные учреждения, партнеров, потребителей.

Внутренняя социальная ответственность маркетинга рассматривается как влияние маркетинговой деятельности предприятия на акционеров, инвесторов и персонал предприятия.

С целью обеспечения высокой социальной ответственности маркетинга необходимо осуществлять постоянный мониторинг качественных показателей, которые характеризуют социальную ответственность маркетинга предприятия. С этой целью целесообразно осуществлять мониторинг факторов микросреды предприятия, определяя социальные аспекты влияния маркетинговых усилий предприятия и их характер на ее составляющие. На основе полученных результатов на предприятии можно будет разработать и реализовать перечень мероприятий, направленных на повышение уровня социальной ответственности маркетинга предприятия, что позволит улучшить репутационные характеристики предприятия, повысить качество в сфере управления маркетингом и деятельностью предприятия в целом, а также повысить удовлетворенность персонала, инвесторов, партнеров и т.п.

Предложенные для проведения оценки социальной ответственности маркетинга показатели представлены в таблице 1.

Таблица 1

Показатели оценки социальной ответственности маркетинга предприятия

Направления оценки	Показатели
1	2
Внешняя социальная ответственность маркетинга	степень соблюдения этических норм ведения бизнеса; оптимальность структуры ассортимента товаров и услуг; степень информационной открытости предприятия; степень конфиденциальности и анонимности работы с клиентами; степень соблюдения действующего законодательства; уровень удовлетворения клиентов; степень повышения качества товаров, работ и услуг; уровень инвестиций социальной направленности; влияние деятельности предприятия на экологию; качество создания основы лояльности клиентов за счет отличительных этических норм; отсутствие недостоверной рекламы; своевременность выполнения своих обязательств перед партнерами, потребителями, общественными организациями и т.п.
Внутренняя социальная ответственность маркетинга	влияние деятельности предприятия на уровень жизни персонала; качество формирования корпоративной культуры; качество и периодичность проведения и учета результатов социологических исследований; степень улучшения представлений о предприятии; повышение лояльности персонала; уровень обеспечения социально-ориентированного маркетинга на предприятии; условия труда; повышение квалификации персонала; наличие социальной культуры на предприятии; согласованность интересов сотрудников и владельцев предприятия;

1	2
	степень соблюдения правил безопасности на предприятии; уровень научно-технического развития предприятия; степень диверсификации социальных инвестиций; качество и полнота реализации программ пенсионного обеспечения и медицинского обслуживания и т.п.

Предложенный перечень показателей оценки социальной ответственности маркетинга предприятия может быть дополнен в зависимости от специфики деятельности конкретного предприятия.

Заключение. Оценка социальной ответственности маркетинга должна предполагать использование качественных показателей оценки как внешней, так и внутренней социальной ответственности маркетинга предприятия. Проведение оценки социальной ответственности маркетинга и последующая разработка рекомендаций по ее повышению на предприятии позволят обеспечить повышение как социальной, так и экономической эффективности управления маркетингом предприятия; формирование эффективной модели взаимодействия предприятия с государственными и общественными организациями, инвесторами и сотрудниками предприятия; повышение уровня конкурентоспособности и ликвидности деятельности предприятия.

Список литературы

1. Волненко, В. Н. Социально-этический маркетинг в повышении социальной ответственности бизнеса / В. Н. Волненко, Н. Н. Зубарева, Ю. А. Шевяков. – Москва: ООО «Сам Полиграфист», 2022. – 178 с. – ISBN 978-5-00166-759-9. – EDN EQMGCU.
2. Шерпеева, М. О. Социально-этический маркетинг как инструмент реализации корпоративной социальной ответственности / М. О. Шерпеева, К. Р. Кумыкова // Мировая наука. – 2018. – № 12(21). – С. 457-460. – EDN VTSOBQ.
3. Юзык, Л. А. Процесс стратегического управления социально-ориентированным маркетингом / Л. А. Юзык // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2017. – № 6. – С. 172-176. – EDN YHMTQV.
4. Юзык, Л. А. Управление социально ориентированным маркетингом: интегрированный подход / Л. А. Юзык // Проблемы сертификации, управления качеством и документационного обеспечения управления: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Красноярск, 15 марта 2022 года / под общей редакцией Ю.А. Анищенко. – Красноярск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», 2022. – С. 150-153. – EDN HFSUFC.

ЦИФРОВЫЕ ИННОВАЦИИ В РИТЕЙЛЕ

Германчук А.Н., д-р экон. наук, доц.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ
allagerm@rambler.ru

Введение. Розничная торговля является динамично изменяющейся отраслью, особенно в области внедрения инноваций и применения творческого подхода в организации бизнес-процессов ритейла. Именно в области ответственности ритейла находятся вопросы формирования потребительской лояльности, поскольку повторная покупка зависит от сервиса, удобства и впечатления от взаимодействия с конкретным офлайн или онлайн магазином. Пандемия COVID-19 кардинально изменила мир, введя ряд ограничений на привычное ведение бизнеса, что стимулировало владельцев ритейла трансформировать существующие и вырабатывать новые подходы к организации торговли посредством цифровизации.

Исследованию вопросов цифровизации, цифровых трансформаций и цифровых бизнес-моделей уделено достаточно внимания в отечественной и зарубежной литературе. Однако использование цифровых технологий в ритейле на сегодняшний день раскрыто недостаточно.

Целью статьи является рассмотрение современных цифровых инноваций и определение преимуществ, которое обеспечивает их использование.

Основная часть. Цифровые технологии во многих секторах экономики являются основой маркетинговых и производственных стратегий. Их преобразовательная сила изменяет традиционные модели бизнеса, производственные цепи и процессы, обуславливает появление новых продуктов и услуг, платформ и инноваций. Результатом такой деятельности становятся инновационные преобразования предприятия и повышение его конкурентоспособности. Розничная торговля не является исключением, поскольку цифровая экономика способствует появлению новых возможностей и расширению границ рынка. Участники рынка руководствуются потребностями новых бизнес-сред и гибко реагируют на потребности клиентов. Лидеры рынка розничной торговли интегрируют активы (предприятия, отделы, персонал и технологии), чтобы устранить барьеры, препятствующие стиранию границ между физической и цифровой сферами деятельности предприятия.

Цифровой ритейл – это продажи продукции или услуги конечным потребителям, совершаемые с использованием цифровой коммерции или путем предложения услуг и товаров с использованием цифрового

пространства [3, с. 65]. К основным тенденциям развития цифрового ритейла относятся:

рост количества активных пользователей Интернет и социальных сетей, что свидетельствует о том, что цифровые, мобильные и социальные медиа становятся неотъемлемой частью повседневной жизни людей во всем мире. Так, в 2021 году количество пользователей Интернет составляет 4,66 млрд.чел. (60% населения в мире), а социальными сетями пользуются 4,2 млрд.чел. (или 53,6%) [2]

рост количества мобильных транзакций. Пользовательская аудитория использует телефоны не только для звонков, но и для покупки товаров, получения услуг. Современный потребитель с помощью телефона совершает платежи с цифровых кошельков, участвует в программах лояльности, общается в социальных сетях (где получается достаточное количество различной информации о товарах и услугах). Поэтому розничным торговцам необходимо развивать бизнес в онлайн, чтобы извлечь выгоду из этого фактора;

развитие новых технологий обработки информации, таких как Big Data, Business Intelligence (BI) и искусственный интеллект. В условиях становления информационного общества в ритейле создается и скапливается огромное количество разнообразных данных. Если в прошлом важнейшим фактором конкурентоспособности и созданием ценности для предприятий было состояние управления затратами и качеством продукции (услуг), то сегодня и в будущем, наряду с самим физическим продуктом, приобретают все большую ценность данные, полученные из цифрового маркетинга и разумной аналитики. Использование больших данных может дать большое конкурентное преимущество. В настоящее время обширные данные становятся открытыми и доступными не только крупным и информационно обеспеченным компаниям, но и представителям среднего и малого бизнеса. Наличие онлайн-овых и облачных платформ, таких как, например Google Analytics, позволит обеспечить увеличение прибыли, рост базы лояльных клиентов и повышение эффективности операционной деятельности. Внедрение Big Data изменяет привычную ИТ-среду компаний, позволяет автоматизировать часть бизнес-процессов и повысить эффективность работы сотрудников компании.

развитие сервисов дополненной реальности, что позволяет потребителю получать новый цифровой опыт взаимодействия с брендами: виртуальные примерочные, умные зеркала, возможность выбора мебели в виртуальной реальности, технологии воссоздания опыта посещения магазина и др.;

создание «магазинов будущего», которые представляют собой магазин омниканального формата с совершенным сервисом, сочетающий свойства материальной и цифровой сред, которые объединяет в единую систему онлайн и офлайн коммуникации с клиентом.

К основным цифровым трансформациям, обеспечивающим преимущества в ритейле, относится:

1. Цифровой маркетинг. Цифровизация розничной торговли изменяет практику общения предприятий со своими покупателями, обеспечивая персональное взаимодействие, быструю обратную связь, таргетированные коммуникации.

2. Омниканальная розничная торговля. Использование многоканального подхода к продажам обеспечивает индивидуальный и персонализированный опыт покупок, что способствует более полному удовлетворению спроса потребителей, и как следствие ведет к росту финансовых результатов.

3. Маркетинговая аналитика «...обеспечивает компаниям возможность принимать более продуманные, так называемые смарт бизнес-решения» [1, с. 170]. Использование Big Data дают представление о поведении, запросах и предпочтения потребителей, а также помогают прогнозировать тенденции потребления, оптимизируют ценообразование и бизнес-операции.

4. Облачные сервисы позволяют предприятиям без лишних затрат работать с программным обеспечением, вычислительными мощностями, развитой ИТ-инфраструктурой, приспосабливаться к быстро меняющимся технологическим тенденциям, а также улучшить свою деятельность, чтобы эффективно обслуживать клиентов.

5. Искусственный интеллект изменяет традиционную торговлю и выводит ее на новый уровень с помощью таких технологий, как голосовая активация, виртуальная и дополненная реальность, датчики поведения покупателя, распознавание лица.

Заключение. Таким образом, использование цифровых инноваций в практике ритейла будет способствовать эффективному взаимодействию с потребителем, более полному удовлетворению его запросов и повышению конкурентоспособности предприятия.

Список литературы

1. Ибрагимхалилова, Т. В. Маркетинговая аналитика как инструмент принятия интегральных управленческих маркетинговых решений / Т. В. Ибрагимхалилова // Донецкие чтения 2021: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : матер. VI Междунар. науч. конф., Донецк, 26–27 октября 2021 года. – Донецк: Донецкий национальный университет, 2021. – С. 169-171.
2. Digital 2021: главная статистика по России и всему миру. – Текст: электронный. – URL: <https://spark.ru/user/115680/blog/74085/digital-2021-glavnaya-statistika-po-rossii-i-vsemu-miru> (дата обращения: 17.08.2021)
3. Семенова, А. А. Будущее цифрового ритейла: тренды для инноваций / А. А. Семенова // Петербургский экономический журнал. – 2020. – № 1. – С. 64-69.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИЙ В МАРКЕТИНГЕ

Дайнеко В.Г.¹, канд. экон. наук, доц.,

Дайнеко Е.Ю.², канд. экон. наук, доц.

¹ ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», г. Воронеж, РФ

² ФГБОУ ВО «Воронежский государственный педагогический университет»,
г. Воронеж, РФ
v.daineco@mail.ru

Введение. В новом столетии наблюдается смена парадигмы стратегии маркетинга, главным для все большего числа организаций становится развитие с потребителями долгосрочных отношений, рост числа лояльных клиентов. Маркетинг отношений основан на активном использовании коммуникаций и создании нематериальных активов [2, с. 42]. Цифровизация создает новые возможности коммуникаций с целевой аудиторией, становясь частью единой системы управления интеллектуальным капиталом предприятия. Она влияет на три области маркетинговой деятельности: опыт работы с клиентами, операционные процессы и бизнес-модель. Основной тенденцией развития маркетинга в современном периоде является возрастание влияния коммуникаций, способствующих повышению степени вовлеченности и доверия клиентов. В условиях применения цифровых технологий основным в маркетинге становится обеспечение долгосрочных контактов и высокого уровня вовлеченности. Это относится прежде всего к формированию контента.

Основная часть. Новые цифровые технологии позволили по-новому решать проблемы контент-маркетинга, привлечения целевой аудитории и удержания потребителей за счет специально разработанной стратегии и тактики информирования, предоставления релевантной информации клиентам в нужное для фирмы время, оперативно и четко синхронизировать контент с целями и задачами фирмы на каждом конкретном этапе ее развития.

Эффект программ контент-маркетинга зависит от адекватного выбора информационного сообщения и каналов его распространения с учетом жизненного цикла товаров и выбора платформ, которые предпочитают использовать представители целевой аудитории. Цифровая контент-платформа представляет разнообразные интернет-ресурсы, где потенциальные клиенты вероятнее всего смогут эффективно взаимодействовать с контентом, это может быть блогосфера, социальные сети, форумы, онлайн-журналы и др.

Цифровые технологии позволяют влиять на предпочтения покупателями брендов, на повышение их лояльности, что имеет решающее

значение для роста конкурентоспособности и увеличения продаж. Это эффективно для привлечения новых клиентов с использованием цифровых форм предоставления контента в социальных сетях и мессенджерах, что особенно влияет на молодежные группы населения. В итоге своевременное предоставление оптимального контента целевой аудитории формирует приверженность к продукции фирмы уже на стадии до совершения покупки.

Необоснованно считать, что главный аспект цифровизации связан только с организацией контент-маркетинга. В современных условиях потребители имеют много новых возможностей и источников получения информации о необходимых товарах и услугах. Поэтому важно выделять в целевой аудитории группы с разными каналами получения информации, когда все более усиливается персонализация обслуживания покупателей, особенно тех, которые обеспечивают получение фирме высокого дохода. Таким образом, развитие современного маркетинга происходит прежде всего благодаря внедрению инновационных технологий в процессы коммуникаций с клиентами и изменению в управлении спросом.

Новый импульс маркетинг получает при выстраивании фирмой долгосрочных взаимоотношений с потребителями на основе изучения эмоционального интеллекта своих клиентов, что означает переход к новому качеству этого взаимодействия. В прежние периоды коммуникации все больше наполнялись информацией и контентом, имеющим эмоциональное содержание. В настоящий период цифровые технологии, нейромаркетинг позволяют обеспечить системный подход, учет многочисленных факторов на разных стадиях взаимодействия с клиентами, устанавливать с ними долгосрочные доверительные отношения.

Среди характеристик эмоционального интеллекта наиболее существенным является выявление механизма сопереживания чужим эмоциональным проявлениям. Если когнитивный интеллект как правило более стабилен, обычно рациональные рассуждения сосредоточены вокруг проблемы соотношения цены и качества, то эмоциональный интеллект намного более подвижен и пластичен, поэтому возможностей влиять на него значительно больше. Для маркетологов в настоящий период является актуальным использование новых подходов и метрик, позволяющих оценить степень эмоциональных переживаний, связанных с коммуникативным воздействием [1].

Воздействие на эмоциональный интеллект с использованием цифровых технологий усиливается в связи с изменениями клиентского опыта. Это связано с существенным ростом групп населения, ориентированных на развитие карьеры, своих профессиональных компетенций и навыков, а также форм демонстративного потребления с целью показа собственной индивидуальности и состоятельности. Поэтому в информационном контенте происходит акцентирование на

символических и имиджевых характеристиках товаров и услуг. Необходимо учитывать, что разные поколения неодинаково подвержены влиянию эмоциональной манипуляции. В наибольшей степени это влияние проявляется в молодежной среде, что требует тщательного анализа понимания особенностей их потребительского поведения и опыта.

Потребители все в меньшей степени реагируют на традиционные формы маркетинговых коммуникаций, появляется эффект «рекламной слепоты». В настоящее время эта категория покупателей акцентирует внимание на предпочтениях знаковых в обществе персон, «лидеров влияния». В результате создаются условия для формирования нового направления – маркетинга влияния, основанного на применении цифровых технологий

В последние годы наметилась тенденция объединения разных платформ и каналов распространения информации, создания единой базы данных о крупных группах населения (омниканальный подход, т. е. сочетание традиционных и цифровых каналов). Например, для молодежной аудитории эффективной является интеграция видеоматериалов и аудиосообщений, что отражает новые способы общения в данной среде. Появилась техника распознавания эмоций при знакомстве с различным контентом.

Цифровые технологии качественно меняют возможности контроля за поведением клиентов на основе использования обратных связей. Благодаря современным программным продуктам становится возможным отслеживать обратную связь, корректируя содержание сообщений, анализировать побочный эффект с попаданием писем в спам. В итоге удастся точнее реагировать на изменения в спросе и предпочтениях целевой аудитории.

Заключение. Таким образом, развитие современного маркетинга происходит прежде всего благодаря внедрению инновационных цифровых технологий в процессы коммуникаций с клиентами и изменению в управлении спросом. Они делают возможным отслеживать весь путь клиента, контактируя с ним в определенные узловые моменты принятия им решения, предлагая нужную информацию в точках контакта.

Список литературы

1. Пфанштиль, И. Как использовать эмоции в маркетинге. – Текст : электронный. – URL: <https://rusability.ru/articles/Kak-ispolzovat-emotsii-v-marketinge-25-keisov/5fd295f62dda593c3483e5e5> (дата обращения: 06.09.2022).
2. Третьяк, О.А. Отношенческая парадигма современного маркетинга / О.А. Третьяк // Российский журнал менеджмента. – Т. 11, № 1. – 2013. – С. 41– 62.

НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СВЯЗИ МЕЖДУ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И АУДИТОРИЯМИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Дудник В.В., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

v.dudnik@donnu.ru

Введение. В настоящее время ведутся дебаты относительно влияния социальных сетей на отношения между предприятиями и их аудиториями. Первоначально отношения были взаимодополняющими, поскольку организации имели полный контроль над сообщениями, которые они отправляли пользователям – простым потребителям информации. В настоящее время они симметричны, так как пользователи создают и распространяют информацию об организациях в глобальном масштабе через социальные сети. Поэтому одной из главных задач организаций при инвестировании в социальные сети является установление связи со своей целевой аудиторией, обеспечение вирусности, большей видимости и охвата.

Аналогичным образом, нейромаркетинг, приобретая все большее значение при прогнозировании поведения пользователей с помощью биометрических измерений, может стать важным инструментом для разработки контента, который привлекает организации и их аудиторию. Нейромаркетинг можно использовать в качестве инструмента улучшения эмоциональной связи между организациями и пользователями в социальных сетях.

Основная часть. Анализ основных исследований в области нейромаркетинга показывает, что его роль неоднозначна. Некоторые ученые сходятся во мнении, что коммуникативная эффективность между организациями и аудиториями социальных сетей больше зависит от социологии и психологии, чем от нейромаркетинга. Другие утверждают, что нейромаркетинг позволяет продемонстрировать актуальность так называемого социального влияния в социальных сетях: пользователи склонны подражать поведению других, т.е. когда пользователь видит, что другие в его окружении комментируют или делятся сообщением, они склонны повторять это действие, чтобы избежать страха быть единственным, кто ведет себя по-другому.

Нейромаркетинг был разработан Джеральдом Залтманом и направлен на то, чтобы помочь маркетологам понять, как реклама и маркетинговые стратегии физиологически влияют на человеческий мозг. Это развивающаяся междисциплинарная область, связывающая знания

психологии и нейробиологии с маркетингом, раскрывающая мозговые схемы, участвующие в поиске, выборе и покупке продукта.

Исследования в области нейромаркетинга эмпирически подтвердили, что большинство решений о покупке принимаются потребителями эмоционально. Поэтому создание инициатив для создания эмоциональной связи является основной задачей экспертов по повышению эффективности маркетинга.

В ходе исследования нейромаркетинга как инструмента эмоциональной связи между организациями и аудиториями в социальных сетях ученые выделили три основных направления: анализ и классификация возможных эмоциональных реакций пользователей, возможные элементы, влияющие на эти реакции, и последствия, которые эмоциональные реакции пользователей могут иметь с точки зрения установления отношений. Что касается первого направления, были разработаны инструменты для классификации реакций пользователей в Твиттере и выделены четыре основные категории, соответствующие одинаковому количеству реакций пользователей: положительные эмоции (счастье); реакции, которые выявляют, что люди напуганы, обеспокоены или боятся; реакции пользователей, выражающие гнев или разочарование; «другие» реакции, которые не соответствуют ни одной из трех других указанных категорий.

Позднее другие авторы углубились в изучение некоторых из этих специфических чувств или эмоций и в таких сетях как Facebook.

Основной вывод из данного исследования заключался в том, что положительные эмоции пользователей социальных сетей преобладают над отрицательными. Данное утверждение играет важную роль для брендов: сила существующей связи способствует возникновению чувства счастья или, в случае зависти, она безвредна. Немецкие ученые также пришли к выводу, что сообщения в Твиттере, содержащие какую-то эмоциональную силу, с гораздо большей вероятностью будут завирусованы (расшарены, ретвитнуты и т.д.), чем те, которые ее не имеют. То есть рекламный контент, который напрямую будет обращен к эмоциям, будет более эффективен, чем чисто рациональное сообщение.

С точки зрения отношений между компанией и клиентами в социальных сетях, Саша определил четыре основных профиля клиентов на основании эмоциональных связей и взаимоотношений: транзакционный клиент (профиль, характеризующийся низким уровнем связи как в эмоциональных связях, так и во развивающихся взаимоотношениях), довольный клиент (высокая эмоциональная связь и низкий уровень взаимоотношений), лояльный клиент (низкая эмоциональная связь и высокий уровень взаимоотношений) и фанат (как эмоциональные связи, так и взаимоотношения высоки). Также автор выделил цикл взаимодействия между компанией и клиентами, состоящий из семи этапов:

установление связи, взаимодействие, удовлетворение, удержание, обязательство, отстаивание и полная вовлеченность. Таким образом, зная эти четыре профиля и их реакции, стратегия компании должна основываться на выявлении своей аудитории и, прежде всего, обнаружении присутствия фанатов, с которыми будет создаваться эмоциональная связь.

Эмоции, развиваемые пользователями, также существенно влияют на уровень вовлеченности, который может быть сформирован среди тех, кто публикует сообщения в социальных сетях (бренды, политики, частные пользователи и т.д.) и общественностью, получающей эти сообщения. Для пользователей тот факт, что бренд отвечает на комментарии в социальных сетях, будет иметь с эмоциональной точки зрения аналогичную ценность и вызовет такое же положительное чувство взаимодействия с другими членами сообщества.

Нейромаркетинг доказывает, что использование социальных сетей происходит потому, что пользователям необходимо удовлетворить свои социальные потребности, найти подтверждение и произвести хорошее впечатление в своей сети, что побуждает их действовать в значительной степени на основе эмоций и поведения, которые они наблюдают в других.

Использование нейромаркетинга для анализа социальных сетей также позволяет компаниям не обращать внимания на большие данные и выходить за рамки социально желаемых реакций, поскольку это выявляет реальные реакции.

Заключение. Полезность нейромаркетинга как инструмента для улучшения коммуникации между компаниями и пользователями в социальных сетях, подтверждается его способностью определять, какой тип сообщений работает лучше всего и какой тип мультимедийного контента они предпочитают. С помощью этих данных компании могут оптимизировать свои коммуникационные стратегии, избегать кризисов и защищать свою репутацию в социальных сетях.

Список литературы

1. Lee, N., Broderick, A., and Chamberlain, L. (2007). What is 'neuromarketing'? A discussion and agenda for future research// International Journal of Psychophysiology Volume 63, Issue 2, February 2007, Pages 199-204. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167876006001073>.
2. Gurgu, R., Gurgu, I., and Tonis, R. (2020). Neuromarketing for a better understanding of consumer needs and emotions. *Indep. J. Manag. Prod.* 11, 208–235. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Neuromarketing-for-a-better-understanding-of-needs-Gurgu-Gurgu/4dfcc1d1035e055b71e429d61f531cb871b73c5d>.
3. Sashi, C. M. (2012). Customer engagement, buyer–seller relationships, and social media// *Management Decision.* 50, 253–272. – URL: [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkozje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2870767](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkozje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2870767).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ EYE-TRACKING В ИССЛЕДОВАНИЯХ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

Дудник В.В., канд. экон. наук, доц., *Игнатьева Я.А.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
yaroslava00ignatyeva@gmail.com

Введение. Eye-tracking – это инструмент для анализа зрительного внимания. С точки зрения нейромаркетинга, он стремится связать визуальное внимание с когнитивными и эмоциональными реакциями потребителей. Eye-tracking измеряет куда смотрит человек, время, в течение которого он смотрел в определенную точку, движение его глаз, расширение зрачка и количество морганий. Понимание механизмов, которые побуждают потребителей выбирать определенные места на изображении, имеет много применений в деловом мире. Следовательно, eye tracking может предоставить информацию о том, что более важно для привлечения внимания, поскольку это связано с шаблонами визуальных фиксаций.

Основная часть. Отслеживать движение глаз возможно благодаря специальным устройствам и программному обеспечению. В настоящее время существуют программные и аппаратные решения, как для удаленных (настольных компьютеров), так и для мобильных (очки) устройств отслеживания глаз. Эти инструменты позволяют легко выполнять все виды исследований по отслеживанию глаз, поскольку они имеют различные функции: встроенный механизм представления стимулов обеспечивает автоматическую синхронизацию и простое проведение исследования; возможность экспортировать все данные и даже необработанные данные датчиков для дальнейшего статистического анализа; измерение размера зрачка и расстояния между глазным трекером и участником в течение времени, что позволяет использовать данные сигналы для углубленных исследований и получать больше информации об эмоциональных реакциях, поведении и визуальном внимании.

Данная технология имеет ряд преимуществ:

1. Точность измерения, которую осуществляют в градусах (от 0,1 до 1 градуса).
2. Частота дискретизации (количество раз изменения положения глаз в секунду). Типичный диапазон значений составляет 30-60 Гц.
3. Возможность отслеживать любую часть населения.
4. Размер оборудования, который позволяет перемещаться респонденту во время анализа примерно на 30 см в каждую сторону.
5. Быстрая скорость повторного захвата (скорость определения положения глаз после того, как они на мгновение исчезли из поля eye tracker).

6. Вариация устройств: встроенные и автономные трекеры. Встроенное оборудование устанавливают в рамку монитора. Автономные устройства не нужно крепить, они более гибкие, но сложнее в настройке.

Использование данной технологии может быть в следующих случаях:

1. Тестирование веб-сайта. Данные отслеживания взгляда могут дать информацию о характере взгляда посетителей сайта – сколько времени им требуется, чтобы найти конкретный продукт на сайте, какую визуальную информацию они игнорируют и т.д.

2. Использование датчика отслеживания глаз в виртуальной реальности (симуляторе). Результаты данного анализа могут помочь повысить осведомленность об опасности и быть применены при обучении вождению и разработке электронных средств управления автомобилем.

3. Развитие нейробиологии и психологии с помощью инструментов eye tracking. Данные науки используют инструменты для анализа последовательности паттернов взгляда, чтобы получить более глубокое представление о когнитивных процессах, лежащих в основе внимания, обучения и памяти.

4. Улучшение процесса обучения. Eye tracking помогает получить представление о поведении учащихся в процессе обучения в различных условиях, начиная от традиционных подходов и заканчивая цифровым обучением.

5. Использование в медицинских исследованиях для изучения неврологических и психиатрических заболеваний. Eye tracking помогает оценить и диагностировать неврологические заболевания (обсессивно-компульсивное расстройство (ОКР), шизофрению, болезнь Паркинсона и др.).

6. Игры и UX. Благодаря инструментам eye tracking дизайнеры могут количественно оценивать визуальное внимание и реакцию на ключевые моменты во время игры для улучшения общего игрового опыта.

Отслеживание взгляда позволяет количественно оценить визуальное внимание, поскольку оно объективно отслеживает, где, когда и на что смотрят люди. Оно имеет следующие возможности:

1. Использование тепловых карт - статических или динамических совокупностей точек взгляда и фиксаций, показывающих распределение зрительного внимания. Они служат отличным методом визуализации того, какие элементы стимула могли привлечь внимание.

2. Возможность создать последовательность фиксаций. В зависимости от того, куда смотрят респонденты и сколько времени они проводят за просмотром, можно построить алгоритм внимания, отражающий куда респонденты смотрели в первую очередь, вторую, третью и т. д.

3. Определение области интересов (AOI), которая представляют собой определяемые пользователем области отображаемого

стимула. Извлечение метрик для отдельных АОІ может пригодиться при оценке эффективности двух или более конкретных областей в одном видео, картинке, веб-сайте или программном интерфейсе.

4. Определение времени до первой фиксации (TTFF) - указывает на количество времени, которое требуется респонденту, чтобы посмотреть на конкретную область интереса АОІ с момента начала стимула. TTFF может указывать как на поиск, ориентированный на стимулы снизу-вверх (например, броский ярлык компании, привлекающий немедленное внимание), так и на поиск, ориентированный на внимание сверху-вниз (например, респонденты активно решают сосредоточиться на определенных элементах или областях на веб-сайте).

5. Измерение времени, которое затратил респондент на изучение области интереса. Затраченное время часто указывает на мотивацию и сознательное внимание (длительное пребывание в определенной области указывает на высокий уровень интереса, в то время как более короткое время пребывания указывает на то, что в других областях на экране или в окружающей среде может быть что-то более запоминающимся).

Заключение. Eye-tracking является важным инструментом, который позволяет увидеть, где находится визуальное внимание человека. Однако, как и в других аналитических методиках, в eye-tracking необходимо понимать цели исследования, иметь четкое представление методики и адекватный контекст, если хотим правильно понять и интерпретировать данные полученные с помощью современного устройства. Технология eye-tracking – один из самых новых методов повышения конверсии сайта. С помощью eye-tracking можно значительно улучшить юзабилити сайта и увеличить количество клиентов.

Список литературы

1. Спирин, И. А. Исследование и применение eye-tracking технологии на человеке / И. А. Спирин. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 2 (106). – С. 227-230. – URL: <https://moluch.ru/archive/106/25349/> (дата обращения: 25.09.2022).
2. Eye-tracking, как метод нейромаркетинговых исследований. – Текст: электронный. – URL: <https://vc.ru/marketing/146045-eye-tracking-kak-metod-neyromarketingovyh-issledovaniy> (дата обращения: 25.09.2022).
3. Айттрекинг на службе у маркетолога: привлекаем внимание пользователя и повышаем конверсию. – Текст: электронный. – URL: <https://rb.ru/story/eye-tracking-for-marketing/> (дата обращения: 25.09.2022).
4. Eye Tracking in Neuromarketing Research. – Текст: электронный. – URL: <https://neuorelay.com/2016/09/11/eye-tracking-in-neuromarketing-research/> (дата обращения: 25.09.2022).

К ВОПРОСУ О ФУНКЦИЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ ЛОГИСТИКИ

Зелинская М.В., д-р экон. наук, проф., *Мхладжян Л.Д.*
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
имени И. Т. Трубилина», г. Краснодар, РФ
zelinskaya@inbox.ru

Введение. Покупатель всегда выражал потребность в максимальной доступности необходимых ему товаров, иначе говоря, доставки продукции в определенное место и в определенное время. Организация такого процесса получила название «маркетинговая логистика». Период ее возникновения датируется 60-ми годами XX-го столетия, когда популярность обрел метод интегрированного планирования, реализации и организации потоков продукции. При использовании интегрированного планирования традиционные методы анализа отодвигаются на второй план.

Цель исследования – проанализировать функции маркетинговой логистики.

Основная часть. Маркетинговая логистика представляет собой анализ, планирование, организацию и контролирование всех операций по перемещению и складированию, связанных с потоком готовой продукции от конца производственной линии до прибытия продукции на рынок, а также связанных с ними каналов распределения, требующихся для организации и обеспечения взаимодействия между компанией и ее рынками [1].

Данная формулировка отражает суть маркетинговой логистики как сбытового процесса предприятия, как процесса оптимизации потока только готовой продукции, направленной на потребителя. Достаточно часто проводят параллель между маркетинговой логистикой и сбытовой или распределительной логистикой.

Рассмотрим сущность маркетинговой логистики основываясь на трех разных подходах.

В первом случае она рассматривается в качестве логистизации маркетинга.

Всякая маркетинговая активность до введения логистики имеет начальную точку, которая, в свою очередь, имеет возможности развития, роста, реализации своих потенциальных возможностей.

Соответственно, основной целью маркетинговой логистики выступает движение маркетинговой деятельности от начального уровня до полного раскрытия ее потенциала. Иными словами, первая группа предполагает активное функционирование всей маркетинговой деятельности путем оптимизации логистического процесса.

Второй подход образовался на основе идей Филиппа Котлера, который сравнивает маркетинговую логику с распределительной. Под категорией «маркетинговая логистика» понимается «планирование», «контроль» и «внедрение» активных процессов движения товаров от их начальной точки до конечного адресата [2].

Существует мнение, что данная формулировка Ф. Котлера ограничивает сферу логистики, не отражая, в частности, объективного управления всеми типами экономических потоков.

Что касается маркетинга, то он обеспечивает результативность достижения целей, что в конечном итоге порождает высокий уровень конкурентоспособности. Получается, что маркетинг – это этап в коммерческой деятельности организации, который определяет тенденции для последующих этапов, в числе которых имеется логистика.

В третьем подходе маркетинговая логистика получила отражение в точке пересечения факторов маркетинга и логистики.

Организацию маркетинговой логистики тут можно представить следующим образом:

- целенаправленным улучшением прямого товарообмена;
- быстротечным развитием потребностей целевой аудитории, оптимизация логистических услуг;
- приложением глобальных логистических усилий с целью интеграции товарообращения;
- применением в организации смешанного типа управления;
- внедрением целостной (объединенной) структуры маркетинговой логистики.

В чем же все-таки заключается реальная суть маркетинговой логистики, ее комплекса?

В центре системы (комплекса) находится потребитель, имеющий своеобразные, присущие исключительно ему потребности. Основываясь на этих потребностях, формируется структура их обслуживания. Она удовлетворяет потребность в виде товара, его основных характеристик, уровня обслуживания, места и времени его получения.

Вдобавок, необходимо организовать работу так, чтобы на этапе получения потребитель морально и финансово был готов приобрести товар за его фиксированную стоимость. Не стоит забывать о том, что разработка этой системы должна обеспечиваться минимальными расходами [3].

Маркетинговая логистика осуществляет функции, которые, равным образом, влекут за собой качественное устранение ряда проблем. Ключевыми функциями выступают следующие: координация потока конечных продуктов; контроль процесса по обработке заказов; распределение продуктов; контроль за наличием необходимых ресурсов; организация транспорта и перевозка товаров; определение путей транспортировки.

Установим цель, предмет и объект, а также итог «сотрудничества» маркетинга и логистики.

Итак, маркетинговая логистика определяет своей главной целью доставку конечного продукта до потребителя, учитывая при этом его интересы и сохраняя выгодное положение для организации.

Предметом выступает некий аппарат рационализации непрерывных процессов распределения товаров, охватывающий нужды рынка и его потребности. Объект представляет из себя регулярный процесс маркетингового регулирования товарных потоков в сфере распределения продукции с целью удовлетворения потребностей рынка.

Итог таков: получение наибольшей прибыли, наименьших логистических расходов, наиболее высокого уровня удовлетворенности рынка в товаре и предоставленных услугах [4].

Заключение. В настоящее время в условиях циклических изменений тенденций в экономике и в связи с ускоренным развитием логистики и маркетинга принципы ее модифицировались. Важно помнить о том, что достижение наилучших результатов возможно лишь при соблюдении ряда принципов, таких, как комплексность, системность, оптимальность, координация, инновации, адаптация.

Таким образом, маркетинг формирует спрос, а логистика его реализует. Взаимодействие всех принципов порождает большие возможности для повышения эффективности. В современном мире маркетинговая логистика является одной из важных составляющих рыночной политики и конкурентной борьбы.

Список литературы

1. Маркетинг услуг: учебник для вузов / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; под ред. Л. П. Дашкова. – М.: Дашков и К, 2014. – 252 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / пер. с англ., под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2011. – 752 с.
3. Мельников, В.П. Логистика / В.П. Мельников, А.Г. Схирладзе, А.К. Антонюк. – М.: Юрайт, 2014. – 288 с.
4. Сергеев, В.И. Логистика снабжения: учебник / В.И. Сергеев, И.П. Эльяшевич. – М.: Юрайт, 2014. – 522 с.

ЛЕНДИНГ – ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ И ПРОДАЖИ ПРОДУКТОВ

Ибрагимхалилова Т.В., д-р экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
t.ibragimhalilova@donnu.ru

Введение. Последние годы, в условиях интенсивного распространения COVID-19, фундаментом социальной и экономической жизни стали цифровые платформы, которые функционируют на основе механизмов и инструментов Интернета и онлайн-платформ.

А использование цифровых платформ в бизнес-среде позволило расширить коммуникации с целевой аудиторией и, как следствие, увеличить уровень доходности и лояльности потребителей.

Вопросами изучения практики применения маркетинговых инструментов в онлайн-среде занимались Д. И. Баклагина [1], Е.Н. Курочкина [2], Петроченкова, Е. С. Новикова [3] и другие. Однако маркетинговым инструментам популяризации и продажи продуктов уделено недостаточно внимания.

Целью исследования является изучение практики применения лендинга как эффективного маркетингового инструмента популяризации и продажи продуктов.

Основные результаты. Внедрение цифровых технологий и инструментов в маркетинговую деятельность способствуют:

- усилению позиционирования и трансляции ключевых ценностей;
- получению контактов для емейл-рассылки;
- привлечению внимания к многостраничному сайту, где пользователь сможет приобрести товар;
- получению индикаторов настроения клиентов;
- привлечению потенциальных клиентов (лидов) и пр.

Согласно исследованиям, которые проводили международная платформа <https://lindeal.com> наиболее прибыльными бормами бизнеса в онлайн-среде на начало 2022 год стали:

- вебинары и виртуальные мероприятия, проводимые в Zoom, Microsoft Teams и прочих платформах;
- услуги для фрилансеров;
- дети и воспитание – покупка развлечений для детей;
- здоровье и фитнес – на первое место вышли домашние тренировки;
- мужская косметика – рынок индустрии красоты для мужчин в 2022 достиг \$166 млрд.;
- продажа игрушек через онлайн-магазины [4].

Стремительный рост прибыли (более чем 70%) по итогам 2021 года показали и edtech-компании России – более 73 млрд. рублей [6].

Рынок, перечисленных выше форм бизнеса в онлайн-среде, полон конкурентов.

А в условиях высокой конкуренции каждая из компаний помимо создания уникального продукта стремиться достойно его позиционировать и продать.

В онлайн-среде основным и наиболее эффективным средством продвижения и распространения информации о фирме и осуществляемой ею деятельности выступает официальный сайт, который многофункционален. Однако если необходимо побудить пользователей к определенному действию – оформить подписку на бесплатный пробный период, забронировать услугу или совершить покупку необходимо создавать лендинг пейдж (landing page), целью которого является популяризация, продвижение и продажа определенного товара или услуги.

Основные типы лендингов представлены на рис. 1.



Рис. 1. Основные типы лендингов [5]

При создании лендинга необходимо осуществить ряд этапов:

1. Анализ конкурентов, с фиксацией данных об их лендинге (элементов дизайна, текста, структуры).

2. Выбор аудитории с последующим донесением им информации о продукте/ услуге.

3. Создание структуры лендинга, включающем в себя набор ключевых компонентов или блоков (рис. 2).

4. Сборка прототипа, схемы будущего сайта и наброски примерного дизайна.

5. Работа над дизайном лендинга с ориентацией на целевую аудиторию. Данный этап состоит из следующих шагов:

обдумывание структуры и внешнего вида лендинга;

выбор цвета и стиля;

разработка визуальных элементов стиля.

Именно на этом этапе подбираются шрифты; графические элементы; детали фирменного стиля и пр.

6. Выбор конструктора сайта. Наиболее распространенные в рунете Bitrix, Joomla, Tilda.

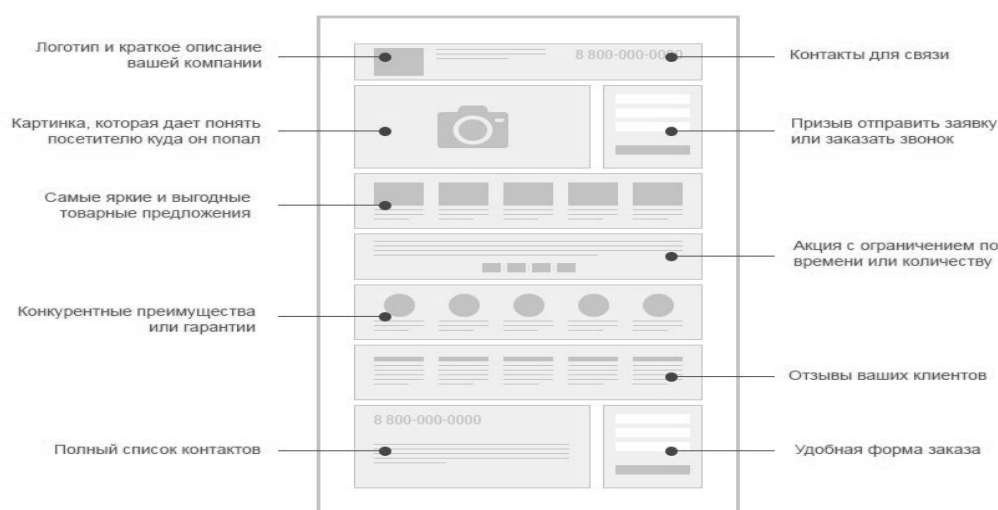


Рис. 2. Общепринятая структура лендинга [5]

7. Регистрация домена и проверка доменного имени в сервисе Whois [5].

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что для привлечения потенциальных клиентов, с целью получения их контактов применяется лендинг.

Чаще всего лендинги создаются для: рекламы товаров и услуг; продвижения акций и розыгрышей; подписки на email-рассылку; лид-магнитов.

Список литературы

1. Баклагина, Д. И. Landing page как маркетинговый инструмент поддержания продаж fashion-брендов во время коронавируса / Д. И. Баклагина // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий. – Т. 2. – Екатеринбург, 2021. – 2021. – Т. 2. – С. 47-52.
2. Курочкина, Е. Н. Стратегия продвижения landing pages / Е. Н. Курочкина // Международный академический вестник. – 2015. – № 2 (8). – С. 112-114.
3. Петроченков, А.С. Идеальный Landing Page. Создаем продающие вебстраницы / А.С. Петроченков, Е.С. Новиков. – М.: Питер, 2017. – 320 с.
4. Самые прибыльные онлайн-бизнесы в 2022 году. – Текст: электронный. – URL: <https://lindeal.com/trends/samye-pribylnye-onlajn-biznesy-v-2022-godu/> (дата обращения: 24.09.2022).
5. Структура лендинга с высокой конверсией: какой она должна быть в 2022 году. – Текст: электронный. – URL: <https://www.directline.pro/blog/struktura-landinga/> (дата обращения: 24.09.2022).
6. Итоги 2021 года и новая реальность 2022. – Текст: электронный. – URL: <https://edtechs.ru/blog/post/itogi-2021-goda-i-novaya-realnost-2022/> (дата обращения: 24.09.2022).

СЕРВИСНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ КАК ЗВЕНО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЦЕПОЧКИ ПОЛНОГО ЦИКЛА

Ибрагимхалилова Т.В., д-р экон. наук, доц., **Гвоздик А.А.**

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

t.ibragimhalilova@donnu.ru

Введение. В санкционных условиях обостряется проблема не только производства продукции автопрома, но и ее сбыта.

До февраля 2022 года Россия вполне успешно экспортировала автомобили во многие страны мира, в том числе, которые не входят в Таможенный союз. Что касается импорта, то основными партнерами России были Китай, Германия, Франция, Южная Корея и Турция.

Самые крупные доли в общем импорте товаров машины, оборудование и аппаратура – 31%; продукция химической промышленности – 12,2%; транспорт – 11,1%; металлы и изделия из них – 6,9%; пластмассы, каучук и резина – 5,9%; текстиль – 4,4%; продукты растительного происхождения – 4,1%; пищевые продукты, напитки, табак – 4,1%; прочее – 20,3% [5].

За последние месяцы вопросы поиска векторов наращивания внутренней экономики и импортозамещения стали особенно важными для исследования.

Ужесточение внешних условий, безусловно, затормаживает рост объемов автомобильного рынка России, однако дает множество возможностей для его развития. Создание национальных производственных цепочек полного цикла, в котором сервисное сопровождение является отдельным звеном, актуализируют необходимость данной публикации.

Целью исследования является обоснование приоритетности формирования производственных цепочек полного цикла в автопроме и выделении в нем сервисного сопровождения как звено производственной цепочки.

Основные результаты. Как бы не было парадоксально, но именно в условиях санкций перед автопромом России открываются возможности повышения конкурентных преимуществ для увеличения объемов производства и продажи автомобилей.

Вопреки мнениям некоторых скептиков, автопроизводство в России существует: отрасль дает более 90% всех продаваемых в стране автомобилей, и уже очень давно не ограничивается продукцией АвтоВАЗа и УАЗа. Государство уже долго ведет политику импортозамещения, и она дает некоторые результаты – производителям становится выгодно открывать заводы в России, чем импортировать готовые автомобили [3].

Конкурентные преимущества получает та компания, которая сможет модифицировать процесс наращивания внутреннего производства. Одним из направлений такой модификации является формирование производственных цепочек полного цикла, в которой определено место отведено процессу предпродажной подготовки сбыта и послепродажного обслуживания заказчиков.

Производственные цепочки полного цикла стабилизируют процесс производства за счет минимизации издержек и обеспечения в кратчайшие сроки удовлетворение всех запросов заказчиков. Кроме этого цепочки полного цикла обеспечивают обоснованное, регулируемое сокращение объемов складских запасов и незавершенного производства, что, безусловно, положительно влияет на экономику предприятия [4].

Для российского автопрома большое значение приобретает не только материальная часть товара, но и будущее его сервисное сопровождение. Покупатели сопоставляют предложения конкурентов исходя из полной стоимости товара, включая условия его эксплуатации, износа и обновления.

Это особенно наглядно проявляется в сегменте рынка автомобилей. По экспертным оценкам, каждый вложенный в сервис рубль даёт вдвое больше прибыли, чем вложенный в производство обслуживаемых автомобилей [2]. Расходы на топливо и обслуживание автомобиля составляют более 50% полной стоимости его приобретения и эксплуатации.

Решение проблем сервисного сопровождения материального потока оказывает непосредственное влияние на темпы общего социально-экономического развития страны. При этом установлено, что текущее состояние предприятий, осуществляющих сервисное обслуживание автомобилей, характеризуется низкой организационно-экономической эффективностью, слабым уровнем развития производственных мощностей, что усугубляется диспаритетом цен на эти услуги и негативно отражается на динамике макроэкономических показателей страны в целом, препятствуя поступательному экономическому росту.

Возрастает роль логистизации в сфере услуг. В методологическом аспекте рынка легковых автомобилей стоит придерживаться концепции сервисной логистики, ориентированной на оптимизацию не только материальной, но и сервисной составляющей экономического потока. Исходя из вышеизложенного, логистизация сервиса включает:

- рациональную конфигурацию и оптимизацию сервисного потока, сопровождающего материальный поток;

- развитие межфункциональных взаимосвязей в полном логистическом/производственном цикле;

- действие сервисной составляющей на инновационное развитие системы поставок, включая использование инструментальных средств и организационных форм инновационной деятельности в сервисном секторе экономики;

разработку механизма обеспечения межфункциональной сервисной интеграции бизнес-процессов всех участников товародвижения.

Сервисная логистика позволяет соединить в едином стратегическом плане все экономические потоки в полном логистическом цикле товародвижения так, чтобы деятельность всех звеньев взаимно дополняла друг друга, создавая синергетический эффект [1]. На первый план выходит комплексное решение проблем повышения качества сервисного сопровождения материального потока в функционале сбыта готовой продукции, не только имеющее, как правило, техническую природу, но и охватывающее весь комплекс логистических операций, а также консультации клиентов, финансово-кредитные аспекты сервиса.

Реализация концепции сервисной логистики, основываясь на балансе интересов многочисленных звеньев товародвижения, способствует рационализации затрат товародвижения, обеспечивая повышение потенциала сервисного сектора экономики страны в целом.

В данном случае инновационное развитие предприятий автопрома рассматривается не только как процесс, но и как форма усовершенствования системы факторов и условий, позволяющих повысить инновационный потенциал.

Заключение. Сервисное сопровождение в производственной цепочке полного цикла базируется на принципах сервисной логистики с учетом определения приоритетов развития экономики в целом, включая использование всех рычагов экономической политики (антимонопольное законодательство, государственное регулирование, кредитно-денежный механизм).

Список литературы

1. Балабанов, Ю. В. Логистическая трансформация сервисного сопровождения сбытовой деятельности (на примере автосервисных услуг): дис. – Ростовский государственный экономический университет, 2010. – 180 с.
2. Лукинский, В.С. Логистика автомобильного транспорта: концепция, методы модели / В.С. Лукинский. – М.: 2000. – 280 с.
3. Российский автопром – уже давно не только АвтоВАЗ. Какие в России есть автозаводы и что они выпускают? – Текст: электронный. – URL: <https://bankstoday.net/last-articles/rossijskij-avtoprom-uzhe-davno-ne-tolko-avtovaz-kakie-v-rossii-est-avtozavody-i-chto-oni-vypuskayut> (дата обращения: 24.09.2022).
4. Управление производством. – Текст: электронный. – URL: <http://www.up-pro.ru/library/logistics/systems/cepochka-postavok.html> (дата обращения: 24.09.2022).
5. Экспорт и импорт в условиях санкций: как работать бизнесу. – Текст: электронный. – URL: <https://gba.business.ru/blog/eksport-i-import-v-usloviyah-sanktsiy-kak-rabotat-biznesu/> (дата обращения: 24.09.2022).

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛИДОГЕНЕРАЦИИ ВЕБ-САЙТА

Ибрагимхалилова Т.В., д-р экон. наук, доц., *Леонова Д.А.*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

t.ibragimhalilova@donnu.ru, dashunkaleo@yandex.ru

Введение. Диджитализация и развитие информационных технологий привнесли множество изменений в деятельность и структуру рынков и экономики в целом. Это дало бизнесу преимущество в поиске потенциальных потребителей, но усложнило варианты воздействия и привлечения его к своему предложению.

В условиях растущей конкуренции растет необходимость привлекать потребителей дополнительными элементами. А так как информационная зависимость стала одной из самых распространенных, появилась возможность привлекать целевого потребителя независимо от его желания. И большинство компаний воспользовались данной возможностью для продвижения своих контента, товара или услуг посредством всплывающих окон на сайте, продвижения приложения в Google Play или рекламы с лид-формой в Facebook* и Instagram*. В маркетинге данный вид активности получил название лидогенерация.

Тема лидогенерации активно обсуждается как теоретиками, так и практиками. Вопросы лидогенерации затрагивались в работах М. Джона, К. Ветцеля, И. Кретова, Б. Халлигэна и др.

Цель исследования – определить эффективные методы лидогенерации в условиях информационного перенасыщения рынка.

Основные результаты. Важнейшим этапом создания клиентского капитала является привлечение клиентов или лидогенерация, которая представляет собой сбор контактных данных потенциальных клиентов [1].

Если рассматривать лидогенерацию в разрезе рекламы, то это услуга, которая предполагает оплату рекламы по результатам, в зависимости от количества обращений и заказов (целевых действий) [2]. Однако важно понимать, что создание лидов (потребителей) имеет свои особенности в зависимости от направления и целей бизнеса.

Продуктовая лидогенерация фокусируется на продукте, который удовлетворяет конкретную потребность и ищет потребителей, осознавших ее, посредством таргетинговой рекламы.

Контентная лидогенерация ориентирована на информационный продукт. Целевая аудитория такого продукта не всегда осознает свою потребность в продукте, но имеет проблему, которую он позволяет

решить. Основными каналами воздействия на такую аудиторию являются: реклама в социальных сетях, email-рассылки, публикации в СМИ.

Партнерская лидогенерация это некий гибрид первых двух видов. Каналом продвижения в ней являются партнерские сети. Это универсальная схема поиска потребителей, подходящая абсолютно всем видам бизнеса.

Независимо от целей бизнеса в области рекламы существует проблема роста стоимости лидов. Это означает, что запуск прямой рекламы растёт в цене из-за роста конкуренции, а качество привлекаемых лидов вместе со стоимостью не поднимается. Это приводит к необходимости перехода к контент-маркетингу.

Самыми эффективными инструментами лидогенерации в контент-маркетинге являются: электронные книги и статьи, клиентские кейсы, вебинары, подборки материалов.

Казалось бы, обучающий контент не может увеличить количество лидов для бизнеса, продающего товары и услуги, но для начала необходимо учесть цель лидогенерации – формирование базы данных холодных и теплых лидов (то есть потребителей, заинтересованных в продукте). 92 % людей согласятся отдать свой email-адрес в обмен на участие в вебинаре, при условии наличия в нем полезности [3]. Таким образом, воронка, построенная через вебинар, приводит к получению базы электронных адресов до момента предоставления, обещанного контента потребителю. Также, после проведения мероприятия можно получить дополнительный приток потребителей в социальных сетях и обратную связь, что является моментом повышения лояльности к компании.

Бесплатный контент любого формата это уже хорошая приманка, но если этот контент несет пользу потребителю, то эффект от его использования может приносить до 5% конверсии.

В общеупотребительной практике есть две стратегии продвижения инфобизнеса: быстрые и долгие продажи.

Быстрые продажи: набрать количество участников на вебинар → продать продукт → «дожать» оставшихся после вебинара.

Долгие продажи: привлечь в блог → сделать подписчиком → «прогреть» → позвать на вебинар → продать → продолжить работу с блогером → повторные продажи.

Проиллюстрировать эффект от этих двух вариантов можно с помощью графика на рис. 1 [4].

Из рис. 1 видно, что долгие продажи, а именно систематические вебинары в данном контексте, приводят к плавному увеличению продаж с устойчивой тенденцией к росту продаж продаваемого продукта.

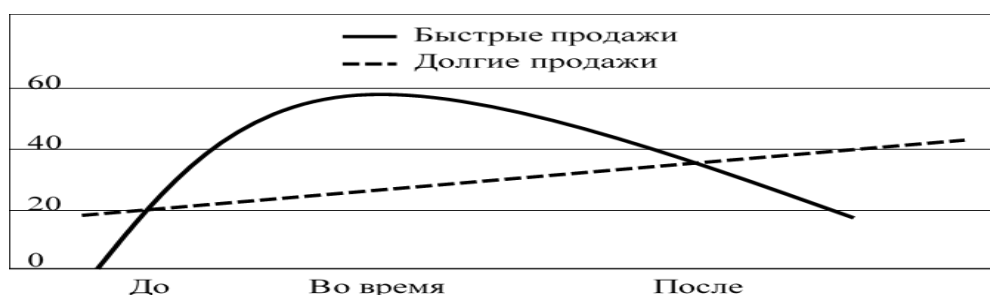


Рис. 1. График соотношение долгих и быстрых продаж до, во время и после вебинара

Ярким кейсом, демонстрирующим суть долгих продаж, является опыт магазина инструментов «Все Инструменты» в создании собственной комьюнити. Компания постепенно внедряла новые виды социальной активности: YouTube, Instagram, TikTok. Это также можно считать лидогенерирующими элементами. За 4 года развития магазин вырос с 20 до 128 тыс. пользователей в YouTube и с 3 до 200 тыс. – в Instagram. Несмотря на, казалось бы, обыденную тематику, нынешняя комьюнити «Все Инструменты» насчитывает более 600 тыс. лояльных потребителей. Это дает магазину абсолютное первенство среди других аналогичных магазинов [5].

Заключение. Создание полезного контента в любом формате является одним из эффективных инструментов лидогенерации. Не смотря на важность рекламы как основного направления в создании лидов, даже третированная реклама должна предлагать потребителю ту информацию, которая его «зацепит» и «подогреет» его интерес не только к продукту, но и к компании-продавцу.

Список литературы

1. Управление бизнесом в цифровой экономике: вызов и решения / под ред. И.А. Аренкова, Т.А. Лезиной, М.К. Ценжарик, Е.Г. Черновой. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2019. – 360 с.
2. Архангельская, И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие / И.Б. Архангельская, Л.Г. Мезина, А.С. Архангельская. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2022. – 171 с.
3. Демищенко, Е. Как вебинары увеличивают подписную базу и продажи: модель лидогенерации. – Текст: электронный. – URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2016/10/26/kak-vebinary-uvelichivayut-podpisnuyu-bazu-i-prodazhi-model-lidogeneracii/> (дата обращения: 10.09.2022).
4. Унтерзегер, А. Стратегия продаж с позиции маркетинга. Что лучше: 375 тыс. в начале или больше 1 млн. через 2 года? – Текст: электронный. – URL: <https://d-sant.com/blog-dsant/strategiya-prodazh-s-pozitsii-marketinga-cto-luchshe-375-tys-v-nachale-ili-bolshe-1-mln-cherez-2-goda/#Две-стратегии-продаж:-быстрая-и-долгая> (дата обращения: 10.09.2022).
5. РБК: Кейс «ВсеИнструменты.ру»: как выстроить стратегию работы с блогерами. – Текст: электронный. – URL: <https://pro.rbc.ru/demo/5fae55279a794786360a7ca1> (дата обращения: 10.09.2022).

СТРУКТУРА ВЕБ-САЙТА ОРГАНИЗАЦИИ (на примере потребительского кооператива)

Инишаков А.А.

ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова»,
г. Москва, РФ
aero789@mail.ru

Введение. Независимо от отрасли присутствие компании в Интернете может оказать существенное влияние на ее деятельность. Некоторые компании до сих пор не осознают, что в наши дни большинство их клиентов проверяют их веб-сайт перед покупкой их товаров. Качество корпоративного сайта влияет на результаты работы компании. Статья посвящена поиску оптимальной структуры веб-сайта организации потребительской кооперации. Область маркетинга, связанная с веб-технологиями для бизнеса, широко обсуждается в академических кругах [1, 2, 3].

Цель работы – рассмотреть основные аспекты создания веб-сайта для потребительского кооператива.

Основная часть. Создание веб-сайта является важным этапом развития кооперативного предприятия. Самая большая проблема для малого бизнеса и владельцев личных веб-сайтов – повышение его видимости и рейтинга. Веб-сайты со временем загрузки более 3 секунд приводят к росту процента потери клиентов, и именно здесь структура веб-сайта играет важную роль.

Веб-сайт состоит из различных страниц, наполненных информацией. Его структура включает в себя то, как взаимосвязаны домашняя, дочерние страницы, а также другие важные элементы. Структура любого сайта должна напоминать пирамиду с главной страницей наверху и категориями с подкатегориями под ней.

Чтобы удержать внимание пользователя структура сайта должна быть в основном сосредоточена на предоставлении желаемого опыта пользователю и на том, чтобы поисковые роботы могли правильно сканировать сайт для более быстрой индексации (для ранжирования в поисковых системах, таких как Google). Для построения структуры сайта необходимо понимание целевой аудитории. В случае кооператива это могут быть сферы его работы, например, закупка продовольственных товаров или предоставление кредитных ресурсов.

Неструктурированный веб-сайт приведет к потере клиентов, пользователи, потенциальные новые члены кооператива, не будут долго находиться на нем, что приведет к снижению видимости сайта в поисковых

системах. Структурированность сайта важна для алгоритмов Google. Алгоритм получает информацию от пользователей для ранжирования любого сайта. Если пользователь задерживается на каком-либо сайте долго, из-за его хорошей структуры, это приводит к повышению рейтинг сайта.

Так, проанализировав данные о 10 миллионах посещений своих целевых страниц, команда Groupe Renault обнаружила сильную корреляцию между наибольшим содержанием LCP, определяющим скорость загрузки страницы и ее крупных визуальных элементов, и коэффициентом конверсии. Их цель – оптимизация веб-сайта до тех пор, пока показатель LCP не опустится ниже 1 секунды [4].

Кроме того, для большинства веб-сайтов большую часть трафика направляют поисковые системы, поэтому, если поисковые роботы испытывают трудности с пониманием того, что представляет собой сайт, он получит низкие рейтинги и, следовательно, меньше трафика.

Разработку сайта необходимо начать с процесса планирования. Прежде чем приступить к созданию каких-либо страниц или категорий, сначала необходимо спланировать его структуру. При работе нужно помнить:

- 1) сайт должен иметь логическую структуру. Подкатегории должны быть связаны с основной категорией, а основные категории должны быть связаны с общей темой сайта;

- 2) число основных категорий должно быть от двух до семи, если сайт не очень большой для управления;

- 3) используются только те подкатегории, которые тесно связаны с основной категорией, поскольку не связанные подкатегории могут сделать структуру несбалансированной;

- 4) названия категорий и подкатегорий, должны содержать все соответствующие ключевые слова.

Пример структуры веб-сайта потребительского кооператива представлен на рисунке 1.

С точки зрения расходов, бюджет малого предприятия как правило ограничены, поэтому добавление ежемесячных расходов в бухгалтерскую книгу трудно оправдать. Владелец бизнеса не нужно тратить значительные средства на наем профессиональных веб-дизайнеров и разработчиков. Все, что нужно сделать, это найти конструктор сайтов и создать на нем свой проект.

Для выбора лучшего конструктора сайтов необходимо: во-первых, определить цель вашего сайта. Затем ознакомится с функциями доступных конструкторов веб-сайтов и выбрать тот, в котором есть все, что вам нужно.

Среди лучших конструкторов веб-сайтов для малого можно выделить: Renderforest, GoDaddy, Wix, WebsiteBuilder, Squarespace, Weebly, Shopify, BigCommerce, Strikingly.

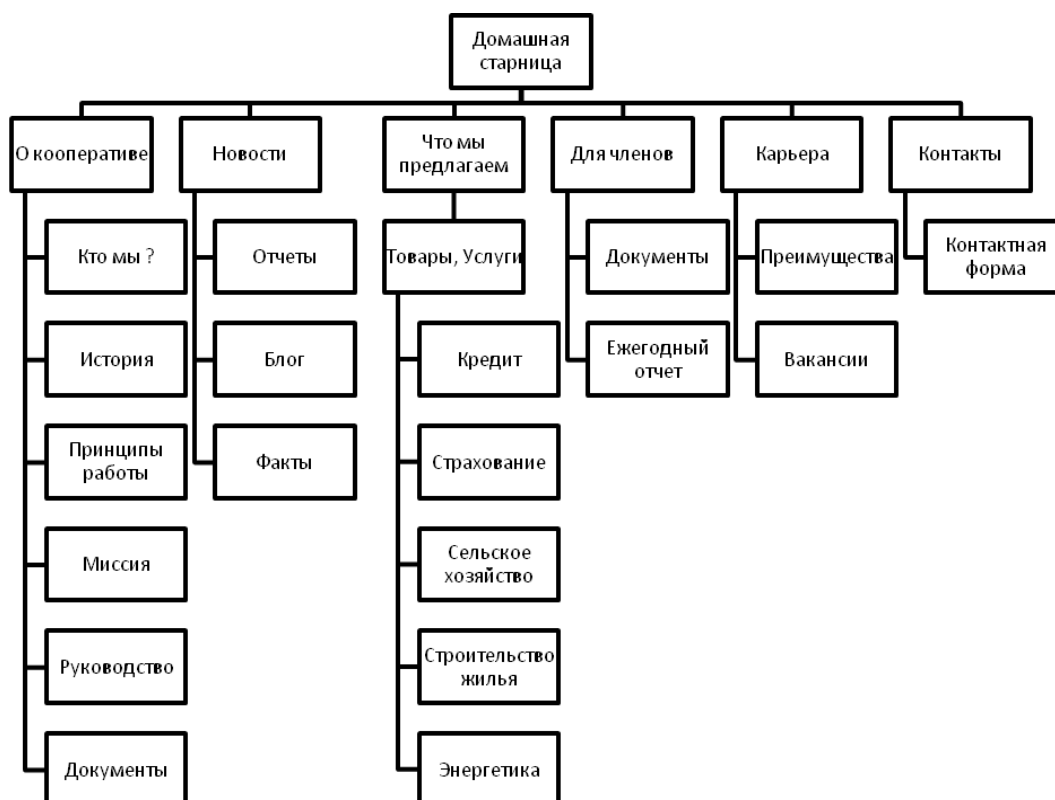


Рис. 1. Базовая структура дерева веб-сайта для потребительского кооператива
[составлено автором]

Заключение. Таким образом, можно сделать выводы:
 хорошая структура сайта улучшает пользовательский опыт;
 когда домашняя страница веб-сайта связана с каждой важной подстраницей, поисковым роботам легко сканировать сайт;
 если пользователи легко перемещаются по сайту, могут без проблем находить информацию или товары, которые они ищут, шансы на то, что они станут клиентами (членами кооператива), значительно возрастают.

Список литературы

1. Wan, H. A. Opportunities to enhance a commercial website // Information & management. – 2000. – Т. 38. – №. 1. – С. 15-21.
2. Salehi, F. et al. The impact of website information convenience on e-commerce success of companies //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2012. – Т. 57. – С. 381-387.
3. Wibowo T., Taniyaya E. Веб-дизайн Профиль компании Pt. Sentek Indonesia // Национальная конференция проекта общественных работ (NaCosPro). – 2021. – № 3. – С. 1170-1174.
4. Web.dev How Renault improved its bounce and conversion rates by measuring and optimizing Largest Contentful Paint. – Текст: электронный. – URL: <https://web.dev/renault/> (дата обращения: 06.08.2022).

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ: МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Кужелева А.А., канд. экон. наук, доц., **Рамирес-Сташко Т.Ф.**

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
tatiana.ramires@mail.ru

Введение. Для повышения конкурентоспособности предприятия руководство должно уделять отдельное внимание ассортиментной политике предприятия. Ассортиментная политика – одна из наиболее важнейших частей деятельности предприятия. Также ассортиментная политика является одним из главных элементов в принятии маркетингового или какого-либо другого решений, связанных с критериями приобретения товара и методами его продвижения.

Проблемой исследования анализа и совершенствования ассортиментной политики на рынке занимались такие зарубежные исследователи, как Р. Эванс Дж., Ф. Котлер, Д. Кревенс, Е. Дихтль и др. Из отечественных специалистов изучению этой проблемы посвятили свои труды М. К. Ашинова, А. В. Сысолятин, Е. П. Михалева, В. С. Маркосян, М. Л. Халявина и т. д.

Цель исследования – изучить маркетинговые инструменты формирования ассортиментной политики предприятия.

Основная часть. Изучая понятие «ассортиментная политика» можно сказать, что не существует единого определения к данному термину. Так, И. Н. Герчикова отметила, что ассортиментная политика предполагает решение проблемы выбора номенклатуры производимой продукции и её оптимизацию [3]. А. В. Орлов, Ф. А. Крутикова определили ассортиментную политику, как эффективное формирование ассортимента за счет анализа общественных потребностей, покупательского спроса, достижений научно-технического прогресса [5].

Широкий ассортимент позволяет дифференцировать продукцию; ориентироваться на удовлетворение различных вариантов потребностей большого числа потребителей и стимулировать трафик покупок в одном месте. Необходимы определенные знания и инвестиции для различных категорий товаров. В свою очередь глубокий ассортимент может удовлетворять потребности большого разнообразия сегментов по одному товару; максимизировать использование места в торговых точках; препятствовать появлению конкурентов; предлагать диапазон цен и симулировать поддержку дилеров. Также увеличиваются расходы на поддержание запасов, модификации продукции и выполнение заказов. Кроме того, могут возникнуть определенные трудности в различии между двумя схожими ассортиментными позициями.

Элементы при формировании ассортиментной политики делятся на такие составляющие: разделение рынка на сегменты рынка и выбор целей рыночных сегментов; выбор наиболее эффективного метода формирования ассортимента; формирование стратегии реализации товаров; определение товаров, пользующихся наиболее высоким спросом у потребителей, которые помогут обеспечить экономическую эффективность предприятия; изучение потребностей потребителя к внешнему виду, способам продажи, сервису и т. д.; определение оптимального соотношения набора товаров, находящихся на разных стадиях жизненного цикла.

Данные составляющие взаимосвязаны друг с другом и позволяют составить эффективную для каждого предприятия ассортиментную политику. Основной целью планирования, формирования и управления ассортиментом является возможность предприятия своевременно удовлетворить возникшую потребность выбранной категории потребителей с учетом выбранного профиля предприятия.

После разработки ассортиментной концепции переходят к построению ассортиментной стратегии. Ассортиментная стратегия – это важнейший фактор в построении и развитии товарного ассортимента. Эффективность ассортиментной стратегии – это залог эффективности работы всего предприятия. При определении оптимальной ассортиментной политики и товарной номенклатуры, прежде всего, исходят из двух взаимодополняющих и взаимоисключающих принципов: принципа синергизма (или внутренней взаимосвязи) и принципа стратегической гибкости (конгломерата). Принцип синергизма предполагает внутренне увязанную номенклатуру выпускаемых товаров, а также дополнение друг друга отдельных товаров. По мнению Д. В. Арутюновой, одним из принципов работы в нестабильных условиях является достижение стратегической гибкости. Данный принцип основывается на построении стратегических зон хозяйствования и товарной номенклатуры, которые зависят от различных технологий, требуют разнородных экономических, культурных и политических условий, уравнивают рискованные и устойчивые товарные группы и тому подобное [1].

Суть формирования ассортимента состоит в планировании фактически всех видов деятельности, направленных на выбор продуктов для будущего производства и реализации на рынке и на приведение характеристик этих продуктов в соответствие с требованиями потребителей. Формирование на основе планирования ассортимента продукции является непрерывным процессом, продолжающимся в течение всего жизненного цикла продукта, начиная с момента зарождения замысла о его создании и кончая изъятием из товарной программы.

Оптимально подобранная ассортиментная политика организации прямо воздействует на сбытовую деятельность, что позволяет управлять долей маржинального дохода и, следовательно, долей чистой прибыли в

выручке компании. При несбалансированной структуре ассортимента происходит снижение уровня прибыли, потеря конкурентных позиций на перспективных потребительских и товарных рынках и, как следствие этого, наблюдается снижение экономической устойчивости предприятия [2].

Для проведения полноценного анализа ассортимента можно выбрать либо совместить несколько известных и универсальных методов, возможных для адаптации к ситуации в конкретной компании. Результаты анализа ассортиментной политики, полученные по различным методам, сравниваются между собой и на основании полученной информации формируются предложения по изменениям ассортимента.

Для анализа ассортиментной политики наиболее предпочтителен анализ с помощью ряда показателей, так как их применение позволяет оценить ассортиментную политику в целом сразу по нескольким признакам. С точки зрения Б. И. Герасимова для определения эффективности ассортиментной политики можно применить пятнадцать показателей. Например, коэффициент оборачиваемости запасов предприятия очень важен для оценки ассортиментной политики, так как он показывает, насколько успешно составлен ассортимент с точки зрения производственных возможностей предприятия [2]. Рост коэффициента означает увеличение спроса на продукцию, снижение приводит к затовариванию.

Еще один способ анализа ассортиментной политики – расчет рентабельности продаж предприятия, которое характеризует эффективность ассортиментной политики предприятия. Также рентабельность продаж отражает доход компании на каждый заработанный рубль; характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности и показывает, сколько предприятие имеет прибыли с рубля продаж.

Рентабельность затрат предприятия характеризует окупаемость издержек производства и показывает, сколько предприятие имеет чистой прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции [5].

По мнению Е. М. Крипа наиболее простым и универсальным методом изучения ассортимента предприятия является АВС-анализ. Идея метода АВС анализа строится на принципе Парето: «за большинство возможных результатов отвечает относительно небольшое число причин», в настоящий момент более известного как «правило – 20 на 80».

Во время применения АВС-анализа необходимо разбить группы продукции по степени влияния на общий результат: принципом группировки может быть величина выручки, получаемая от конкретной группы продуктов, объем продаж или какие-либо другие параметры. Часто выручка более показательна в качестве критерия группировки.

Во время применения АВС-анализа необходимо разбить группы продукции по степени влияния на общий результат: принципом группировки может быть величина выручки, получаемая от конкретной группы продуктов, объем продаж или какие-либо другие параметры. Часто выручка более показательна в качестве критерия группировки.

Заключение. Подводя итоги, можно отметить, что эффективно составленная ассортиментная политика влияет на совершенствование сбытовой деятельности организации, тем самым увеличивая ее качество и доход компании. Анализ ассортиментной политики принято проводить некоторыми методами, чтобы, сопоставив в конце результаты по всем способам, получить более точный результат. Далее по полученным данным будут разрабатываться пути совершенствования ассортиментной политики предприятия. Ассортиментная политика определяет набор товара в зависимости от их нахождения на определенной стадии жизненного цикла. Самый эффективный способ анализа ассортиментной политики является анализ с помощью определенных показателей. Также существует такой эффективный метод портфельного анализа, как АВС-анализ.

Список литературы

1. Ашинова, М. К. Совершенствование ассортиментной политики предприятия региона / М. К. Ашинова // Новые технологии. – 2019. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-assortimentnoy-politiki-predpriyatiy-regiona?ysclid=l8tc35dgzg440584186> (дата обращения: 21.09.2022).
2. Михалева, Е. П. Алгоритм формирования стратегической ассортиментной политики предприятия / Е. П. Михалева // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/algoritm-formirovaniya-strategicheskoy-assortimentnoy-politiki-predpriyatiya?ysclid=l8tc2ew5oy757967252> (дата обращения: 21.09.2022).
3. Салихова, Р. Р. Оценка эффективности ассортиментной политики в торговле / Р. Р. Салихова // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – URL: <http://www.vestnykeys.ru/0115/11.pdf> (дата обращения: 21.09.2022).
4. Оборудование для производства кондитерских изделий и линий розлива [Электронный ресурс]. – URL: <http://akmalko.com/>. – ООО «Акмалько Инжиниринг» (дата обращения: 21.09.2022).
5. Сысолятин, А. В. Методы анализа товарной политики компании [Электронный ресурс] / А. В. Сысолятин // Электронный научно-практический журнал «Naukarastudent.ru». – 2019. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23378250&ysclid=l8tc080un4377234152> (дата обращения: 21.09.2022).

ДИАГНОСТИКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ПОТЕНЦИАЛ»

Молохова Я.О., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

molochova.ya@donnu.ru

Введение. Необходимость рыночной ориентации управления, обеспечения стратегического подхода, изменения самого стиля управления предполагает формирование определенного образа мышления в управлении предприятиями. Рыночная ориентация в управлении предприятиями реализуется с помощью стратегического маркетингового управления.

Вопросами данной проблематики занимались такие отечественные и зарубежные ученые, как Ламбен Ж., Котлер Ф., Ассель Г., Завьялов П.С., Балабанова Л. В., Войчак А.В., Голубков С.С. Гаркавенко С. и др. [2].

Целью исследования является изучение практики применения стратегического управления маркетингом на предприятии как неотъемлемого конкурентоспособного инструмента управления в условиях рыночных отношений.

Основные результаты. Для предприятий, таких как ООО «Потенциал», функционирующих по различным направлениям деятельности, необходимым является осуществление стратегического анализа товаров, для чего можно использовать любые из существующих матричных инструментов портфельного анализа.

Предлагается осуществление маркетингового анализа стратегических позиций предприятия на основе использования матрицы BCG и GE/McKinsey. Анализ товарного портфеля ООО «Потенциал» с помощью матрицы БКГ показал, что на современном этапе ассортимент предприятия является неоптимальным и несбалансированным.

ООО «Потенциал» находится в поле зона роста – конкурентная позиция сильная, а долгосрочная привлекательность отрасли – средняя. Бизнес позиция предприятия сильная.

Предприятие имеет хорошо налаженную систему конкурентного реагирования, продуманную программу стратегических вариантов действий; обладает значительными конкурентными активами и ключевыми компетенциями.

В связи с этим, место предприятия ООО «Потенциал» на матрице определено на рисунке 1. Его состояние – естественное развитие.

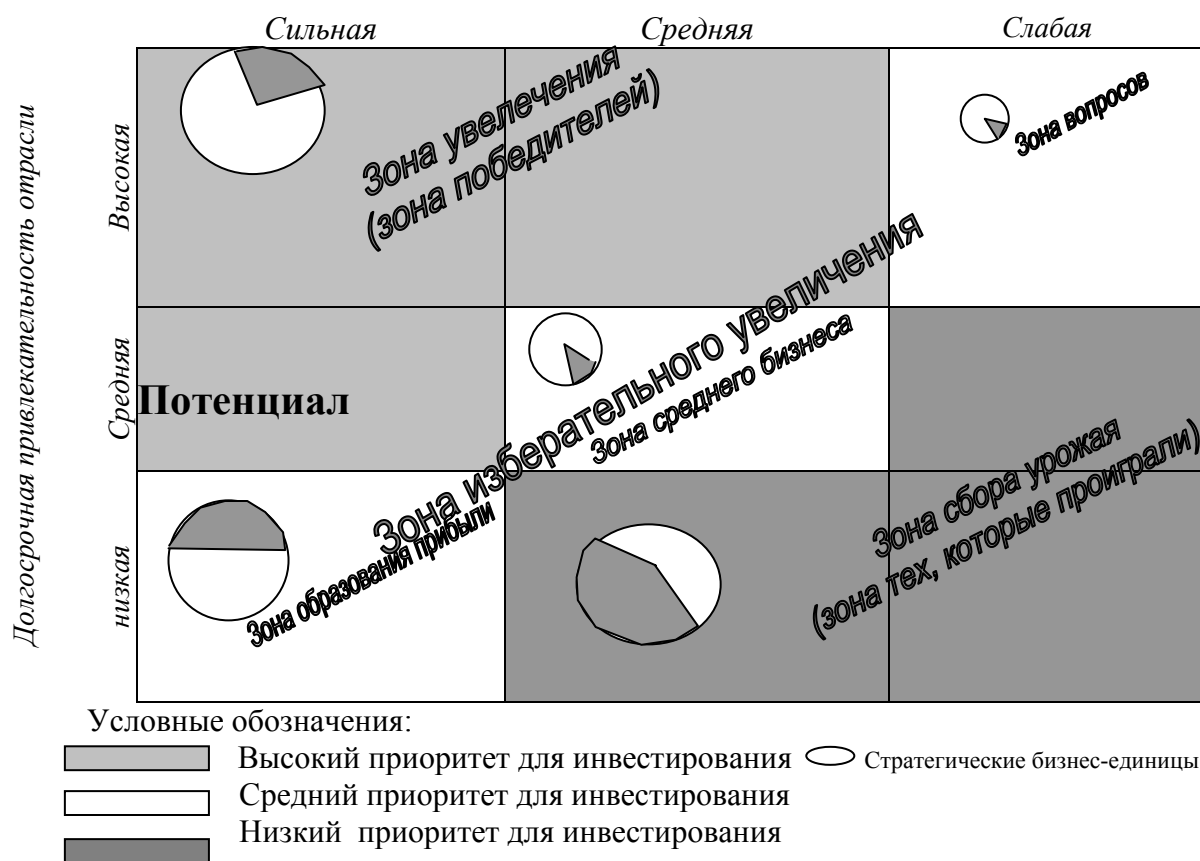


Рис. 1. Матрица GeneralElectric для анализа привлекательности позиции в конкуренции

ООО «Потенциал» использует коммуникационную стратегию «вытеснения», при которой основные маркетинговые усилия обращены на клиентов, чтобы побудить их принять марки фирмы в свой обиход, создать необходимые запасы, выделить своим товарам нужное место в торговом зале и побуждать покупателей к закупкам товаров фирмы.

Предприятию целесообразно применять информационно-ориентированную стратегию сохранения позиций марки или фирмы, поскольку она позволяет укрепить позиции предприятия путем передачи информации о товарах. Способом передачи информации является печатная реклама, насыщенная особенностями товаров предприятия [1]. Согласно матрице рекламных стратегий FooteCone&Belding, для товаров предварительного выбора целесообразно использовать стратегию «Эмоции / Высокая важность» (аффективная модель). Потребитель рассматривается как индивид, который полагается не столько на специальную информацию, сколько традиции и эмоции. Для товаров ежедневного спроса лучше использовать стратегию «Обдумывание / Низкая важность», что даст возможность индивиду сделать покупку практически не задумываясь.

Согласно портфелю рекламных стратегий ООО «Потенциал» можно применить стратегию упрощения покупки, делая акцент на наличие товара, который соответствует критериям: запросы покупателей, доступность,

цена, компетентность продавцов. Целесообразно проводить оценку условий коммерческой работы предприятия ООО «Потенциал» на основе матрицы Симона (рис. 2).

		Объективное качество (позиция фирмы)	
		Н и з к а я	В ы с о к а я
Субъективное восприятие потребителей	В ы с о к а я	1. ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИЗБЫТОК - поддерживать информационный поток (тактика); - улучшение качества (стратегия)	2.ТЕХНИКО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОПЕРЕЖЕНИЕ - сохранять достигнутое конкурентное преимущество
	Н и з к а я	3. ТЕХНИКО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОТСТАВАНИЕ - улучшать качество и информацию; или - снижать расходы и цены	4.ИНФОРМАЦИОННЫЙ ДЕФИЦИТ - улучшать коммуникационную связь с потребителем; - улучшать информацию для клиентов

Рис. 2. Матрица Симона «объективное / субъективное качество»

ООО «Потенциал» находится в поле информационного дефицита, потому что считается, что руководство объективно думает о предприятии хорошо, но потребители считают, что предприятию еще есть над чем работать. Поэтому руководство должно улучшать коммуникационную связь с потребителями и улучшать информацию для клиентов.

Для того, чтобы ООО «Потенциал» работало еще эффективнее, целесообразно применять стратегию оптимизации товарного ассортимента – стратегия дифференциации товара по таким направлениям как сервис, персонал, имидж.

Заключение. Для того, чтобы вышеупомянутые выводы были доведены до практического уровня, надо их довершить системой планов и проектов предприятия, которые предназначены для реализации определенных стратегий.

Список литературы

1. Борисова, В.А. Повышение конкурентоспособности предприятий / В.А. Борисова // Экономика АПК. – 2020. – №5. – С. 75-79.
2. Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка: учеб. пособие / Б.И. Герасимов. – М.: Форум, 2019. – 336 с.

РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Петенко И.В.¹, д-р экон. наук, проф., *Корнилов Н.А.¹*,
Петенко А.В.², канд. экон. наук, доц.

¹ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

²ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, РФ
i.petenko@donnu.ru

Введение. В современном мире хозяйствования поиск новых методов повышения эффективности управления и использования персонала становится главным конкурентным преимуществом любой организации. Современные концепции управления персоналом базируются на признании растущей значимости личности сотрудника, на знании его мотивационных установок, мастерстве их создавать и уметь грамотно направить для достижения целей, которые стоят перед компанией. В связи с этим в управлении персоналом применение маркетингового инструментария является своевременным и обоснованным. Результат достижения поставленных целей маркетинга персонала находится в зависимости от того, в какой последовательности внедряются его элементы и по какому принципу. Поэтому необходимой задачей для предприятия является именно обоснование такой последовательности, по которой будет эффективно выполнено задачи маркетинга персонала.

Целью данной статьи является обоснование этапов реализации маркетинга персонала на предприятии.

Основная часть. Как научное направление маркетинг персонала возник не так давно, поэтому однозначного понимания и четких отличительных черт еще не сформировано, что и актуализирует необходимость исследования этой проблематики в контексте развития современных предприятий.

Система маркетинга персонала определяется, как формирование системы маркетинга персонала предусматривает регулярное проведение анализа рынка труда, изучение уровня спроса и предложения рабочей силы; анализ внутреннего трудового уровня и потенциала его применения; определение мотивов существующего персонала; создание результативных служб управления персоналом; использование новых технологий по управлению кадрами; развитие рыночных стратегий управления работниками.

Целесообразным считается использование положений классической теории маркетинга, согласно которой для того, чтобы составить и реализовать маркетинговый комплекс [2], компания осуществляет анализ,

составление плана и, непосредственно, контроль маркетинговой деятельности. Поэтому нужно будет включить в алгоритм реализации маркетинга персонала стадию анализа внешней и внутренней среды, этап планирования комплекса маркетинга персонала, стадию реализации, а также этап контроля и оценки успешности реализации маркетинга персонала (рис. 1).

Маркетинговые мероприятия в области персонала имеют важную взаимосвязь с рынком рабочей силы и отношением с наемными сотрудниками.

Тенденции маркетинговой деятельности в сфере персонала включают в себя следующее:

- 1) создание высококласных и квалификационных требований к работникам;
- 2) выявление качественной и количественной потребности в персонале;
- 3) расчет расходов на привлечение и дальнейшее использование персонала;
- 4) выбор определенных источников и путей возмещение нужды в работниках.

Что касается практического подхода применения маркетинга, то он выглядит следующим образом. Как известно, маркетинг, в интегрированном виде, существует на предприятии далеко не всегда. Зачастую его функции распределены и не имеют взаимосвязи в одном комплексе. Организация может уделять маркетингу минимум внимания, тем самым, не признавая его существования в целом. Но стоит отметить, что предприятие, имеет тесную взаимосвязь с рынком, применяя подходы и методы маркетинга. Сфера маркетинга характеризуется стремительным устареванием актуальных концепций и идей, которые в свою очередь, вызваны изменениями рыночной ситуации. Важно отметить, что для организаций и предприятий также свойственна инерционность. То есть, маркетинговые стратегии, установленные накануне, используются и сегодня, но часто не оправдывают своего назначения [3].

Своевременная корректировка маркетинговых стратегий гарантирует значительную экономию финансовых средств, что связано с сокращением непроизводительных расходов и увеличением отдачи от рынка.

Воздействие различных условий никак не постоянно, скорее, напротив, в том случае, когда поставленные цели и стратегии предприятия соответствуют реалиям рынка, то практика предыдущей деятельности, во время которой функции маркетинга выполнялись другими подразделениями, накладывает ряд ограничений. Также, управляющий предприятием предполагает, каким должен быть маркетинг, и готов строить его именно в надлежащем варианте.



Рис. 1. Алгоритм формирования системы маркетинга персонала

Результативность маркетинга высока, поскольку любая фирма сталкивается с задачей формирования условий с целью рационального использования человеческих ресурсов в сумме равновесия нужд,

заинтересованности компаний и любого работника. Результат имеющейся сбалансированности, может быть, достигнут путем применения маркетинга в управление кадрами. Отсюда следует, что маркетинг персонала, является одним из наиболее важных аспектов для компаний, чтобы выжить в условиях рыночных отношений. Это даст возможность отслеживать изменения в профессионально квалификационной структуре персонала с целью выявления тенденции в развитии рабочей силы на рынке труда, а также, своевременное определение качественных и количественных требований к ней.

В **заключении** отметим, что маркетинг персонала в современных условиях, является одним из важных факторов поддержания конкурентоспособности предприятий в условиях рынка. Внедрение маркетинга персонала в практическую деятельность предприятий необходимо и обосновано. По мере развития личности работника приходится все чаще согласовывать рыночные условия и интересы сотрудников предприятия, поскольку развитие в значительной степени нуждается в планировании его кадрового обеспечения, а качественно новый уровень развития экономики не может быть, достигнут без качественного использования маркетингового инструментария в ходе деятельности управления кадровым составом.

Процесс становления маркетинга персонала в организации позволяет наиболее развернуто представить процесс маркетинга персонала, учесть основные его этапы (анализ, планирование, реализацию и контроль) и отразить элементы комплекса внешнего и внутреннего видов маркетинга персонала.

Список литературы

1. Говорова, Н. А. Маркетинг персонала: монография / Н. А. Говорова. – М.: ИД «АТИСО», 2012. – 220 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг; пер. с англ. Т. В. Клекоти. – 9-е изд. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2003. – 1200 с.
3. Чашин, В.В. Маркетинг персонала как инструмент повышения эффективности маркетинговой деятельности организации: монография / В.В. Чашин, Е. Г. Попкова. – М., 2012. – 236 с.

МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ РИСКАМИ

Петенко И.В.¹, д-р экон. наук, проф., *Парапанов Н.С.¹*,

Белявцев Ю.М.², канд. экон. наук

¹ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

²ГОУ ВПО «Донецкий Национальный университет экономики и торговли

им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ

i.petenko@donnu.ru

Введение. Аспекты экологически ориентированного маркетинга отражают, во-первых, быстрое развитие технологий и процессов, снижающих воздействие на окружающую среду, а, во-вторых, ускорение формирования рынка экологических услуг. Указанные тенденции обуславливают потребность развития соответствующего маркетингового инструментария управления этими и рядом других факторов.

Основная часть. Экономические результаты функционирования промышленных предприятий, необходимость перехода управления на принципы экологического маркетинга, а также ущерб, наносимый окружающей природной среде, состоянию основных производственных фондов дает возможность говорить о наличии экологического риска и о необходимости управления его показателями с помощью инструментов экологического маркетинга.

В маркетинге риск рассматривают, как угрозу возникновения убытков или неполучения планового объема прибыли в результате реализации конкретных решений или видов производственно-сбытовой деятельности, которые опираются на рекомендации маркетинга. Существующие классификации маркетинговых рисков в основном выделяют маркетинговые риски как одну из составляющих хозяйственного риска. В составе маркетинговых рисков отдельно выделяют конкурентный риск, риск непринятия продукции потребителем, риск неадекватной оценки емкости рынка, риск принятия неверных маркетинговых решений, риск, связанный с изменениями ситуации на рынке в период между его анализом и принятием маркетинговых решений, которые опираются на результаты анализа [1].

Исходя из основного инструментария маркетинговой деятельности, экологические риски следует разделить на: риски несоответствия качества товара экологическим нормативным требованиям и стандартам; риск завышения цен в сравнении с конкурентами в результате повышения себестоимости продукции из-за использования устаревших технологий производства и оплаты дополнительных штрафов за превышения нормативов выбросов, сбросов и захоронений отходов производства; риск

распространения вредных веществ, присутствующих в продукции на складах и в отходах промышленного производства на прилегающих к местам продажи и хранения территориях; риск потери доверия потребителей и общественности в результате распространения неправдивой и недостаточной информации о влиянии производства на окружающую среду.

Маркетинговый механизм управления экологическими рисками основан на специфической типологии рыночных методов. В настоящее время известны следующие основные группы методов управления:

административное регулирование, то есть внедрение соответствующих нормативных стандартов и ограничений, которые должны соблюдать фирмы-производители; осуществление лицензирования и прямого контроля процессов природопользования; экономическое стимулирование, направленное на то, чтобы заинтересовать субъектов-производителей в рациональном природопользовании; функционирование и развитие системы платежей и экономических налогов за загрязнение среды; распределение прав на вынужденное загрязнение и соответствующие компенсационные платежи.

Традиционно во многих странах мира, в последние десятилетия процесс управления рисками основывается на использовании командно-административных методов, которые чаще всего требуют поддержания природоохранных стандартов за счет использования специальных технологий. А непосредственно управление сфокусировано на осуществлении контроля над отдельными источниками опасности и загрязнений и тем влиянием, которое они оказывали на людей и природу [2, с. 10-24].

В принципы управления рисками закладываются стратегические и тактические цели экологического маркетинга. В стратегических целях выражаются стремление к достижению максимально возможного уровня благополучия общества в целом, а в тактических – стремление к увеличению безопасности населения, длительности жизни. Обуславливаются как интересы групп населения, так и каждой личности в защите от чрезмерного риска. Самым главным принципом является положение о том, что в управление риском должен быть включен весь спектр существующих в обществе опасностей. Общий риск от них для каждого человека и для общества в целом не может превышать «допустимый» уровень. В развитых странах мира экологические аспекты деятельности существенно корректируют их активность, занимая ведущее место среди принципов финансовой политики. Появление множества международных соглашений о взаимодействии в области охраны окружающей среды, обуславливает выполнение определенных экологических обязательств и экономических ограничений для стран-участников. Требования распространяются на всех деловых партнеров и поставщиков без исключения, в том числе зарубежных. Следовательно, с

точки зрения обеспечения конкурентоспособности отечественных производителей на международных рынках сбыта государственная стратегия ДНР должна учитывать современные экологические приоритеты, влияющие на формирование ее международного имиджа.

ДНР в области реализации механизмов маркетингового управления экологическими рисками, предусматривающими управление факторами природопользования, может опираться не только на собственные достижения, но и использовать опыт таких развитых стран, как США, Япония, ФРГ, которые применяют метод, получивший название «бабл-принцип» («принцип пузыря»). Его смысл состоит в том, что в качестве источника загрязнения окружающей среды берутся не отдельные элементы, например, дымовые или сточные трубы, а предприятие в целом. Руководствуясь данной предпосылкой в пределах региона можно установить общие допустимые нормы сбросов и выбросов тех или иных загрязняющих веществ. Таким образом, предполагается, что предприятия находятся как бы в едином пространстве, поэтому при установлении стандартов качества среды, отражающих специфику конкретных регионов, предприятия сами могут определять величину сбросов и выбросов.

Заключение. Обобщая маркетинговые подходы в области экологии, их можно свести к основным трем проявлениям.

1. Отказ от единых, но ужесточение и дифференциация специфических технических требований к источникам загрязнения. Это даст возможность реализации и идентифицированного выбора продуцентами различных способов достижения общих нормативов сбросов или выбросов.

2. Осуществление прямых эколого-коммерческих сделок между субъектами хозяйствования. Смысл его заключается в том, что одни менее успешные в рассматриваемом аспекте субъекты хозяйствования покупают права на загрязнение у других – более успешных организаций, то есть у тех, которым удалось достигнуть показателей сбросов или выбросов меньше установленных государством норм.

3. Если субъекты хозяйствования по каким-либо причинам уклоняются от установки собственного очистного оборудования, то для них должны быть созданы условия, в соответствии с которыми им придется оплачивать часть стоимости такого оборудования.

Список литературы

1. Организация объединенных наций. Глобальный Договор. 10 Принципов Глобального Договора. – Текст: электронный. – URL: http://www.unglobalcompact.org/docs/languages/russian/GC_Brochure_Russian.pdf (дата обращения: 20.09.2022).
2. Яйли, Е.А. Традиционный и коэволюционный взгляды на системные подходы к проблеме управления экологическими рисками / Е.А. Яйли, А.А. Музалевский // Управление риском. – 2016. – № 2. – С. 10-24.

ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ТОМАТНОГО СОКА, ПРЕДСТАВЛЕННОГО НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ГОРОДА РЯЗАНИ

Савина О.В., д-р с.-х.наук, проф., **Байдова Н.В.**, канд. техн. наук, доц.,
Савина А.М., канд. экон. наук, доц.

ФКОУ ВО «Академия права и управления федеральной службы исполнения
наказаний», г. Рязань, РФ
savina090959@yandex.ru

Введение. Томатный сок занимает лидирующее место на рынке соков и соковой продукции в нашей стране, его доля в общем объеме овощных соков в России составляет 95 %. Высокая пищевая ценность томатного сока обусловлена значительным содержанием в нем витаминов и минеральных веществ, а также лечебно-профилактическими свойствами [1]. В одном стакане томатного сока может содержаться до 20 мг аскорбиновой кислоты и до 3 мг каротина, что составляет примерно треть суточной потребности организма в этих веществах. Из макроэлементов в томатном соке больше всего калия, регулирующего водный обмен (240 мг на 100 г), из микроэлементов преобладает железо [2]. Биологическую ценность томатного сока повышает также содержащийся в нем каротиноид ликопин, который является сильнейшим антиоксидантом, обладает противораковым действием, приостанавливают старение клеток организма, а также способствуют укреплению иммунной системы [3].

Наиболее ценным продуктом является томатный сок, изготовленный из свежих томатов, так как по своему химическому составу он приближается к свежему сырью. Но такой сок трудно найти на прилавках наших магазинов. Большая часть томатного сока, представленного на российском потребительском рынке, производится из концентратов и пюре, поставляемых из-за рубежа. Экспертиза качества такого продукта имеет важное практическое значение.

Основная часть. Объектами исследований явились пять образцов томатного сока разных торговых марок, закупленные в розничной торговой сети города Рязани (рис. 1). Все образцы представляли собой восстановленный томатный сок с мякотью, предназначенный для питания детей с 3-х лет. Четыре образца изготовлены ведущими отечественными производителями, а один – из республики Беларусь. Все отечественные образцы сока изготовлены по техническим условиям, а образец «АВС» - по государственному стандарту республики Беларусь.

Экспертизу качества томатного сока проводили в соответствии с ГОСТ 32876-2014 и Техническим Регламентом Таможенного союза ТР ТС 023/2011.



ТМ «Я»
(ОАО «Лебедянский»,
Липецкая
обл.)



ТМ «Сады
Придонья» (ОАО
«Сады
Придонья»,
Волгоградск. обл.



ТМ «Тонус»
(ОАО «Лебедянский», Ли-
пецкая обл.



ТМ «Добрый»
(ЗАО «Мул-
тон» г. Санкт-
Петербург)



ТМ «ABC»
(ОДО «Фирма
ABC», рес-
публика
Беларусь)

Рис. 1. Образцы томатного сока, отобранные на экспертизу

При сравнении органолептических характеристик образцов с требованиями ГОСТ 32876-2014 было выявлено, что все органолептические показатели образцов отвечают регламентированным требованиям, однако имеются отличия между образцами. Так, в образцах сока «Я» и «Добрый» отмечено присутствие единичных частиц дробленых семян. Сок «Добрый» имел также слегка кисловатые и негармоничные вкус и запах, а у сока «Сады Придонья» была жидкая консистенция.

Результаты оценки физико-химических показателей образцов томатного сока приведены в таблице 1.

Таблица 1

Физико-химические показатели качества томатного сока

Наименование показателя	Норма по ГОСТ 32876-2014 для восстановленного томатного сока	Значение показателя по образцам				
		Я	Сады Придонья	Тонус	Добрый	ABC
Мас. доля растворимых сухих веществ (за вычетом хлоридов), %	не менее 5,0	7,2	5,0	6,3	6,4	6,0
Мас. доля добавленной поваренной соли, %	не более 0,6	0,6	-	0,4	1,0	0,8
Мас. доля титруемых кислот в расчете на лимонную, %	не более 0,6	0,54	0,45	0,50	0,56	0,51
Мас. доля мякоти, %	не менее 8	19,4	12,0	19,3	16,8	20,6

Массовая доля растворимых сухих веществ (РСВ) является важнейшим показателем, характеризующим степень разбавления сока [13]. Все образцы по данному показателю удовлетворяют норме для восстановленного сока, однако данные различаются в 1,5 раза. Наибольшим содержанием РСВ обладает сок «Я» – 7,2 %; меньше всего растворимых сухих веществ в соке «Сады Придонья» – 5,0 %.

В состав четырех образцов из пяти добавлена поваренная соль для улучшения вкуса. В соответствии с действующим в нашей стране Техническим Регламентом на соковую продукцию ТР ТС 023/2011 в томатном соке для детского питания должно содержаться не более 0,6 % хлоридов. Как видим из таблицы 1, в соке «Добрый» содержание поваренной соли составляет 1,0 %, что превышает разрешенное значение для продуктов детского питания на 0,4%. Массовая доля титруемых кислот влияет на вкус сока. Иногда при недостатке органических кислот в исходном сырье производители «исправляют» пресный вкус сока добавлением органических кислот. Если концентрация органических кислот в соке выше допустимой нормы, говорить о «восстановленном», натуральном соке будет не совсем правомерно [4]. Все исследованные образцы удовлетворяют требованию ГОСТ по титруемой кислотности, следовательно, не содержат добавок органических кислот. Массовая доля мякоти в томатном соке должна быть не менее 8 %. Все образцы удовлетворяют этому требованию. У образца из Беларуси этот показатель самый высокий – 20,6 %. Самая низкая доля мякоти в соке «Сады Придонья», что отразилось на его достаточно жидкой консистенции.

Минеральных, растительных и других посторонних примесей в наших образцах не обнаружено.

Заключение. В результате проведенной экспертизы выявлено превышение разрешенного содержания добавленной поваренной соли в соке «Добрый», предназначенного для детского питания, на 0,4 %. Следовательно, такой сок не может использоваться в детском питании. Остальные органолептические и физико-химические показатели у всех образцов находятся в пределах установленных стандартом норм. Лучшим по большинству показателей (содержание растворимых сухих веществ, массовая доля мякоти) оказался сок «Я»; наихудшие показатели – у сока «Сады Придонья».

Список литературы

1. Савина, О.В. Современные подходы к созданию системы здорового питания сотрудников ФСИН / О.В. Савина / Сб.: Социально-экономическое развитие хозяйствующих субъектов, отраслей, регионов: проблемы и перспективы: Материалы Всероссийской науч.-практ. конф. – Рязань: Изд.Академия ФСИН России, 2019. – С. 115-119. – URL:<https://elibrary.ru/item.asp?id=41296055>.
2. Вытовтов, А.А. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: учебник для ВУЗов / А.А. Вытовтов. – М.: ИНФРА-М, 2013. – С. 143-175. – ISBN 978-5-16-004633-4. – Текст непосредственный.
3. Савина, О.В. Биохимия растений: учебное пособие для ВУЗов. Издание 2-ое, испр. и доп. / О.В. Савина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 227 с. – Текст: электронный. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437230>.
4. Колобов, С. В. Товароведение и экспертиза плодов и овощей: учебное пособие / С. В. Колобов, О. В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К, 2018. – 397 с. – ISBN 978-5-394-02300-2. – Текст: электронный. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/85722.htm>.

ПОВЫШЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ УЧЕТА ТОВАРОВ НА СКЛАДЕ

Сироткин А.А., канд. экон. наук, доц., **Клешина Л.А.**

Филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный университет путей сообщения»
в г. Нижнем Новгороде, г. Нижний Новгород, РФ
arsirotkin@rambler.ru

Введение. Прозрачность учета товаров на складе является, безусловно, актуальным вопросом логистической тематики.

Цель исследования состоит в изучении инструментария повышения прозрачности учета товаров на складе.

Основная часть. Прозрачность складского учета товаров на складе обеспечивается использованием терминалов сбора данных (ТСД) [1].

ТСД позволяют осуществлять без (с минимумом) ошибок инвентаризацию, приемку и отгрузку, контролировать корректность размещения и длительность хранения товаров на складе [2], уменьшить время выполнения операций (табл. 1) и расходы на оплату труда (табл. 2).

Таблица 1

Сравнение затрат времени на операции по учету товаров при двух вариантах, мин.

Операция, по которой оцениваются затраты времени	Вручную	С ТСД
Приемка товара на основной склад	до 150	до 25
Подготовка товара для отгрузки с основного склада	до 60	до 10
Приемка товара на склад собственного магазина	до 60	до 10
Итого	до 270	до 45

*(составлено авторами статьи по информации от компании «Первый Бит»)

Таблица 2

Расчет затрат и экономии средств на оплату труда, связанного с учетом товаров

Показатель	1 сотрудник, 1 цикл	3 сотрудника, 30 циклов
Затраты на оплату труда:		
- при работе вручную	1165,5 руб.	104895 руб
- при работе с ТСД	194,25 руб.	17482,5 руб.
Экономия	971,25 руб	87412,5 руб.

Примечание: один цикл – работа от приемки товара на основной склад до приемки товара на склад собственного магазина.

*(составлено авторами статьи по информации от компании «Первый Бит»)

При выборе ТСД у потенциального клиента целесообразно выяснить: Где и в каких условиях ТСД будет применяться? Какое программное обеспечение необходимо для ТСД? Планируется работа в базе данных в режиме реального времени за счет подключения по беспроводной сети?

Например, ТСД производства компании «АТОЛ» обладают следующими преимуществами: АТОЛ Smart.Slim – компактностью, длительностью работы без подзарядки, АТОЛ Smart.Slim Plus – надежностью конструкции, пригодностью для бизнеса любого масштаба, АТОЛ Smart.Lite – универсальностью, наличием быстро сканирующего модуля, АТОЛ Smart.Prime – повышенной мощностью, АТОЛ Smart.Touch – наличием большого сенсорного экрана, стабильностью сканирования, АТОЛ Smart.Pro – пригодностью для работы в тяжелых условиях.

Большое значение имеет программное обеспечение для ТСД. В качестве примера рассмотрим Mobile SMARTS: Склад 15 (табл. 3).

Таблица 3

Характеристика вариантов «MobileSMARTS: Склад 15»

Признак для сравнения	Уровень лицензии			
	Минимум	Базовый	Расширенный	Полный
Функционал	Только сбор штрихкодов и инвентаризация.	Все складские операции. Работа с паллетами и коробами. Печать на мобильный принтер. ЕГАИС опционально.	Полностью автоматический обмен. ЕГАИС опционально.	Все операции для склада. Коллективное выполнение операций.
Возможность: добавления своих операций	-	-	+	+
доработок программы	-	+	+	+

В целом, к особенностям Mobile SMARTS относятся: возможность применения на складе любого типа, поддержки любого типа обмена данными, настраивания программы под специфику конкретных бизнес-процессов, интеграции с WMS/ERP-системой; наличие открытого API, интегрируемого с любым бэк-офисом; применение технологии гибридного доступа к данным. В это ИТ-решение можно добавить две опции (рис. 1, 2).

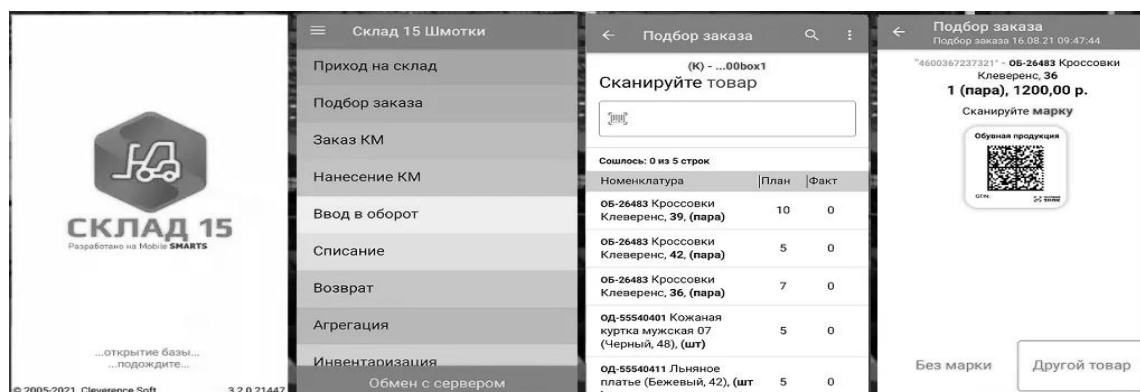


Рис. 1. Пример работы в MobileSMARTS (опция «Маркировка»)

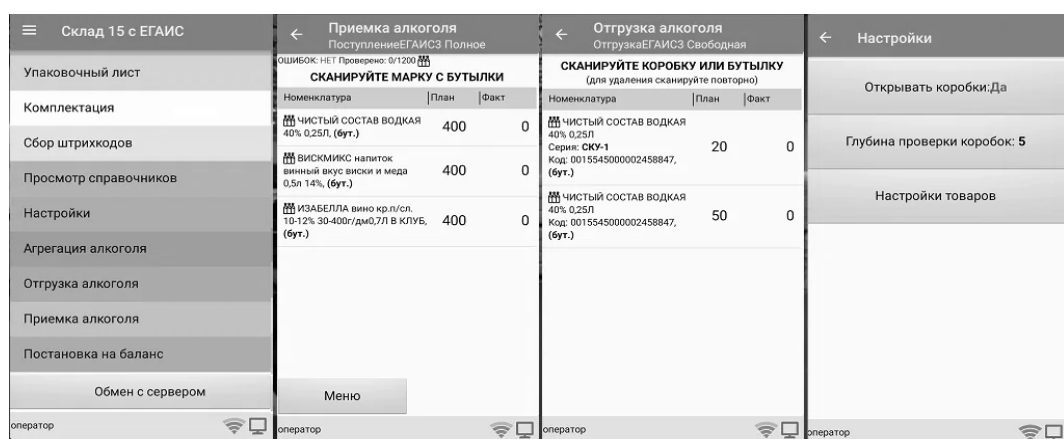


Рис. 2. Пример работы в MobileSMARTS (опция «ЕГАИС»)

В целесообразности применения Mobile SMARTS: Склад 15 убеждают замеры по складским операциям, например, с обувью (рис. 3).



Рис. 3. Сравнение среднего количества пар (обрабатываемых в минуту) при двух вариантах выполнения складских операций [3]

*вручную работало 2 человека, с Mobile SMARTS: Склад 15 – 1 человек.

Заключение. Таким образом, представленная в этой статье информация свидетельствует о наличии возможности повышения прозрачности учета товаров на складе.

Список литературы

1. Рынок терминалов сбора данных растет вместе с потребностью в оптимизации учета товаров и документов. – Текст: электронный. – URL: https://www.cnews.ru/reviews/terminaly_sbora_dannyh/articles/rynok_terminalov_sbora_dannyh_rastet (дата обращения: 09.09.2022).
2. Кугай, Е. А. Внедрение цифровых технологий в складскую деятельность торговой компании / Е. А. Кугай, А. В. Рудецкая // Основные тенденции и перспективы развития экономики в координатах цифровой эры: сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. 23 ноября 2018 года. – Хабаровск: РИЦ ХГУЭП, 2018. – С. 176-180.
3. Автоматизация товарного учета на складах. – Текст: электронный. – URL: <https://www.cleverence.ru/upload/iblock/c5e/c5e952fa55e90404527445b051d42c0d.pdf> (дата обращения: 10.09.2022).

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Слепова А.А., Барабан В.А.

ГБОУ ВО «Донецкое высшее общевойсковое командное училище», г. Донецк, РФ
info@donvoku.com

Введение. Понятие «коммуникация» употребляется как категория, характеризующая общение, связь человека с другими людьми. Эта связь имеет социально-психологический характер и выступает как взаимопонимание, дискуссия, основанные на общности интересов индивидов. Коммуникацию в большинстве случаев авторы рассматривают как важнейший фактор совместной деятельности людей, предполагающей активность участвующих в ней индивидов.

Цель – исследование основных психологических аспектов маркетинговых коммуникаций.

Основная часть. Классический подход к маркетингу характеризует маркетинг как группу инструментов воздействия на рынок, широко известную как маркетинг-микс. Он предполагает наличие четырех инструментов влияния предприятия на рынок и охватывает товар, цену, сбыт и продвижение.

Продвижение, пожалуй, самый зрелищный и критикуемый инструмент маркетингового комплекса. Его основная задача – контакт предприятия с клиентом, покупателем или посредником. Начиная с классического подхода 4Р, продвижение представляет собой маркетинговое воздействие на клиентов и потенциальных покупателей, заключающееся в предоставлении информации, аргументов и обещаний, а также побуждении их к покупке товара [2]. Продвижение заключается в воздействии на получателей продукции компании путем предоставления им информации, которая должна повысить уровень знаний о компании и товарах компании в соответствующей степени, чтобы создать для них предпочтения на рынке.

В описанном выше понимании продвижения можно найти характерные для него инструменты воздействия. Чаще всего в комплекс продвижения входят четыре основных инструмента: реклама, связи с общественностью, личная презентация и активизация продаж [3]. Классификация инструментов продвижения по интенсивности прямого контакта и их использования для потребительских и инвестиционных продуктов представлена на рис. 1.

Реклама – это массовая, обезличенная, платная форма информирования с использованием различных средств коммуникации,

направленная на стимулирование сбыта товара. Это одна из самых распространенных форм продвижения, которая служит различным коммерческим, социальным, политическим и культурным целям. Обычно она оптимистична и обычно несет только хорошие новости. Реклама является инструментом, охватывающим ряд видов деятельности, в том числе [4]:



Рис. 1. Классификация рекламных инструментов по интенсивности прямого контакта

потребительская реклама, ориентированная на конечных покупателей потребительских товаров;

промышленная реклама адресована производственным компаниям;

розничная реклама, используемая в торговых точках;

институциональная реклама, ориентированная на административные и социальные учреждения;

социальная реклама, затрагивающая проблемы повседневной жизни и направленная на широкую публику;

отзывы – способ представления продукта, в котором известные и популярные люди или средние потенциальные пользователи призывают к использованию конкретных продуктов;

мерчандайзинг означает оптимальную презентацию товара и коммуникацию в месте продажи; этот метод основан на повышении эффективности торгового зала и на улучшении качества восприятия товара;

продакт-плейсмент – это сочетание спонсорства и рекламы; в фильме, театральной постановке или романе размещается реквизит, помеченный определенной маркой; продукт, фигурирующий в искусстве, не является анонимным, он должен быть заметным, а его функциональные особенности и преимущества должны быть правильно отображены;

реклама в местах продаж – все виды рекламных материалов, рекламирующих бренд в местах продаж, например, плакат – конструкция, поддерживающая плакат в витринах магазинов, размером 60 x 80 см;

листовки, которые являются самостоятельным информационным материалом или прилагаются к компактным печатным материалам, например, к печати – так называемые вставки; вкладыши являются эффективным способом рекламы, если целевая аудитория публикуемых материалов соответствует целевой аудитории; В рамках поощрения потребителей наиболее часто используется увеличение стоимости товара в количественном отношении за счет реализации принципа «два по цене одного» или за счет добавления дополнительного товара, надбавок от покупки – бесплатных подарков или образцов, товаров.

Public Relations (паблик рилейшнз) – экономическое продвижение, являются формой общения и поддержания позитивных связей между компанией и окружающей средой. Через связи с общественностью строится положительный имидж компании и всех сторон ее деятельности. Обычно это касается имиджа всего предприятия, а не только конкретного продукта. Активация продаж (продвижение: дополнительное, распродажное, дополнительное) – деятельность, направленная на убеждение покупателей к покупке за счет повышения привлекательности предложения. Активация продаж заключается в том, чтобы убедить клиента совершить немедленную покупку «здесь и сейчас».

Все инструменты коммуникации компании с окружающей средой при реализации своей цели используют среду и соответствующий контент, содержащиеся в оптимальном канале коммуникации.

Заключение. Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Процесс общения представляет собой сложное психологическое явление. Большинство исследователей выделяют в нем три стороны: коммуникативную, интерактивную и перцептивную стороны.

2. Средства массовых коммуникаций способны с большой силой психологического пресса влиять на мнения, оценки аудитории, предлагая всем одну и ту же норму, меру и стереотип впечатлений. Человек в массе становится более подвержен воздействию, поскольку наблюдается нивелирование его чувств.

Список литературы

1. Parsons, N. Structure and Process in Modern Societies / N. Parsons. – N.Y. – 1965. – 65 p.
2. Андрианов, А.Ю. Бенчмаркинг как инструмент эффективности в сфере услуг / А.Ю. Андрианов // Вестник Университета. – 2014. – №21. – С. 5-8.
3. Шихирев, П. Н. Современная социальная психология / П. Н. Шихирев. – М., 2000. – 387 с.
4. Парыгин, Б.Д. Основы социально-психологической теории / Б.Д. Парыгин. – М., 1971. – 521 с.

ОСОБЕННОСТИ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ КАК ИНСТРУМЕНТА СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Чижова Н.Е., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

n.chizhova@donnu.ru

Введение. Вести эффективную бизнес-деятельность могут только предприятия, не переставшие работать, собравшиеся со всеми силами и направившие их на маркетинговую деятельность в современных условиях диджитализации и усиленной конкуренции. Всесторонне выстроить совокупность из эффективных маркетинговых инструментов и средств, запланировать цели осуществления маркетинговой деятельности и определить шаги, которые приведут к их достижению необходимо таким предприятиям.

Стоит отметить, что каждый из элементов системы требует четкого осознания особенностей во время интеграции элементов интернет-маркетинга в единую эффективную систему. Укреплению продвижения бренда, товаров или услуг, формированию качественного подхода к управлению маркетинговой деятельностью, коммуникациями и сбытом на основе интернет-маркетинга способствует рассмотрение именно таргетированной рекламы, как инструмента комплексного интернет-маркетинга.

Цель статьи заключается в анализе и обобщении теоретических и практических основ по организации и внедрению таргетированной рекламы как инструмента комплексного интернет-маркетинга в маркетинговую деятельность предприятия.

Основная часть. Параллельно увеличивается и популярность таргетированной рекламы, благодаря развитию и распространению социальных сетей, их массовизации, которая соответственно приводит к увеличению количества пользователей социальных сетей. Наблюдается увеличение потребности в специальности таргетолога на рынке вакансий интернет-маркетологов.

Идея применения рекламы для обогащения не нова, почти все интернет-проекты ставят перед собой цель получать прибыль от этой деятельности, если обратиться к фактам истории. Таргетированная реклама, которая сегодня считается одним из главных инструментов для продвижения и поддержания бизнеса, развития бренда и вывода продукта на рынок, продолжает активно развиваться параллельно с социальными сетями.

Следует выделить, что преимуществом является легкое влияние на определенные целевые аудитории интернет-рекламы над традиционными каналами коммуникации. Исследование ее инструментария вызывает особый интерес с практической точки зрения.

Выделять важную целевую аудиторию и работать с ней дает возможность интернет-маркетологам таргетированная реклама. Реклама направляется на людей определенного сегмента в результате, когда сегмент пользователей автоматически сочетается по определенному признаку и по соответствующим интересам.

Даже самая бюджетная реклама на платформе может быть полезна предприятиям разных отраслей и направлений из-за большого разнообразия пользователей для достижения таких целей как:

- привлечение новых потребителей или повышение узнаваемости бренда;

- получение трафика для процесса коммуникации с потенциальными потребителями;

- увеличение продаж по каталогам товаров и услуг, посещение как оффлайн, так и онлайн-магазинов, конверсии [1].

Ситуация складывается следующим образом, если касается подходов к использованию таргетированной рекламы: есть люди, не имеющие отношения к маркетингу, они просто научились использовать инструмент маркетинга и делают это без научного подхода. И есть специалисты, которые занимаются и понимают интернет-маркетинг, исследуют потребности потребителей и в своей работе используют научные подходы к ведению маркетинговой деятельности, с другой стороны. Настройка таргетированной рекламы не является ограничением их деятельности.

К улучшению автоматического отбора целевого сегмента логикой самих сетей, что положительно повлияло на работу таргетологов, особенно не занимающихся маркетингом привела эволюция алгоритма социальных сетей и таргетированной рекламы.

Из общего числа получателей рекламного объявления есть возможность выбирать из разных видов таргетинга, позволяющих выделить целевую аудиторию интернет-маркетологами. Принципы распределения аудитории, но в тоже время они взаимодополняющие, составляют основную разницу между ними.

Преимущества таргетированной рекламы в социальных сетях рассмотрим следующие: точное определение целевой аудитории; широкий круг охвата; способность продвижения товаров предприятия или бренда без необходимости создания сайта; большая доступность по сравнению с традиционными видами рекламы; относительно низкая стоимость по сравнению с классическими инструментами рекламы.

Однако, не для всех случаев ведения бизнес-деятельности современного предприятия, подходит таргетированная реклама. Ее можно

применять в следующих моментах: для продвижения нового продукта. В таких случаях запускаются показы в социальных сетях, для сообщения потребителям о выходе на рынок товара, который начинает информировать о продукте; при наличии узкой целевой аудитории; когда существует необходимость в проведении event – мероприятия; для продвижения страницы или сообщества в социальной сети или блоге. Позволяет значительно увеличить трафик таргетированная реклама.

Организация запуска таргетированной рекламы осуществляется только после проведения качественного маркетингового исследования рынка, запросов и интересов целевой аудитории. Цели рекламной кампании и определение результатов, которых необходимо достичь в результате проведения рекламной кампании важно формулировать маркетологам. Для этого определяются потенциально целевые аватары, которые с высокой степенью вероятности будут проявлять интерес к объявлениям, на которые будет направлен рекламный креатив [3].

Систематический целенаправленный процесс маркетинговой деятельности, основанный на исследовании, аналитике, планировании, организации, мотивации и контроле для достижения маркетинговых целей предприятия следует представить как управление комплексным интернет-маркетингом. Составляющей залога системного увеличения прибыли определенных видов бизнеса является использование таргетированной рекламы как инструмента интернет-маркетинга.

Заключение. Таким образом, можно утверждать, что использование таргетированной рекламы как инструмента интернет-маркетинга на предприятии, целесообразно рассматривать только в том случае, когда проведенное маркетинговое исследование показало, что есть смысл использовать этот инструмент для определенного вида бизнеса. Также, следует отметить, что от комплексного использования инструментов интернет-маркетинга можно получить максимальную эффективность от таргетированной рекламы.

Список литературы

1. Вирин, Ф. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф. Вирин. – Москва: Эксмо, 2017. – 160 с.
2. Ярмолук, О.Я. Социальные сети как современный инструмент продвижения / О.Я. Ярмолук, Ю.В. Фисун, А.А. Шаповалова // Предприятие и инновации. Научный журнал по вопросам экономики и бизнеса. – 2021. – № 8. – Часть 1. – С. 62–66.
3. Plummer, J. Thornton Advertising Re-search Foundation. The online advertising playbook: proven strategies and tested tactics from the Advertising Research Foundation// Plummer, J. Thornton. – N.J.: Wiley. – ISBN 978-0-470-05105-4. – OCLC 82172573.
4. Context against targeting. The points of similarity and differences are. Текст: электронный. – URL: <https://tipler.ru/business/kontekstnaya-i-targetirovannayareklamatochki> (дата обращения: 20.09.2022).

РОЛЬ БРЕНДИНГА В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Чижова Н.Е., канд. экон. наук, **Орехов К.В.**

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

n.chizhova@donnu.ru, orehovkostya@mail.ru

Введение. Современная торговля получила новое направление развития – электронную торговлю благодаря непрерывному процессу создания внедрению новейших информационных технологий в условиях общей глобализации мировой экономики. В Донецкой Народной Республике и Российской Федерации в целом электронная коммерция является одной из наиболее динамично развитых отраслей экономики. Результаты деятельности от электронной торговли выводят на позицию одного из главных факторов влияния на формирование экономики государства стремительный прирост доходов предприятий от онлайн-продажи. Актуальность данного исследования заключается в том, что рассматривается только фундамент для практической деятельности предприятий электронной торговли в направлении формирования и развития бренда. Сложность этой проблемы связана со спецификой отрасли и ее технологическим обеспечением.

Цель исследования заключается в предоставлении рекомендаций по обеспечению укрепления позиций брендов электронных торговых площадках.

Основная часть. В Донецкой Народной Республике и Российской Федерации развитие мировой электронной коммерции стимулировало трансформационные преобразования и в самих экономиках. Повысить доходность предприятий оптовой и розничной торговли и указать направление развития другим участникам рынка позволил переход в онлайн-среду ведущих предприятий сферы ритейла. Однако небольшую долю общего объема розничной торговли все еще составляет онлайн-продажа.

Стремительное развитие маркет-плейсов является ведущей тенденцией в сфере электронной торговли в РФ, которые представляют категорию торговой площадки, выступающей посредником между продавцами и потенциальными покупателями.

Ключевым моментом данной бизнес-модели является наличие управляющей организации – оператора площадки, который контролирует отлаженные процессы подключения новых поставщиков (продавцов) и вывод их ассортимента на потенциальную аудиторию. Также, важным является налаживание модели взаиморасчетов с поставщиками и процессами обслуживания потребителями.

Для существования маркет-плейса на качественном уровне, оператору необходимо выстраивать единую систему работы поставщиками, брать на себя ответственность за качество и обеспечивать бесперебойную обработку заказов и логистику.

Следует учитывать мнение ведущих экономистов страны, что каждый бизнес в ближайшее время вынужден, будет или успешно пройти через процессы цифровой трансформации или раствориться в архивах поисковых систем. Поэтому одним из главных векторов развития предприятий в сфере электронной торговли является развитие существующего или формирование нового бренда.

Лидером по объему продаж среди маркет-плейсов остается Wildberries, за год они увеличились на 93% (346 млрд. руб.), Ozon на втором месте по объему продаж. При этом «Яндекс.Маркет» и Ozon лидируют по темпам роста — +180% и +125% соответственно. В пятерку крупнейших маркет-плейсов также вошли «Aliexpress Россия» и «Сбермегамаркет». В 2022 г., по прогнозам Data Insight, российский рынок доставки продуктов питания и еды из общепита вырастет на 114% до 703 млрд. руб. [5].

Учитывая особенности отрасли электронной коммерции, а именно проблемы и перспективы становления брендов электронной торговли, необходимо констатировать, что основным драйвером роста считается развитие сервисов доставки продуктов в регионах и масштабирование функции экспресс-доставки.

По мнению, Жан-Ноэль Капферер, бренд-менеджмент представляет собой сочетание двух основных составляющих: основ бренда и инноваций, то есть это баланс между сохранностью, обновлением, ростом бренда и созданием инновационных продуктов, учитывая появление новых потребителей и сегментов рынка [3]. Условия существования современного информационного общества меняют понимание системы бренд-менеджмента, и соответственно, и традиционное определение понятие не раскрывает сущности бренда и его связей между элементами всей системы.

Рынок Российской Федерации перенасыщен брендами многообразных Интернет-магазинов. Согласно исследованиям, наиболее популярными электронными торговыми площадками являются занимающиеся продажей техники, косметической продукции, одежды и товаров для дома.

Наблюдается переход от обычного брендинга к использованию инструментария интернет-брендинга, который заключается в закрытии стационарных магазинов и полном переносе продукции на виртуальные полки. Однако и наблюдается обратный процесс. При успешном многолетнем применении интернет-брендинга вырос спрос на офлайн-магазины, что и было реализовано открытием стационарных магазинов под

известным и достаточно узнаваемым брендом. При успешном многолетнем применении Интернет-брендинга вырос спрос на офлайн-магазины, что и было реализовано открытием стационарных магазинов под известным и достаточно узнаваемым трендом.

Брендинг в Интернет-сети – это специально разработанный комплекс маркетинговых мероприятий, направленный на ознакомление аудитории Интернет-сети с продукцией, а также повышение лояльности целевой аудитории к торговой площадке (электронного супермаркета, маркет-плейса, е-молла, е-маркета) [4].

Ключевой причиной перехода от классической концепции бренда к Интернет-брендингу является особое взаимодействие с потребителем, преимущества, получаемые электронной торговой площадкой.

Среди отличий и преимуществ использования брендинга в Сети можно отметить следующие:

- разные принципы восприятия информации в Сети и реальном мире;
- постоянные инновации и модификации возможностей Интернет-пространства;
- низкий уровень затрат на создание и развитие бренда торговой площадки;
- таргетинг.

Выводы. Брендинг в Сети в качестве отдельного вектора выделяется и осуществляется только крупнейшими онлайн-маркетами страны, и это вполне объяснимо, поскольку концепция традиционного брендинга пока более приемлема и понятна для предприятий сферы электронной торговли.

Интернет-брендинг активно развивается в Российской Федерации, там его включают в общую стратегию, многие небольшие предприятия делают на нем акцент, что позволяет быстрее и относительно недорого привлечь значительную часть потребителей. Что касается Донецкой Народной Республики, то здесь этот важный элемент использует незначительное количество предприятий электронной торговли.

Список литературы

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. – Москва: Издат. дом Гребенникова, 2013. – 440 с.
2. Гудзь, А.Е. Цифровая экономика: смена ценностей и ориентиров управления предприятием / А.Е. Гудзь // Экономика. Менеджмент. Бизнес. – 2018. – № 2 (24). – С. 21-29.
3. Капферер, Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж.-Н. Капферер. – Москва: Вершина, 2017. – 448 с.
4. Ключева, Е. Интернет-брендинг как инструмент маркетинговых коммуникаций / Е. Ключева // Электронный научный журнал. – 2017. – № 2–3. – С. 35–40.
5. Рейтинг популярных сайтов за 2021 г. Текст: электронный. – URL: <https://news/rejting-populyarnih-saytov-za-2021> (дата обращения: 20.09.2022).

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОЦЕССАХ ХРАНЕНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ

Чижова Н.Е., канд. экон. наук, **Унгуриян Е.В.**

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
n.chizhova@donnu.ru, _katya.unguryan.00@mail.ru

Введение. Текущий технологический прогресс повлиял на каждый аспект транзакций в бизнес-среде. Начиная с исследований, производства, хранения, распределения и доставки в современном бизнесе, все эти этапы претерпели почти полную революцию. Растущее давление на бизнес с целью снижения операционных затрат, достижения конкурентных преимуществ и обеспечения устойчивой производительности привело к высокой степени автоматизации в бизнес-индустрии.

Цель исследования заключается в анализе влияния новых технологий на хранение и распределение в логистической бизнес-среде.

Основная часть. Хранение относится к содержанию товаров в процессе ожидания продажи. Современные технологии изменили способ выполнения основных операций по содержанию товара на складе. Традиционные системы управления запасами были полностью отменены, и их место занял процесс цифровизации – компьютеризированная система инвентаризации. Большинство современных управляющих заботятся о затратах и хотели бы иметь эффективность во всех аспектах бизнес-процессов.

Традиционные и элементарные процедуры контроля запасов оказались неэффективными и дорогостоящими, особенно на современном этапе развития общества. Цифровизация хранилища привлекла предпринимателей и способствовала прозрачности движения запасов [1].

Необходимость в ускорении складских логистических процессов приводит к автоматизации работы по всему миру. Автоматизация процессов складской логистики через концепцию умного склада и искусственный интеллект становится популярной, участие и роль человека перестает быть необходимостью, поскольку человеческий фактор, как оказалось, в основном замедляет работу. Автоматизация логистики идет сразу по нескольким векторам, благодаря появлению различных систем [2].

Технологический комплекс, появившийся благодаря использованию объединенной работы нескольких внедренных технологий, и, который может оптимально повысить эффективность принятия решения логистических задач склада, называют «умным складом». Такие склады основаны на автоматизации складских технологий, внедрение которых

возможно только при наличии устойчивой вычислительной, инженерной и сетевой инфраструктуры. Рассмотрим более детально несколько примеров внедрения технологий на «умном складе» для его более эффективной работы:

1. Для автоматизации склада необходимо наладить систематизированную кабельную сеть, обеспечить исправное электроснабжение и беспроводной интернет для постоянной работы персонала на складе с логистическими системами. Внедрение Wi-Fi-сети, для обеспечения непрерывной работы складского помещения:

сеть должна распространяться по всей площади склада, учитывая высокие стеллажи, большие сосуды с жидкостями, металлические сетки и границы зон хранения продукции;

беспроводная сеть должна хорошо работать в ситуациях, когда персонал перемещается из зоны в зону [5].

2. Кроме сети Wi-fi на умных складах принято использовать устройства для регулярного обновления данных о состоянии каждого объекта склада. Например, обычную товарную маркировку заменяют радиометки RFID. Такая метка прикрепляется на каждый поступающий товар, что помогает решать следующие задачи: автоматический прием и отгрузка товара; легко проводимая инвентаризация и нахождение товара; контроль передвижения по площади склада автопогрузчиков, техники и сотрудников.

Такая технология помогает оперативно устранять такие проблемы как: наличие избытка продукции; трудности с оформлением и упаковкой продукта; отсутствие требуемого товара; попытка хищения продукта со склада.

3. Следует отметить, что для «умного склада» отличным решением будет внедрение Радиощаттл — автоматическая тележка, которая может перевозить паллету с грузом внутри каналов глубинных (набивных) стеллажных конструкций и управляется с помощью дистанционного управления на базе мобильного устройства (смартфона, планшета) или стационарного компьютера. Ее использование существенно сокращает количество операций в ходе разгрузки и погрузки товаров, позволяет оптимизировать полезное складское пространство. Один радиощаттл позволяет перемещать до 50 паллет/ч. Основным преимуществом применения радиощаттлов — автоматический подъем поддонов строго в горизонтальном положении. Один радиощаттл позволяет перемещать до 50 паллет/ч. Такая система хранения отлично подходит для тех складов, куда товар поступает крупными партиями, но при этом небольшим количеством сортов и наименований продукции [3].

4. Следующая технология голосового отбора VoicePicking — новый способ автоматической идентификации на складе. Такая технология подбора заказов успешно используется в компании «X5 RETAIL GROUP».

Компьютер через гарнитуру инструктирует работника, указывает маршрут при выполнении стандартных заданий на комплектацию. Руки работника остаются свободными от бумаг или мобильного терминала. Обратная связь позволяет отслеживать ход выполнения процесса в режиме реального времени. По завершению сборки компьютер направляет новый заказ на освободившегося оператора. Процесс упрощается и ускоряется, производительность увеличивается на 10–35%, число ошибок при комплектации сводится к 0% [4].

5. Put to Light — это технология, предназначенная для увеличения производительности работы комплектовщика заказов. Система Put to Light уже активно используется на складах, где размещен большой ассортимент складских позиций — фармацевтических препаратов, косметики, канцелярских товаров и т.п. При сборе заказов на складах с большим ассортиментом товаров появляется большой риск ошибки, применение технологии Put to Light позволяет минимизировать эти ошибки и значительно увеличить скорость работы. Система Put to Light работает следующим образом — системы проекционного и светового отбора маркируют место размещения товара (паллета, полка, короб, ячейка и др.) с помощью света, цвета, цифровой индикации. Сотрудник не тратит время на поиск необходимого товара или ячейки, что ускоряет процесс отбора или размещения. Аналитическая система сообщит о совершенной ошибке и не позволит взять некорректный товар.

Выводы. Таким образом, новые технологии изменяют будущее хранение и распределение товаров на складе. В современных условиях предприятия могут торговать скоропортящимися продуктами, хранить и преобразовывать их в формы, которые легко принимаются конечными потребителями, в ожидании их спроса. Внедрение новых технологий позволит устранить огромные потери, связанные с традиционными методами хранения. Простота доступа к разнообразным товарам также обеспечит эффективность и экономичность складирования.

Список литературы

1. Джонсон, Д. Современная логистика / Д. Джонсон, Д. Вуд, Д. Ворд-лоу, М. Поль. — М.: «Вильямс», 2015. — 624 с.
2. Виноградов, А.Б. Логистика и управления цепями поставок / А.Б. Виноградов, К.Д. Кобелева. — М.: Обзоры и аналитики. — 2016. — 176 с.
3. Багинова, В.В. Основы складской логистики / В.В. Багинова. — М.: Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ), 2020. — 87 с.
4. Дыбская, В.В. Логистика складирования / В.В. Дыбская. — М.: Инфа-М, 2019. — 218 с.
5. Журнал практической логистики. Технологии будущего в складской и транспортной логистике. — Текст: электронный. — URL: <https://sitmag.ru/article/24855-tehnologii-budushchego-v-skladskoy-i-transportnoy-logistike> (дата обращения 27.09.2022).

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Чурсина А.А., Чернов Б.О.

ГБОУВО «Донецкое высшее общевойсковое командное училище», г. Донецк, РФ
info@donvoku.com

Введение. Маркетинг персонала в мировой практике управления человеческими ресурсами является относительно новым понятием. Вопросы выбранной системы управления работодателями в современной организации с применением инструментов маркетинга персонала всегда актуальны. Адаптация субъекта хозяйствования к изменениям окружающей внешней и внутренней среды компании однозначно оказывает огромное влияние на ее персонал, который мотивируется за счет маркетинговых стимулов.

Цель – исследование основных подсистем системы кадрового маркетинга в современной организации.

Основная часть. Кадровый маркетинг включает в себя деятельность, проводимую компанией в области системы, которая направлена на создание и поддержание ответственного и привлекательного имиджа, а также честного работодателя на внешнем и внутреннем рынке труда.

Стоит обратить внимание на внутренний рынок труда, потому что благодаря индивидуальному развитию каждого из сотрудников предприятие может выбрать определенное направление, что, в свою очередь, ведет к дальнейшему самосовершенствованию всех его членов. Идея кадрового маркетинга заключается в том, что внутренними клиентами предприятия являются сотрудники. Понимание требований и планируемых задач сотрудниками компании подчеркивается в исследованиях различных авторов. Так, А. Уиллер отмечает, что наиболее важным является «...объяснение сотрудникам компании смысла работы организации и ее идеи – это одна из лучших инвестиций, которую может сделать организация» [1]. Но в тоже время, сотрудники компании – это также люди, которые принадлежат к внешней среде предприятия, то есть клиенты за пределами компании. Однако, эта идея в основном предполагает, что сотрудники также хорошо обслуживаются организацией.

Итак, система кадрового маркетинга состоит из двух основных подсистем, представленных в табл. 1.

Нужно отметить, что внешний кадровый маркетинг – это понятная и распространенная тенденция во многих различных организациях. В то время, когда характер занятости меняется, увеличивается число

сотрудников или хозяйствующих субъектов, которые выполняют целевую и проектную работу, все чаще деятельность кадровой ячейки связана с внешними клиентами [3]. Все это влияет на абсолютную необходимость выполнения дополнительных задач, которые близки к области PR.

Таблица 1

Основные подсистемы системы кадрового маркетинга

N п/п	Наименование подсистемы	Содержание подсистемы
1.	Внешний кадровый маркетинг	Реализуется на внешнем рынке труда рабочей силы и предназначен для передачи потенциальным соискателям на работу позитивного настроения на организацию и обеспечение компании высококвалифицированными кадрами в нужном количестве [2]
2.	Внутренний кадровый маркетинг	Реализуется через следующие составляющие: -диапазон задач и ответственности работника; -возможности профессионального роста и построения карьеры сотрудника; -возможности обучения персонала (первоначальная подготовка, переподготовка, повышение квалификации); -создание комфортного психологического климата в коллективе; -формирование побудителей к трудовой деятельности [3]

Внутренний маркетинг персонала – его внедрение требует не только осознания целей и намерений предприятия, но и осознания людьми, которые выполняют кадровую функцию, что такие решения необходимы. Они напрямую влияют на более эффективное управление и развитие компании. Внутренний маркетинг формирует отношения между сотрудниками, он признан очень важной формой деятельности в организациях с развитой культурой заботы о клиентах, а также в тех, которые реализуют культуру качества [4].

Цели кадрового маркетинга можно представить следующим образом: первичные цели, реализация которых является отправной точкой для реализации вторичных целей. Среди первичных целей можно отметить: определение потребностей сотрудников, работающих в конкретной компании, выявление потребностей потенциальных сотрудников, сегментация текущих и потенциальных сотрудников, создание продуктов для удовлетворения конкретных потребностей, позиционирование предлагаемых кадровых продуктов, удовлетворение потребностей

наилучшим из доступных способов, дальнейшие исследования степени удовлетворения потребностей работников [5].

вторичные цели – среди них можно отметить: создание, формирование и закрепление привлекательного имиджа компании, привлечение и удержание ключевых сотрудников с высоким эмоциональным и интеллектуальным потенциалом, стимулирование деятельности работников путем создания условий самостоятельности или ответственности, создание согласия, доверия и связи с участниками окружения компании, прежде чем они станут ее реальными сотрудниками, поддерживать отношения с бывшими сотрудниками.

Заключение. Основываясь на опыте профессиональных консультантов, можно сделать вывод, что система кадрового маркетинга состоит из двух основных подсистем: внешнего и внутреннего кадрового маркетинга. Их отличительными чертами являются: все сотрудники компании являются ее клиентами; компания открыта к потребностям и ожиданиям клиентов; внутренние клиенты формируют позитивный имидж компании; компания заботится о своих потенциальных клиентах, то есть о потенциальных сотрудниках, поддерживая тесные контакты с университетами, спонсируя семинары, стажировки, курсы повышения квалификации, организуя дни открытых дверей или посещая ярмарки вакансий.

Список литературы

1. Уиллер, А. «Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов». – М., ООО «Альпина Бизнес Букс», 2004. – С. 12.
2. Ульрих, Д. «Эффективное управление персоналом: новая роль HR-менеджера в организации», Human Resource Champions: The Next Agenda for Adding Value and Delivering Results. – М.: «Вильямс», 2006. – 304 с.
3. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / Майкл Армстронг, Стивен Тейлор. – 14-е изд. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, Прогресс книга, 2018. – 1038 с.
4. Baltagi, B.H. Econometric Analysis of Panel Data. Chichester, UK: Wiley, 2013. – 390 p.
5. Borodai, V. Crowd recruiting as the competence assessment of applicants service company // International Scientific Review. – 2017. – №3. – С. 709-716.

Международный бизнес и деловое администрирование

УДК 336.74:330.341

ТИПЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ПРОЦЕССЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА ДЕНЕГ

Брыль Е.А., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
e.bryl@donnu.ru

Введение. Проблема целенаправленного формирования современной институциональной системы является чрезвычайно актуальной для государства и требует глубокого теоретического переосмысления. Речь идет об обосновании возможности направления институциональных изменений в заданное русло и коррекцию траектории развития общественной системы.

Отсутствие в настоящее время в экономической науке единой общепризнанной теории институциональных изменений обусловлено, прежде всего, тем, что в предмет исследования экономики мейнстрима (неоклассической школы) не включаются факторы, детерминирующие динамические, качественные изменения в экономике [1, с.137]. Во-вторых, теории, которые описывали институциональные изменения с позиций классового подхода в рамках марксистской политической экономии, не выдержали испытания практикой. В-третьих, большинство теорий институциональных изменений, возникающих в недрах институционализма, характеризуются эклектичностью и несовместимостью друг с другом.

Цель исследования анализ типов институциональных изменений в процессе модернизации экономического института денег.

Основная часть. Исследование понятия институтов и проблемы институциональных изменений в экономике получила развитие в работах отечественных и зарубежных экономистов: Р. Капелюшникова, Я.Кузьмина, Д. Норта, А. Олейника, А. Шаститко [2-6].

Основные типы институциональных изменений, которые описаны в экономической литературе, в сгруппированном виде представлены на рисунке 1 и охватывают типы институциональных изменений, которые рассматриваются западными учеными, а также те типы, исследованием которых занимаются российские ученые. Основное отличие подходов зарубежных и российских ученых заключается в том, что российские ученые акцентируют внимание на осознанных и запланированных институциональных изменениях, которые осуществляются с целью

формирования рыночной институциональной среды, в то время как зарубежные ученые рассматривают институциональные изменения как целенаправленный процесс, в результате которого планируется формирования определенной институциональной структуры.



Рис. 1. Типы институциональных изменений

Организованная и целенаправленная разновидности революционных институциональных изменений, которые анализируются российскими учеными, могут быть сведены к двум видам [2]: заимствование (импорт) учреждений и институциональное проектирование (создание новых учреждений). Различие между этими двумя путями состоит в том, что импорт учреждений опирается на уже существующие учреждения, а институциональное проектирование предусматривает создание нового учреждения. Однако на практике четко разграничить институциональное проектирование и заимствование учреждений тяжело, поскольку создание принципиально новых учреждений является маловероятным – новое учреждение будет нести отдельные элементы старых учреждений (эффект диффузии и брокеража), а полное копирование учреждения также является нереальным – в результате вживления учреждения в новую институциональную среду приобретет новые черты и качеств.

Понятие заимствования (импорта) учреждений начало входить в лексикон экономистов-теоретиков сравнительно недавно. Синонимом данного термина с определенной долей условности можно считать понятие революционного институционального изменения, которое встречается в экономической литературе чаще, но в основном как противовес эволюционному изменению. В целом, импорт учреждений, а также сознательное проектирование новых учреждений, несмотря на

безусловную актуальность проблематики, еще окончательно не устоялся в системе понятий институциональной экономической теории. Однако, он заслуживает более тщательного внимания. Импорт учреждений является объективным процессом, который сопровождает формирование институциональной основы рыночной экономики. При написании законопроектов эксперты опираются на опыт развитых рыночных стран и используют определенные элементы их нормативно-правовых систем. Однако институциональные заимствования проводятся часто без предыдущего системного анализа выгод и расходов их введения, без выделения и устранения сдерживающих факторов, без политики снижения противодействия импортированию, без мер по ускорению адаптации вводимых неформальных к формальным учреждениям.

Выводы. Таким образом, можно сделать следующий вывод: импорт учреждений и, особенно, оценка его эффективности имеют важное теоретическое и прикладное значения. Теоретическое значение связано, прежде всего, с недостаточным освещением вопросов, связанных с импортом учреждений, в экономической литературе. В экономических исследованиях в этом направлении в данный момент существует довольно сильный «перекос» в сторону анализа эволюционных изменений, который вызван как объективными, так и субъективными причинами. Одной из причин является тот факт, что новая экономическая история традиционно исследует эволюцию учреждений западноевропейской капиталистической системы, которая является, в сущности, образцом для наследования всех переходных экономик.

Список литературы

1. Нестеренко? А. Н. Экономика и институциональная теория = Economy and institutional theory / А.Н. Нестеренко; отв. ред. Л.И. Абалкин; Рос. акад. наук, Ин-т экономики (ИЭ), Ин-т междунар. экон. и полит. исслед. (ИМЭПИ). – М.: УРСС, 2002. – 415 с.: ил., потр., табл.; 24 см.; ISBN 5-8360-0442-0.
2. Кузьминов, Я. И. Курс институциональной экономики: Ч. 4. Контракты / А. А. Бальсевич, Д. С. Карабекян, Е. А. Подколзина, М. М. Юдкевич: задачник к учебнику Я.И. Кузьминова, К.А. Бендукидзе, М.М. Юдкевич «Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты»: в четырех частях / Гос. ун-т Высшая школа экономики; под ред. Е. А. Подколзиной, М. М. Юдкевич. – 2-е изд. – Москва: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2009. – 191 с.; 21 см.; ISBN 978-5-7598-0643-1.
3. Шаститко, А.Е. Новая институциональная экономическая теория / А. Е. Шаститко; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Экон. фак. – 3. изд. – М.: ТЕИС, 2002. – 591 с.: ил.; 20 см.; ISBN 5-7218-0430-0.
4. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. – 1993. – Т. 1. Вып. 2. – С. 69-91.
5. Капелюшников Р. Где начало того конца? // Вопросы экономики / В. Капелюшников. – 2001. – № 1. – С. 138-157.
6. Олейник, А. В поисках институциональной теории переходного общества / А.В.Олейник // Вопросы экономики. – 1997. – № 10. – С. 58-69.

ВНЕДРЕНИЕ SMART-ТЕХНОЛОГИЙ В GR-МЕНЕДЖМЕНТ

Воробьева Ю.С., Некрасов М.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

sensor03motor@gmail.com

Введение. Современные информационно-коммуникационные технологии трансформируют все сферы жизнедеятельности, в том числе традиционные методы государственного управления органов власти. В обществе складываются ожидания более совершенных электронных форматов предоставления государственных услуг, а также улучшения форм коммуникации с народом. Предприниматели же стремятся выстраивать с государством взаимовыгодные отношения по эффективной и отлаженной модели «бизнес для бизнеса» (B2B). В связи с этим многие государства проводят реформы, направленные на внедрение перспективных информационных технологий в работу правительств, инициируя различные программы преобразования электронного правительства в более совершенные формы, такие как Smart-технологии и Smart-government (умное правительство) – стремительно развивающееся направление междисциплинарных исследований на стыке государственного управления, информатики, социологии, политологии и других дисциплин. В ДНР заложены основы инфраструктуры, необходимой для успешного перехода к информационному обществу на примере Российской Федерации.

Целью исследования является исследование необходимости внедрения Smart-технологий в государственном управлении, а также анализ подходов к внедрению систем Smart и анализа эффективности действий органов государственного управления.

Основная часть. Исследованием вопросов внедрения Smart-технологий в государственном управлении занимались такие ученые, как З. Архипова, Г. Клименков, А. Маковейчук, Е. Чистилина, А. Чугунов и др.[1-5].

В зарубежной литературе термин «информационное общество» – это общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формы – знаний [3].

Выделяют следующие черты информационного общества: разрешено противоречие между информационной лавиной и информационным голодом; обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами; главной формой развития станет информационная экономика; основа общества – автоматизированные генерация, хранение, обработка и

использование знаний с помощью новейшей информационной техники и технологии; информационная технология приобретет глобальный характер; формируется информационное единство всей человеческой цивилизации; реализован доступ каждого человека к информационным ресурсам всей цивилизации; реализованы гуманистические принципы управления обществом и воздействия на окружающую среду.

Таким образом, информационное общество предполагает: использование информационных технологий во всех сферах деятельности; равные права доступа ко всей публичной информации; взаимодействие различных государственных учреждений посредством информационных технологий Smart; информатизация всех учреждений.

Само по себе понятие Smart-government – это обозначение комплекса принципов, факторов и возможностей, которые представляют собой специфическую форму управления, способного справиться с условиями и вызовами перехода к обществу знаний [6, с. 285].

Каждая историческая эпоха порождает собственную, соответствующую ей форму управления. Такой формой для эпохи общества знания, по его мнению, является Smart Governance. Цель Smart Governance – «реформация государственного управления с сохранением основных достижений цивилизационного характера, принципов рыночной экономики и демократии» [6, с. 285].

Как отмечают многие авторы, начиная с 2010 г. наблюдаются две важные тенденции, влияющие на весь комплекс государственного управления. Это, во-первых, создание открытых правительств и, во-вторых, накопление огромных объемов открытых данных.

Так, в РФ Правительством была принята Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 20 октября 2010 года (№ 1815-р). По аналогии в ДНР необходимо принять государственную программу и утвердить ее на высшем уровне.

Основными направлениями данной программы должны стать:

1. Проектирование инфраструктуры электронного Правительства;
2. Создание технологической платформы инфраструктуры электронного правительства на базе единого национального оператора инфраструктуры электронного правительства;
3. Развитие внутриведомственного и межведомственного информационного взаимодействия, обеспечение интеграции государственных информационных систем на базе технологической платформы инфраструктуры электронного правительства;
4. Создание единой государственной системы контроля результативности деятельности органов государственной власти по обеспечению социально-экономического развития Республики на базе технологической платформы инфраструктуры электронного правительства;

5. Организационное и методическое обеспечение формирования инфраструктуры электронного правительства.

Кроме того, должен быть создан портал Госуслуги ДНР, Портал управленческих кадров ДНР, Портал «Электронная демократия» и т.д.

При этом цифровая экономика может быть представлена тремя уровнями: 1) Платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики; 2) Среда, которая создает условия для развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия субъектов рынков; 3) Рынки и отрасли экономики, где осуществляется взаимодействие конкретных субъектов.

Выводы. Таким образом, многие государства проводят реформы, направленные на внедрение перспективных информационных технологий в работу правительств, инициируя различные программы преобразования электронного правительства в более совершенные формы, такие как Smart-технологии и Smart-government (умное правительство) – стремительно развивающееся направление междисциплинарных исследований на стыке государственного управления, информатики, социологии, политологии и других дисциплин. В ДНР заложены основы инфраструктуры, необходимой для успешного перехода к информационному обществу на примере Российской Федерации, для этого необходимо принять государственную программу «Информационное общество (2022–2030 годы)» и утвердить ее на высшем уровне.

Список литературы

1. Архипова, З.В. Трансформация «электронного правительства» в «цифровое правительство» / З.В. Архипова // Известия Байкальского государственного университета. – 2016. – № 5. – С. 818-824. – DOI: 10.17150/2500-2759.2016.26(5).
2. Клименков, Г.В. Необходима не программа «Цифровая экономика», а программа «Умное управление, умное правительство» / Г.В. Клименков // Шумпетеровские чтения. – 2017. – Т. 1. – С. 129–147.
3. Политика развития, государство и мировой порядок: материалы VIII Всероссийского конгресса политологов / Российская ассоциация политической науки (РАПН), Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России; под общей редакцией О. В. Гаман-Голутвиной [и др.]. – Москва: Аспект Пресс, 2018. – 619 с.: табл.; 29 см.; ISBN 978-5-7567-1011-3.
4. Чугунов, А.В. Модель электронного управления как система обратной связи с гражданами в концепции «Умный город» / А.В. Чугунов // International Journal of Open Information Technologies. – 2018. – Т. 6, № 12. – С. 106-113.
5. AlEnezi A., Almeraj Z., Manuel P. (2018). Challenges of IoT based Smart-government Development. 2018 21st Saudi Computer Society National Computer Conference (NCC), pp. 155–160. DOI: 10.1109/NCG.2018.8593168.
6. Willke H. (2007). Smart governance. Governing the global knowledge society. New York: Campus-Verl. P. 285.

МЕХАНИЗМ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

Горобец М.Г., Макаров К.Б.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
sensor03motor@gmail.com

Введение. На сегодняшний день экономические санкции являются важным инструментом внешней политики и международной дипломатии. Принимаемые на определенный срок, они могут оказывать длительное воздействие, и в полной мере экономика ощущает их эффект не сразу, а спустя определенное время. Многие отрицательные их последствия, такие как: снижение темпов прироста ВВП, потеря рабочих мест и возможностей развития предпринимательского сектора, выявляются лишь со временем. В современном мире актуальна тенденция возрастания количества применения экономических санкций. В основном, это происходит из-за глобализации международных экономических процессов, которые характеризуются возрастающей степенью интеграции как рынков товаров и услуг, так и капиталов.

Целью исследования является проведение анализа основных тенденций и направления развития компаний в условиях санкционного давления.

Основная часть. Основные предпосылки и причины введения санкций освещены в работах Тункина Г.И., Левина Д.Б., Скакунова Э.И., Василенко В.А. На сегодняшний день данный вопрос остается актуальным и важным, поэтому различным аспектам применения санкций уделяется значительное внимание в исследованиях как отечественных, так и зарубежных ученых.

Распространенное заблуждение в отношении термина «экономические санкции» состоит в том, что под этим подразумевается практически любая принудительная мера экономического характера, применяемая в международных отношениях, вне зависимости от того, предшествовало ли ей нарушение обязательств.

Между тем, экономические санкции представляют собой комплекс мер торгово-экономического характера, призванных оказать давление на ту или иную страну, и носят, в большей степени, политический характер. Данные мероприятия обладают запретительным характером, направлены на принуждение изменения санкционированным государством политического и экономического курса в целях мирового сообщества [1, с. 35].

Американские санкции в отношении нескольких российских оборонных компаний, сотрудничавших с Ираном, являются ярким примером санкций, направленных против отдельных компаний [2].

Эффективность управления компанией с учетом санкционного давления определена как результат сбалансированности ее хозяйственной деятельности. При этом для оценки управления необходимо (рис. 1): согласовывать показатели эффективности управления с показателями эффективности производственной деятельности; учитывать влияние на производственную деятельность различных элементов системы управления, определив для этого соответствующие критерии оценки с учетом неопределенности и санкций[3, с. 49; 4, с. 77].

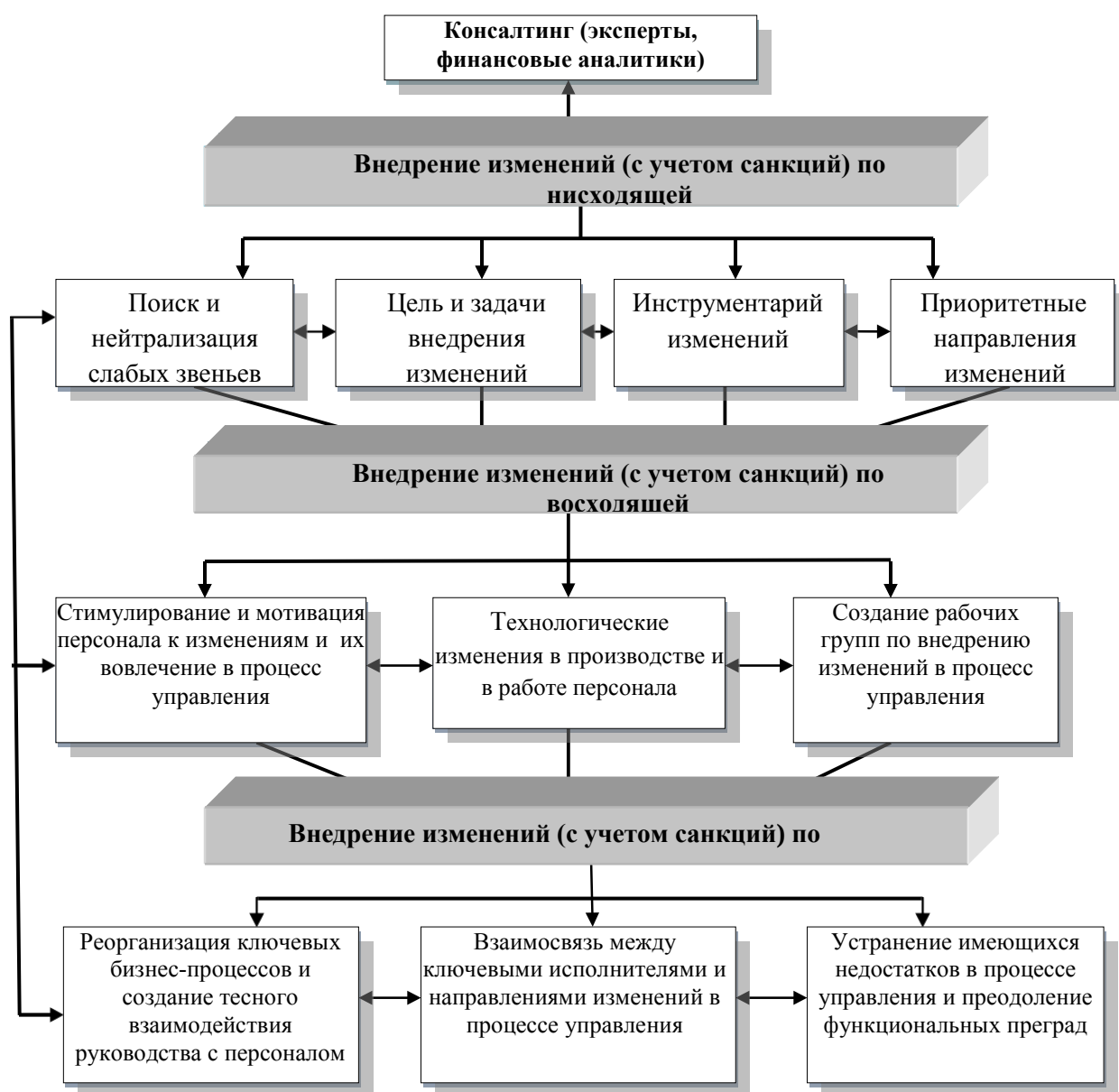


Рис. 1. Механизм эффективного управления компанией с учетом изменений (санкционного давления)

Далее проводится оценка производственных возможностей компании, которая позволит улучшить конкурентные преимущества и, впоследствии, создать благоприятные условия для привлечения инвестиций на основе следующих характеристик [5, с. 69; 6, с. 122; 7, с. 94]: собственная ресурсная база в РФ; эффективная монетизация ресурсов; интегрированная модель бизнеса компании; диверсификация каналов реализации и увеличение доли долгосрочных контрактов; наличие перспективной ресурсной базы и возможности расширения бизнеса за рубежом; стратегическое развитие сервисного и инфраструктурного направлений; контроль за издержками и высокая эффективность бизнеса.

Выводы. Предложенный механизм оценки эффективности управления хозяйственной деятельностью производственной организации направлена на оценку эффективности управленческой деятельности на основе применения ряда относительных показателей и показателей, характеризующих творческую активность персонала организации, работу структурных подразделений организации при их взаимодействии, функционирование организации при ее взаимодействии с органами власти, общественными организациями, СМИ, финансовыми институтами и другими субъектами хозяйствования.

Список литературы

1. Отырба, А. Как побеждать в финансовых войнах / А. Отырба, А. Кобяков // Однако. – 2014. – №174. – С. 35-43.
2. Экономические войны и экономические санкции. – Текст: электронный. – URL: <http://topwar.ru> (дата обращения: 30.09.2022).
3. Экономические инструменты повышения эффективности функционирования вертикально-интегрированных компаний в нефтегазовом комплексе / О. А. Петрюк, Г. Л. Баяндурян. – Краснодар: Аметист и К, 2011. – 147 с.
4. Мейер, Маршал В. Оценка эффективности бизнеса: что будет после Balanced Scorecard? / Маршал В. Мейер; [пер. с англ. А. О. Корсунский]. – Москва: Вершина, 2004 (АООТ Твер. полигр. комб.). – 269, [1] с.: ил., табл.; 25 см. – (Библиотека IBS).; ISBN 5-94696-054-7 (в пер.).
5. Экономико-математические модели в системе управления предприятием: учебное пособие / [Аитова Р. М. и др.; науч. ред.: Ш. М. Валитов]; Казанский федеральный ун-т, Ин-т упр., экономики и финансов. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2015. – 275 с. : ил., табл.; 21 см.; ISBN 978-5-00019-397-6.
6. Шевцова, И.Г. Точность нормальной аппроксимации: методы оценивания и новые результаты / И. Г. Шевцова; [Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. вычислительной математики и кибернетики]. – Москва: Аргатак-Медиа, 2016. – 380 с.: табл.; 23 см.; ISBN 978-5-00024-051-9 (Аргатак-Медиа).
7. Андрианов, В. Интеллектуальная модель управления в бизнесе (опыт компании) / В.Андрианов // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – №3. – С. 90- 95.

ESG-ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ В РОССИИ: ИНИЦИАТИВЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Забавина Е.Ю., канд. экон. наук, доц., *Попова М.Н.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
zabavina-e@mail.ru

Введение. На современном этапе ученые и управленцы отмечают снижение заинтересованности компаний в разработке и реализации политики корпоративной социальной ответственности. КСО как форма добровольной компенсации за счет средств компаний социальных и экологических дефицитов, по их мнению, отходит на второй план и уступает место принципам ESG. В отличие от «правил благотворительности» КСО, противоречащим законам свободного рынка, концепция ESG отвечает инвестиционным интересам компании и нацелена на стратегию ее развития.

Целью статьи является исследование инициатив и тенденций внедрения ESG-принципов в практику российских компаний.

Основная часть. ESG-ориентированность базируется на трех китах: ответственное отношение к окружающей среде (E – environment); высокая социальная ответственность (S – social); высокое качество корпоративного управления (G – governance).

Экологические факторы ESG учитывают, как компания защищает окружающую среду, пытается сократить ущерб, который наносится экологии, а также корпоративную политику в отношении изменения климата. Социальные демонстрируют отношение компании к сотрудникам, отражают качество взаимоотношений с поставщиками, потребителями, партнерами. Управленческие факторы затрагивают качество управления компаниями: аудит, прозрачность отчетности, политические лобби, зарплату менеджмента, права акционеров, антикоррупционные меры.

Концепция ESG начала формироваться в 70-е года XX века, когда возникло понимание, что действующая идеология и модель развития бизнеса, в которой во главу угла ставится исключительно прибыль, исчерпала себя. Генезис принципов ESG начинается с поиска топ-менеджментом мировых корпораций-лидеров новых инструментов влияния на рынок и общество с целью получения долгосрочных конкурентных преимуществ [1].

В центре внимания на начальных этапах формирования концепции ESG были экологические проблемы. Вместе с этим встал вопрос достижения баланса в удовлетворении текущих потребностей

современников и сохранении ресурсов для будущих поколений. В результате концепция наравне с ответственным отношением к окружающей среде объединила социальные принципы и корпоративное управление.

Компании, поддерживающие и внедряющие стандарты устойчивого развития, входят в ESG-рейтинги. Единого подхода к формированию рейтинга нет. Оценочные критерии являются, как правило, непубличными, поэтому ESG-рейтинги разных агентств могут сильно различаться. Крупнейшие провайдеры индексов и рейтингов - Bloomberg, CDP, Corporate Knights, FTSE Russell, JUST Capital, MSCI, Sustainalytics, S&P.

По версии компании Corporate Knights, в 2021 году в первую пятерку мировых лидеров, ориентирующихся на принципы ESG входят: французская машиностроительная компания Schneider Electric (Франция), транснациональная энергетическая компания Orsted A/S (Дания), Национальный банк Бразилии Banco do Brasil SA, нефтегазовая компания Neste Oyj (Финляндия), Международная компания профессиональных услуг в области дизайна, архитектуры и консалтинга Stantec Inc [4].

Один из самых известных рейтингов в России составляет агентство RAEX, методики оценки уровня развития ESG в компаниях разрабатывает Минэкономразвития РФ и Центробанк, но единого подхода пока нет. При этом место предприятий в ESG-рейтингах становится значимым критерием для инвесторов и банков, также нацеленных на устойчивое развитие [2].

Пионерами системного учета ESG-факторов на российском рынке были компании тяжелой промышленности и добывающего сектора. Согласно данным ESG-рэнкинга агентства RAEX, лидерами 2020 г. стали металлургические, телекоммуникационные и нефтегазовые компании России [3].

В России концепция ESG пока не получила такого широкого и повсеместного применения, как на Западе, вместе с тем, она становится все более популярной и из модного обсуждаемого тренда переходит в реальные программы. Так, в 2021 г. Банк России выпустил рекомендации для публичных акционерных обществ по раскрытию информации о ESG-факторах. Основной целью документа стало повышение инвестиционной привлекательности эмитентов, а также оценка ESG-рисков, которые с высокой долей вероятности могут стать финансовыми рисками.

Драйвером популяризации концепции ESG на российском рынке стал банковский сектор. Газпромбанк, ВТБ, Сбербанк, Совкомбанк уже предлагают специальные кредитные условия для экологических проектов, которые предусматривают пониженный процент, как правило, в пределах 1-2%, и лояльное отношение при рассмотрении заявок для компаний, подтвердивших достижения в области устойчивого развития.

По данным сравнительного анализа Медиалогии, упоминаемость ESG в российских СМИ и русскоязычном сегменте соцсетей выросла

более чем на 30% с 723,9 тыс. в 2020 г. до 946,1 тыс. сообщений в 2021 г. Чаще других теме устойчивого развития компаний в 2020-2021 гг. уделяли внимание ТАСС, РИА Новости, Интерфакс, ИА Regnum и РБК [5].

В связи с ESG чаще всего обсуждался Сбер – 288,4 тыс. сообщений. Одной из ключевых тем стало заявление Германа Грефа о рисках энерготрансформации для экономики России.

Вторым по упоминаемости стал ВТБ (160,5 тыс. сообщений) после запуска собственной ESG-платформы, которая включает комплекс финансовых продуктов и сервисов, отвечающих стандартам экологического, социального и корпоративного управления.

На третьем месте рейтинга – Роснефть (142,2 тыс. сообщений). СМИ рассказали о том, что Роснефть и ВР договорились о сокращении выбросов, реализации новых низкоуглеродных проектов, а также разработке топлива с улучшенными экологическими характеристиками.

Заключение. ESG-принципы стали сегодня некой моделью устойчивого развития бизнеса, за счет которой достигаются цели вовлеченности компаний в решение экологических, социальных и управленческих задач. В России интерес к концепции ESG возрастает в первую очередь из-за понимания того, что ключевые зарубежные партнеры, в первую очередь компании Азиатско-Тихоокеанского региона, будут ориентироваться на реализацию целей устойчивого развития: сокращение углеродного следа от операционной деятельности и достижение углеродной нейтральности, декарбонизацию экономики и использование «зеленой» энергии.

Концепция ESG, на наш взгляд, должна стать внутренним стержнем российских компаний, важным элементом организационной политики, а не фиктивным инструментом привлечения инвесторов. Подобные инициативы несомненно принесут компаниям дивиденды, в том числе и репутационные.

Список литературы

1. Курносова, Т.И. Отечественный и зарубежный опыт использования ESG-принципов в разработке стратегии развития нефтегазового бизнеса / Т.И. Курносова // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Т.12, № 1. – С. 387-410. – ISSN 2222-534X.
2. Триада высоких стандартов / Коммерсант. – Текст: электронный. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5090265> (дата обращения: 18.09.2022).
3. Новый ESG-рэнкинг: сайт Агентства RAEX. – Текст: электронный. – URL: https://raex-rr.com/esg/ESG_rating#table (дата обращения: 20.09.2022).
4. 2021 Global 100 ranking: сайт. – Текст: электронный. – URL: <https://www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2021-global-100-rankings/2021-global-100-ranking/> (дата обращения: 18.09.2022).
5. ESG в СМИ и соцмедиа: сайт. – Текст: электронный. – URL: https://www.mlg.ru/blog/viral_smm/10888/ (дата обращения: 20.09.2022).

ПРАКТИКА ЦИФРОВИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК»

Забавина Е.Ю., канд. экон. наук, доц., *Стрюков Н.С.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
zabavina-e@mail.ru

Введение. На современном этапе складываются благоприятные условия для цифровой трансформации банковской деятельности. Внедрение инновационных технологических решений создает для банков не только новые возможности, но и новые риски. Несомненно, цифровые технологии способствуют повышению степени управляемости компанией, снижению влияния человеческого фактора, сокращению бумажной и бюрократической работы, сокращению объемов материальных носителей, расходных материалов и т.д. Кроме этого, цифровые технологии обеспечивают повышение оперативности взаимодействия с потоками информации, способствуют снижению затрат на содержание штатных единиц, обеспечивают оптимизацию учета и контроля, прозрачность информации для инвесторов. Вместе с тем, цифровизация ведет к риску киберпреступлений, увеличивает кредитный риск и риск ликвидности.

Основной целью исследования является анализ практик использования цифровых технологий в российской банковской сфере на примере ПАО «Сбербанк».

Основная часть. Цифровые технологии в банковской деятельности направлены на решение ряда вопросов:

обеспечение кибербезопасности, защита персональных данных клиентов;

обеспечение стабильности, оперативности и надежности удаленного доступа клиентов к банковским услугам;

защиту кассовых узлов и банковских терминалов;

обеспечение эффективного документооборота между банковскими подразделениями и клиентами банка;

оптимизацию структуры сотрудников банка.

Внедрение цифровых технологий в деятельность отечественного рынка банковских услуг на начало 2021 года составляло около 60%. В это же время на зарубежном рынке банковская сфера была оцифрована более чем на 85%. Данный факт связан, в первую очередь с тем, что процесс внедрения цифровых технологий в деятельность отечественных банков начался значительно позднее, чем в иностранных государствах [1].

Базисом своевременного и рационального внедрения цифровых технологий в стратегически важный экономический сектор страны

является прогрессивное законодательство. Обращая внимание на опыт Российской Федерации в правовых аспектах цифровизации, необходимо отметить, что государство осознаёт всю значимость цифровых технологий в банковской системе, разрабатывает нормативно-правовые акты, стратегии и программы поддержки.

Несмотря на это, в уровне технологического развития российских банков наблюдаются существенные различия. Крупнейшие банки инвестируют в цифровые технологии и извлекают выгоду из их применения благодаря эффекту масштаба. Это относится, например, к Сбербанку, который вкладывает средства не только в централизацию и модернизацию ИТ-платформы, но и в развитие инновационных разработок - от системы «Ладоски» для оплаты школьного питания по отпечатку ладони до «национальной экосистемы» в сфере интернет-коммерции с прогнозируемым объемом оборота в 65 трлн. руб. к 2025 году [2].

Ключевые цели цифровой трансформации ПАО «Сбербанк» охватывают ряд направлений, представленных в табл.1.

Таблица 1

Ключевые цели цифровой трансформации ПАО «Сбербанк» [3]

Цель	Описание
Повышение операционной эффективности	Снижение себестоимости, повышение надежности и решение других операционных задач за счет внедрения цифровых решений.
Повышение качества предоставления банковских услуг и прозрачности банковской деятельности	Сбор новых данных и перевод существующих данных в цифровой формат и внедрение инструментов аналитики данных для целей контроля за деятельностью компании, повышение качества принимаемых решений и исключение человеческих ошибок.
Реализация инновационных проектов на основе цифровых технологий	Разработка и внедрение инновационных решений на основе цифровых технологий и данных компании. Реализация решений внешним потребителям.
Повышение конкурентоспособности продуктов и услуг	Вывод новых продуктов (услуг) с использованием цифровых технологий. Переход на новые бизнес-модели, с использованием цифровых технологий для сохранения конкурентных позиций и/или для повышения уровня сервиса (качества продукта) для потребителей.
Повышение уровня жизнеспособности банка в условиях цифровизации	Цифровая, культурная, организационная и часто операционная трансформации для качественного изменения компании («цифровая компания»): скорость и гибкость бизнес-процессов и использования ресурсов; быстрая реакция на изменение внешних условий; клиентоориентированность.

В настоящее время ПАО «Сбербанк» ведет активную работу по созданию роботизированных алгоритмов для повышения качества собственного цифрового маркетинга, внедрению биометрических технологий в устройства самообслуживания и технологий блокчейн для размещения облигаций с помощью смарт-контрактов и повышения безопасности данных. Затраты на цифровизацию ПАО Сбербанк за 2019-2021 гг. выросли более чем 4 раза.

Аккумулятором внедрения цифровых технологий в ПАО «Сбербанк» выступает технология Big Data. Развитию технологий способствуют государственные проекты, направленные на совершенствование технологической инфраструктуры посредством создания дата-центров для обработки больших массивов данных, выделенные инвестиции для внедрения инноваций в каждом секторе экономики.

Стремление к цифровизации ПАО «Сбербанк» связано с необходимостью адаптации выбранных моделей ведения бизнеса в цифровых каналах. Ключевым направлением внедрения цифровых технологий становится экосистемность, в рамках которой ведется работа по достижению максимальной кастомизации и персонализации, а также предоставление сервисов клиентам в режиме онлайн.

Выводы. Таким образом, цифровая трансформация банковской деятельности – действенный инструмент повышения конкурентоспособности как на внутреннем, так и глобальном рынках.

ПАО «Сбербанк» в настоящее время осуществляет активное внедрение инновационных технологий в свою деятельность, охватывая все сферы банковской экосистемы, предполагающей функционирование банка как финансовой организации, предоставляющей широкий спектр услуг. Текущими и перспективными направлениями, в рамках которых ПАО «Сбербанк» уже сейчас осуществляет работу, является освоение и внедрение виртуальной и дополненной реальности, человеко-машинное взаимодействие и интерфейсы, внедрение искусственного интеллекта и т.д.

Список литературы

1. Телина Е.С. Цифровые технологии, применяемые в банковской сфере: отечественный и зарубежный опыт / Е.С. Телина // электронный научный журнал Вектор экономики. – 2021. – №2. – ISSN 2500-3666. – Текст: электронный. – URL: www.vestoreconomy.ru (дата обращения: 28.09.2022).
2. Семернина Ю.В. Цифровая трансформация финансовых услуг. Управление финансовыми рисками в цифровой экономике / Ю.В. Семернина, А.Н. Пономарев // Коллективная монография под общ. ред. Е.А. Нестеренко. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2018. – 212 с. – ISBN 978-5-4345-0488-1.
3. Годовые отчёты ПАО «Сбербанк»: сайт. – Текст: электронный. – URL: <https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/annual-reports> (дата обращения: 28.09.2022).

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЯХ

Козаченко Ж.Н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
zh.kozachenko@donnu.ru

Введение. В современных условиях информационные системы играют и будут играть значительную роль, как в достижении стратегических целей компаний, так и в обеспечении бизнеса конкурентного преимущества на рынке. Информационные системы становятся стратегическим источником информации и применяются на всех уровнях организации любого профиля. Своевременно предоставляя нужную информацию, информационные системы помогают организации достичь успеха в своей деятельности, создавать новые товары и услуги, находить новые рынки сбыта, обеспечивать себе достойных партнеров, организовывать выпуск продукции по низкой цене и т.д.

Цель данного исследования анализ применения современных информационных технологий в международных компаниях.

Основная часть. В транснациональных компаниях используются такие технологии, как системы управления взаимоотношениями с клиентами, различные облачные платформы, а также платформы для организации аудио- и видео конференций.

Одним из важных инструментов построения бизнеса является использование корпоративных информационных систем (КИС), поскольку средний и крупный бизнесы в современной экономической ситуации требуют использования систематизации и автоматизации процессов.

Быстрый рост современных компаний и непрерывный рост объёмов информации, подлежащей обработке и дальнейшему использованию в управлении, еще больше подтверждает актуальность вопроса о внедрении и использовании КИС в компаниях среднего и крупного бизнеса. Человек, исходя из физических особенностей, уже не может эффективно обрабатывать такие массивы данных и нуждается в помощи программных продуктов.

Основная цель развертывания корпоративной информационной системы – эффективное использование всех ресурсов и совершенствование управленческих решений для получения сверх прибыли. В настоящее время корпоративные информационные системы успешно используются не только в крупных компаниях, но и в компаниях среднего звена.

Основной целью проектирования КИС в компании является комплексный подход к решению различных бизнес-задач при помощи

средств современных информационных технологий. Все зависит от целей и задач, для которых создается КИС. Однако, не смотря на все особенности информационных систем, все они позволяют:

- визуализировать деятельность компаний, позволяя ее руководству более точно оценивать свою деятельности;
- сократить время внесения изменений в систему управления компанией;
- отобразить и зафиксировать в специальном шаблоне виды реализации интегрированной системы управления компанией для последующего их внедрения при необходимости.

Крупнейшие IT-компании предоставляют продукцию для успешного ведения бизнеса с помощью информационных технологий другим компаниям. Разрабатываются мессенджеры, тайм-трекеры работы, приложения для task-менеджмента, сервисы, предоставляющие видеоконференцсвязь, ресурсы для выстраивания отношений с клиентами, и другие. Разрабатывается ряд цифровых инструментов для различных отраслей промышленности.

Так, например, можно выделить ключевые цифровые инструменты, представленные в таблице 1, которые используются на фабриках и заводах и позволяют компаниям оптимизировать свой рабочий процесс, повышать производительность и снижать издержки.

Таблица 1

Цифровые инструменты	
Деятельность	Инструмент
Сбор, хранение и передача данных	Датчики и отслеживание Коммуникационный интерфейс и стандарты (обеспечивающий киберфизическую цифровую передачу) Облачные модели хранения и обслуживания 5G
Анализ данных	Программное обеспечение для прогностической аналитики
Взаимодействие с данными	Виртуальная реальность Мобильный телефон / Планшет / Часы Инструменты визуализации Краудсорсинг (например, анализ настроек)
Производство в цифровом виде	Аддитивные технологии производства (например, 3D-печать) Передовая робототехника (например, совместные роботы и киберфизические системы) Программное обеспечение MES
Защита данных	Блокчейн кибербезопасности и цифрового доверия

Приложения для оцифровки часто включают создание «цифрового двойника» физического продукта, производственного процесса, фабрики или цепочки поставок. Как только цифровой двойник создан, его можно анализировать для многих целей. Изменения могут быть легко внесены в цифровую форму, позволяющую моделировать различные сценарии.

Выводы. В конечном счете, эти сценарии могут помочь во множестве приложений, охватывающих цепочку создания стоимости, чтобы:

проектировать производственные линии быстрее и с большей уверенностью за счет использования виртуальной реальности и аналитики для оптимизации потока материалов и движимого имущества;

более эффективно выполнять запуски новых продуктов за счет использования датчиков и обмена данными о разработке продукта и подготовке к производству;

оптимизировать производительность на заводе, создав цифрового двойника, а затем имитировать альтернативные производственные процессы и технологии в альтернативных сценариях, чтобы лучше планировать производство и устранять узкие места;

устранять дефекты с помощью подключенных датчиков и диагностики, чтобы лучше понять факторы, приводящие к отказам компонентов, что приведет к более быстрому выявлению первопричин;

иметь улучшенное планирование технического обслуживания оборудования за счет использования датчиков на оборудовании и алгоритмов для прогнозирования будущего использования, что существенно сокращает незапланированные простои оборудования;

для изменения графика производства и автоматического информирования поставщиков об измененных производственных планах в ответ на кризисные ситуации, такие как серьезные сбои в логистике или отказ поставщика;

сократить запасы и сроки выполнения заказа за счет отслеживания поступающих поставок, которые показывают расчетное время прибытия в режиме реального времени [2].

Таким образом, информационные технологии в современном мире используются в бизнес-процессах для повышения экономической эффективности и создания успешного бизнеса.

Список литературы

1. Информационные технологии в корпоративном бизнесе 2021. – Текст: электронный // Платформа по обучению бизнесу. – URL: <https://www.uniassignment.com/index.php>. (дата обращения: 30.09.2022).
2. Роль информационных технологий в бизнесе. Тенденции Развития. – Текст: электронный // Бизнес-площадка. – URL: <https://www.business2community.com> (дата обращения: 30.09.2022).
3. Современные информационные технологии в бизнесе. – Текст: электронный // Официальный сайт СМИ Newsletter. – URL: <https://www.freelock.com/newsletter/informationtechnology-business-big-picture> (дата обращения: 30.09.2022).

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Костина Т.В., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
t.kostina@donnu.ru

Введение. Повсеместное проникновение цифровизации во все сферы деятельности и жизни современного человека становится объективной реальностью. С применением цифровизации в сфере государственного управления меняются как внутренние процессы, касающиеся непосредственного самого процесса управления, так и внешняя среда организации управленческой деятельности в плане условий взаимодействия с обществом. Идет формирование основных компонентов электронно-цифрового обеспечения всех экономических процессов с целью ускорения потоков информационных данных, что выступает основой ресурсного обеспечения всех основных управленческих систем, функционирующих в рамках деятельности государственных и муниципальных органов регулирования социально-экономических отношений, субъектов общественного сектора экономики, а также предприятий и организаций предпринимательской сферы деятельности.

Целью данной работы является раскрытие роли цифровизации государственного управления в развитии Донецкой Народной Республики.

Основная часть. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что с внедрением цифровизации формируется качественно новая совокупность экономических отношений, основанных на предоставлении государственных и муниципальных услуг в электронно-цифровом формате, что выступает одним из основных условий повышения степени результативности деятельности публично функционирующих органов государственного управления.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что опросы цифровой трансформации социально-экономических отношений в регионе и их ресурсного обеспечения были освещены в трудах Е.А. Бессоновой, Е.А. Бобровой, Ю.В. Вертаковой, Г.В. Голиковой, А.А. Головина, В.И. Гурова, Д.Ю. Двинских, Н.Е. Дмитриевой, А.Б. Жулина, Н.И. Лыгиной, С.В. Шманева, М.А. Пархомчук, И.Г. Паршутиной, А.В. Полянина, П.В. Сергеева, Ю.Г. Трещевского.

Повсеместное внедрение цифровизации государственного управления в Донецкой Народной Республике позволить республике стать на путь устойчивого развития, повысить качества жизни граждан, создать комфортные условия для их проживания, а также раскрыть таланты каждого человека.

Переход к инновационной экономике ставит сегодня перед ДНР задачу преодоления отставания в уровне развития. В качестве одного из факторов решения данной проблемы выступает необходимость формирования качественно новых способов управления социально-экономическими системами, которые точно и быстро реагируют на изменения внешней и внутренней среды. Достижение важнейших целей социально-экономического развития ДНР будет возможно с развитием и овладением технологий. Принципиальное значение имеет грамотная цифровизация органов государственного управления.

«Цифровизация, которая сейчас уже имеет место на некоторых экспериментальных площадках, будет реализована в других министерствах и ведомствах, других государственных структурах. Мы живем в XXI веке, и не совсем правильно пользоваться инструментами, которыми пользовались еще в позапрошлом веке - бумажными письмами и прочим. Поэтому электронный документооборот, электронная подпись, которая будет внедряться постепенно, но, я очень надеюсь, очень быстро», — сказал Пушилин [2].

Переход на цифровое государственное управление во многом избавит жителей Донецкой Народной Республики от необходимости личного посещения органов государственной власти и других организаций.

Для этого в сегодня в республике есть все предпосылки, а именно: становление республиканской экономики и ее дальнейшее влияние в экономику Российской Федерации;

активное развитие интернет-технологий;

повсеместное распространение мобильных устройств;

глубокая интеграция в жизнь социальных сетей;

появление цифровых стартапов, с которыми «традиционным» и зачастую консервативным предприятиям приходится конкурировать;

понимание необходимости цифровой трансформации как условия выживания в цифровом пространстве современной экономики [4].

Так как процесс цифровизации в нашей республике находится на стадии формирования, можно сказать, что потенциал современных цифровых технологий позволяет предположить вероятные направления их использования в государственном управлении.

Предоставление государственных услуг в электронной форме сегодня должно стать приоритетным направлением. На современном этапе целесообразно создать основные инфраструктурные системы, являющиеся технологической основой перевода предоставления госуслуг в электронную форму, а именно:

единую систему идентификации и аутентификации;

каналы электронного доступа к государственным услугам;

государственная информационная система о государственных платежах;

реестр государственных услуг;
сеть многофункциональных центров.

В настоящее время в ДНР уже положено начало цифровизации государственного управления – есть разветвленная сеть ЕРЦ [2].

ЕРЦ – государственный орган, который находится при Министерстве юстиции ДНР, оказывающий услуги по технической инвентаризации недвижимости, его оценки и учёту, а также регистрации вещных прав на недвижимое имущество, которое находится на территории Донецкой Народной Республики. Уже была оценена возможность трансформации ЕРЦ с точки зрения дальнейшего развития и создания системы МФЦ с расширением перечня социально значимых услуг для населения.

Выводы. Таким образом, в настоящее время в республике постепенно формируются основные компоненты цифрового пространства включающие цифровую инфраструктуру, в том числе аппаратные средства, программное обеспечение, телекоммуникации, сети и т. д. В процесс развития цифрового пространства широко вовлечены государственные органы, включая государственных служащих, бизнес-субъектов, граждан. Поэтому сегодня цифровизация становится инфраструктурной базой, важной составляющей развивающейся цифровой экономики. И одной из ключевых целей республиканской программы – создание информационной среды для цифровизации государственного управления.

Список литературы

1. Сергеев, Е.А. Цифровизация государственного управления: региональный аспект [Текст] / Е.А. Сергеев // Цифровое пространство: экономика, управление, социум: сб. всерос. науч. конф. – Курск, 2020. – С. 319-326.
2. О создании Единого регистрационного центра. – Текст: электронный. – URL: <http://www.snezh-dnr.wmsite.ru/o-sozdanii-edinogo-registracionnogo-centra> (дата обращения: 11.09.2022)
3. В ДНР отделы ЕРЦ могут трансформировать в российские МФЦ. – Текст: электронный. – URL: <https://mozaika.biz/news/region/441893-v-respublike-nachnut-rabotat-mfc.html> (дата обращения: 11.09.2022).
4. Караваева, Е.Д. Управление организацией в условиях цифровизации: учебное пособие / Е. Д. Караваева. – Санкт-Петербург: Научные технологии, 2020. – 67 с.: ил.; 21 см.; ISBN 978-5-6044429-6-8: 50 экз.

ОСОБЕННОСТИ УДАЛЕННОГО РЕЖИМА РАБОТЫ СОТРУДНИКОВ: РИСКИ И ПРОБЛЕМЫ

Костина Т.В., канд. экон. наук, доц., **Бак И.А.**

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
ilyabak1@mail.ru

Введение. В процессе развития информационно-коммуникационных технологий удаленный режим работы открывает новые возможности для предприятий при организации и структурировании рабочего процесса. С началом пандемии коронавируса работа на дому предоставила некоторым работодателям гибкость, необходимую им для продолжения своей деятельности, а также дала толчок для развития и расширения Трудового Кодекса многих государств. При этом, первоочередное внимание уделяется здоровью и благополучию сотрудников и клиентов в рамках ответственности за общественное здравоохранение. Однако, не все сотрудники смогли легко адаптироваться к новому режиму работы, что вызывало у некоторых снижение продуктивности.

Цель исследования – охарактеризовать негативные стороны удаленного режима работы предприятия, а также риски, вызываемые ими.

Основная часть. С 2010 года количество людей, работающих удаленно хотя бы раз в неделю, выросло на 400% [1]. Данный показатель растет, так как работодатели осознают преимущества, которые может принести удаленный режим работы их бизнесу и сотрудникам в достижении баланса между работой и личной жизнью.

С ростом числа сотрудников, работающих дома или использующих дом в качестве рабочего места по крайней мере несколько дней в неделю, становится очевидными ряд преимуществ для бизнеса, а именно:

- гибкость и маневренность;
- повышение лояльности сотрудников;
- привлечение новых талантов;
- повышение производительности;
- повышение мотивации персонала;
- удобство;
- финансовая выгода;
- уменьшение количества больничных [1, 2].

Одним из недостатков является то, что работа на дому может не подходить каждому по личным качествам и способностям. Некоторые сотрудники предпочитают рутину, а также живое общение с коллегами и руководством, которое обеспечивает им работа в офисе. Для руководителей живое общение с подчиненными может быть чрезвычайно полезным для достижения целей и выполнения задач.

Второй недостаток заключается в чувстве изолированности у персонала. Люди, работающие вне офиса, могут чувствовать себя оторванными от своих коллег и организации в целом. Для решения этой проблемы работодатели могут обеспечить большее количество рабочих совещаний сотрудников, однако это не избавит людей от чувства одиночества и не заменит неформальное общение, которое может возникать в течение рабочего дня в офисе.

Помимо всего этого, при удаленном режиме работы возникает сложность мониторинга и управления производительности работников [3].

Удаленная работа иногда не вписывается в семейную жизнь людей, у которых, например, есть маленькие дети. Еще одной проблемой для организации работы на дому является отсутствие физического пространства, необходимого для создания выделенной рабочей зоны, а также медленное интернет-соединение.

Из-за удаленного режима работы возрастает риск эмоционального выгорания сотрудников. Если офис обеспечивает четкое физическое различие между работой и семейной жизнью, работа дома может привести к тому, что сотрудники будут изо всех сил пытаться разграничить работу и личную жизнь. Это может привести к тому, что сотрудникам будет трудно понять, как отключиться от работы, увеличится продолжительность рабочего дня и размоются его границы. Результатом этого станет повышенный стресс и неизбежное выгорание. Поэтому, работодателям необходимо поощрять регулярные перерывы и напоминать о важности отпуска [4].

Отсутствие сотрудников в непосредственной близости приводит к трудностям в поддержании развития персонала и повышении квалификации. Решение данной проблемы могут стать онлайн-мероприятия и курсы.

Вероятность возникновения проблем с информационной безопасностью возрастает, когда сотрудники работают вне офиса. Существует повышенный риск, когда ноутбуки забирают домой и персоналу необходимо удаленно получать доступ к серверам. Работодателям необходимо убедиться, что они принимают меры для защиты данных.

При отсутствии личного контакта между сотрудниками будет снижаться моральный дух персонала, слабеть корпоративная культура и разрушаться чувство общности. Для поддержания морального духа руководству следует организовывать неформальные и выездные мероприятия, на которых сотрудники могли бы знакомиться, общаться и проводить досуг вместе. Одним из наиболее эффективных форм таких мероприятий является активный отдых, спортивные игры и т.д.

Для минимизации рисков, связанных с удаленным режимом работы, и извлечения пользы из работы на дому менеджменту предприятия следует изучить гибридную схему работы.

Если термин «гибкий график работы» в первую очередь касается графика и часов работы и включает в себя неполный рабочий день, сжатые часы, гибкий график и т.д., то гибридная схема работы является эволюционным развитием данного подхода. Гибридный подход заключается в распределении рабочего времени между офисом и удаленной локацией (домом или другим обозначенным местом).

Для внедрения следует проанализировать, работники каких должностей могут работать удаленно без ущерба функционированию предприятия; разработать порядок действий для сотрудников при переходе на гибкую схему работы; организовать тестовый период для оценки эффективности подхода; и только затем внедрить это [3-5].

Заключение. Удаленный режим работы несет в себе большое количество преимуществ, но также содержит в себе ряд недостатков. Такой режим может подходить не всем – развивается чувство изолированности у работников; возникают сложности мониторинга производительности и управления людьми; повышается риск эмоционального выгорания; затрудняется развитие персонала и корпоративной культуры; снижается информационная безопасность. Для минимизации рисков, связанных с удаленным режимом работы, используется гибридная схема работы, подразумевающая распределение рабочего времени между офисом и домом.

Список литературы

1. Симагаева, Т. В. Удаленная работа в условиях пандемии COVID-19 / Т.В. Симагаева // Молодой ученый. – №15(357). – 2021. – С.101-103. – URL: <https://moluch.ru/archive/357/79964/> (дата обращения: 23.09.2022).
2. Содиков, М. О. Перспективы развития управления персоналом в удаленном режиме / М. О. Содиков // Молодой ученый. – №23(313). – 2020. – С. 448-451. – URL: <https://moluch.ru/archive/313/71115/> (дата обращения: 23.09.2022).
3. Назарова, А. А. Безработица в связи с невозможностью перехода на удаленную работу / А. А. Назарова, В. А. Трямкина // Молодой ученый. – № 44 (334). – 2020. – С. 263-265. – URL: <https://moluch.ru/archive/334/74498/> (дата обращения: 23.09.2022).
4. Бикметов, Р. Ш. Удаленный режим работы компании как один из важнейших триггеров ее успеха в современных условиях / Р. Ш. Бикметов // КЭ. – № 2. – 2021. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/udalennyy-rezhim-raboty-kompanii-kak-odin-iz-vazhneyshih-triggerov-ee-uspeha-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 23.09.2022).
5. Кравчук, И. В. Сплочённость в условиях самоизоляции / И. А. Кравчук // StudNet. – №3. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/splochyonnost-v-usloviyah-samoizolyatsii> (дата обращения: 23.09.2022).

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ДИСТАНЦИОННОГО РЕЖИМА РАБОТЫ В ПЕРИОД КРИЗИСА COVID-19

Костина Т.В., канд. экон. наук, доц., **Степанова Е.В.**

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

lisa-stepanova@mail.ru

Введение. В 2022 году особый исследовательский интерес у ряда ученых вызывают многочисленные воздействия кризиса COVID-19 на экономическую составляющую жизнедеятельности человека, в особенности роль информационных систем и технологий в процессе организации труда на момент его распространения. Возникший карантин изменил отношение к труду во времени, пространстве и форме у значительной части работников. Основной адаптацией к возникшим переменам стал «офис на дому» («home office» – в переводе с англ. «офис на дому», «домашний офис»), что предполагает работу из дома с помощью цифровых средств в целях поддержания связи с традиционным офисом [1, 3].

Цель исследования – охарактеризовать основные преимущества и недостатки системы дистанционной организации труда, а также отметить динамику изменений показателей производительности и морального состояния удаленных работников.

Основная часть. Преимущества и недостатки «домашнего офиса» многочисленны как на организационном, так и на индивидуальном уровнях. К основным преимуществам можно отнести: наращивание рабочей производительности; прибыльность и гибкость труда; снижение показателя невыходов на работу и текучести кадров; значительное улучшение удаленного межорганизационного сотрудничества; повышение удовлетворенности работой среди сотрудников, а соответственно и качества жизни; автономия, большая концентрация и меньшее количество отвлекающих факторов; экономия ежедневных расходов сотрудников, а именно меньшая стоимость жилья и проезда на работу.

Тем не менее, многие авторы в качестве недостатков «хоум-офиса» выделяют:

отсутствие живой коллегиальной кооперации и командного духа; управленческие, административные и законодательные проблемы для реализации практики удаленной организации труда. Например, снижение контроля со стороны руководителя приводит к снижению своевременности выполнения работы, что влечет угрозу возникновения риска провала сотрудников;

более медленный профессиональный рост удаленных работников, а, следовательно, заработной платы [5].

В ходе проводимого исследования, была изучена информация о процентном соотношении удалённого труда в организациях до ограничений, связанных с карантином COVID-19, а именно в 2019 году, и в момент кризисной адаптации 2021 года. На диаграмме ниже изображено распределение дистанционного труда в ряде стран в 2019 г. (см. рис. 1), где можно заметить, что лидером выступает Люксембург с популяризацией докарантинного дистанционного труда в размере 20%.

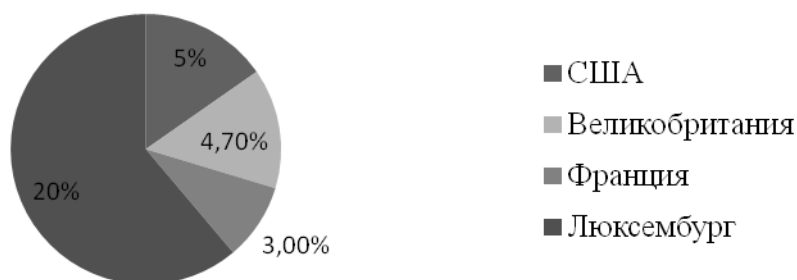


Рис. 1. Доля удаленной организации труда в компаниях в 2019 г. (государственный аспект)

Более того, кризисные ограничения, вызванные пандемией COVID-19, только нарастили данный показатель в 2,6 раза, сохранив лидирующую позицию страны (см. рис. 2).



Рис. 2. Доля удаленной организации труда в компаниях в 2021 г. (государственный аспект)

В контексте широко распространенной практики «домашнего офиса», исследователи подчеркивают сильную неоднородность в отношении морального состояния удаленных работников и их производительности труда [4]. Изучая эмоциональную составляющую дистанционных работников, некоторые эмпирические результаты указывают на негативные последствия удаленной работы, такие как психическое расстройство, однако, также подчеркивается, что удаленные работники более самостоятельны, более вовлечены и испытывают меньший стресс [5].

Исследования прямого влияния «домашнего офиса» на удовлетворенность работой остаются малоизученными в контексте периодов изоляции. В отношении различных показателей благополучия, таких как негативный аффект (депрессия, тревога, беспокойство и отсутствие интереса к повседневной деятельности) или удовлетворенность на работе определяется неоднородность между странами на протяжении всего 2021 года. Авторы обнаруживают положительную связь между повышением воспринимаемой производительности труда, количеством часов удаленной работы до карантинных ограничений и степенью контроля со стороны руководителя. Используя данные опроса, проведенного по всему миру в период с 31 марта по 27 апреля 2021 г. среди 1014 респондентов, можно отметить, что 56% опрошенных заявили о более низкой производительности при работе из дома, а 43% сообщили, что их производительность не потеряла изменений.

Заключение. Таким образом, в большинстве своих случаев авторами различных исследований, анализ которых был использован для написания данной работы, отмечалось, что дистанционная система труда все же оказывает более позитивное влияние на производительность сотрудников, но негативно сказывается на их моральном состоянии. К основным преимуществам удаленной работы можно отнести гибкость труда и рабочего времени, а также экономию ежедневных расходов работников. К основным недостаткам – снижение контроля со стороны руководителя. Динамика производительности труда отмечает значительное снижение у 56% опрошенных респондентов и отсутствие изменений у других 43%, что говорит о неоднозначной роли удаленной организации труда.

Список литературы

1. Barnes SJ. Information management research and practice in the post-COVID-19 world. *Int J Inf Manage* 2020; 55: 102175. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102175> PMID: 32836635 (дата обращения: 28.09.2022).
2. Dwivedi YK, Hughes DL, Coombs C, et al. Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice: Transforming education, work and life. *Int J Inf Manage* 2020; 55: 102211 (дата обращения: 28.09.2022).
3. He W, Zhang J, Li W. Information technology solutions, challenges, and suggestions for tackling the COVID-19 pandemic. *Int J Inf Manage* 2021; 57: 102287. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102287> PMID: 33318721 (дата обращения: 28.09.2022).
4. Kodama M. Digitally transforming work styles in an era of infectious disease. *Int J Inf Manage* 2020; 55: 102172. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102172> PMID: 32836634 (дата обращения: 28.09.2022).
5. Venkatesh V. Impacts of COVID-19: A research agenda to support people in their fight. *Int J Inf Manage* 2020; 55: 102197. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102197> PMID: 32836648 (дата обращения: 28.09.2022).

«САНКЦИОННАЯ ВОЙНА» В ОТНОШЕНИИ РОССИИ, БЛОКИРУЮЩАЯ ПОЛИТИЧЕСКОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ: ФАКТОРЫ И ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Некрасова О.Л., д-р экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

ol.nekrasova@donnu.ru

Введение. Оказание воздействия на страну при помощи международных санкций является весьма специфичным, а порой имеет противоположные последствия. Быстрое развитие, кодификация правил, принципов и норм ответственности в этом процессе требует глубокого анализа и согласованности многих вопросов, которые внимательно рассматриваться и учитываться для того, чтобы наиболее полно и правильно показать изменения в стране.

В последние десятилетия появились многосторонние механизмы наложения санкций на отдельные страны международным сообществом, прежде всего – через решения ООН.

Целью данной работы является анализ «санкционной войны» в отношении России, а также факторов и путей ее преодоления в сложившихся условиях.

Основная часть. Экономические санкции в отношении России призваны оказать негативное влияние на экономику, которая должна, по мнению стран-инициаторов, стремительно двигаться в направлении финансового кризиса.

Исследованием вопросов санкционной политики в отношении ряда государств занимались такие отечественные ученые, как Чанышев Р. Н., Исанов И. Э., Николаев П., Заернюк В. М., Алавифар С., а также зарубежные: Gary Clyde Hufbauer, Jeffrey J. Schott, Kimberly Ann Elliott, Barbara Oegg и др.

Общеизвестно, что санкции - это ограничительными меры вводимые одним или несколькими странами-инициаторами против страны-цели или группы стран и основная их задача заключается в использовании экономических инструментов направленных на достижение политических целей, включая: смену режима, военное сдерживание, наказание отдельных политиков, олигархов и транснациональных корпораций.

Основными участниками международных отношений при которых Россия подвергается санкционному влиянию являются Россия и США. Косвенные участники - Европейский Союз, НАТО и Китай.

Так, за последние годы Россия, как ни одно другое государство, подвергается массированному санкционному давлению и к 2022 году, в

большей степени, к нему приспособилась. В прогнозировании политических и экономических отношений между странами выделяют 3 пути развития:

- оптимистичный или «функциональные отношения»;
- реалистичный, иначе – «разделенный альянс»;
- негативный – «санкционная война».

Тот или иной путь развития формируется под влиянием следующих факторов:

Внешнеполитический фактор, к примеру – избрание президента, выборы в Парламент и др., давнее противостояние между некоторыми государствами (США и РФ).

Экономический фактор – падение курса рубля и снижение цен на нефть, доминирование США на мировой арене.

Исторический фактор – союзники и враги во время 1 и 2 мировых войн.

Цивилизационный – разные группы цивилизаций, согласно теории С. Хантингтона.

Национальный – разнообразный национальный состав стран.

Военный фактор/фактор безопасности – новые базы НАТО с ПРО и ответ на эти действия.

Идеологический – либерально-демократический против консервистского.

Внутриполитический – страны, в частности Россия, желают сохранить свой суверенитет, в то время как США стремятся демократизировать их.

С учетом приведенных выше факторов, можно выделить следующие пути взаимодействия с учетом санкционной политики:

1. «Функциональные отношения» предполагают:

солидарную ответственность великих держав за сохранение мира в процессе глобальных структурных изменений (США, РФ, КНР);

отмену санкций против России со стороны ЕС, США;

разрешение вопроса в контексте Украинского кризиса, с учетом провала «Минских соглашений» и начала операции по освобождению Донбасса и всей Украины от нацистских захватчиков;

снижение стоимости нефти со 100 до 80 долларов за баррель, что вызовет вначале спад экономики, с последующим восстановлением роста до уровня 3%.

Последствиями для РФ и косвенных участников будут:

решение общемировых проблем совместно между послами РФ и США, а также в ООН;

урегулирование вопросов на Донбассе и ситуации с Крымом, с последующей отменой санкций; договоренности о вопросах безопасности и неприменения ядерного оружия.

Наиболее комфортный для России, но неустойчивый вариант, он чреват тем, что при пассивной позиции России события могут перейти в колею самого негативного сценария.

2. «Разделенный альянс», при котором возможно:

возникновение разногласия между США и Европой приведут к тому, что некоторые страны ЕС признают необходимость сотрудничества с Россией и произойдет частичная отмена санкций;

Европа окончательно потеряет интерес к Украине и сосредоточится на угрозе терроризма и наплыве беженцев. К постоянной конфронтации с Россией Европа не готова, поэтому многие европейские правительства станут считать перемирие на Украине и начало политических процессов там достаточным для восстановления связей;

«перегруппировка сил» в Европе серьезно усложнит внешнюю политику США, и Вашингтону придется решать, продолжать ли «политику сдерживания» в отношении России и усиливать конфронтацию с РФ и странами ЕС или переключиться на Китай;

готовность России сменить приоритеты в сторону азиатского вектора развития;

усиление информационной войны и искажении позиции России.

Последствия для основных и косвенных участников:

США постепенно теряет влияние в Европе и азиатском сегменте;

часть стран Европы отменят экономические санкции против РФ и начнут торговать с ней;

конфликт на Донбассе разрешится, возможно по примеру с Крымом, и России перестанет негативно восприниматься для европейцев;

отношения РФ и США останутся в неудовлетворительном состоянии.

Этот вариант осуществим если произойдет частичная отмена экономических санкций, а государства пойдут на взаимные уступки и найдут консенсус в наиболее значимых политических и экономических вопросах.

3. «Санкционная война» возможна при условиях:

сценарий подразумевает дальнейшее дистанцирование стран друг от друга и новую гонку вооружений на фоне очередной «холодной войны»;

сто процентное прекращение экспорта газа и нефти из России и полное закрытие доступа российских компаний к зарубежному финансированию, а также массовые визовые и экономические санкции в отношении российских чиновников и бизнесменов;

нарастание конфликта на Донбассе приведет к обострению отношений между Востоком и Западом, потому что «время сотрудничества США и РФ по вопросам безопасности на мировой арене закончилась еще в 2015 году»;

оставаясь важными участниками событий на Ближнем Востоке и во многих других регионах, США и Россия отказываются координировать свои действия или хотя бы обсуждать общие интересы.

Последствия для основных и косвенных участников:

введение новых санкций против РФ, и ответных мер со стороны России;

наращивание военных сил по всем регионам мира со стороны США;

постепенное развертывание баз НАТО и ПРО рядом с границами России;

активное наращивание военной силы со стороны РФ;

США будет проводить политику в европейских странах против РФ.

Выводы. Так, в военной сфере может произойти усиление активности вооруженных сил около границ, увеличение расходов государств на военную подготовку, реформировании армии, флота, космических войск, прекращение сотрудничества в распространении ядерного оружия и начало его производства обеими странами, прекращение договора СНВ, распространение влияния НАТО под эгидой США на Восток.

Так или иначе, антироссийские санкции до 2025 года могут быть сняты, так как этот вопрос перестанут увязывать с украинским кризисом, который постепенно уйдет на периферию. Также одним из механизмов отмены санкций со стороны США является экономическое состояние американских компаний в России. Порядка 84% компаний в США отметили негативное влияние санкций на развитие их бизнеса в России, следует из исследования Американской торговой палаты в России (AmCham Russia).

Список литературы

1. Политика санкций: цели, стратегии, инструменты: хрестоматия. – Издание 2-е, переработанное и дополненное / [сост. И.Н. Тимофеев, В.А. Морозов, Ю.С. Тимофеева]; Российский совет по международным делам (РСМД). — М.: НП РСМД, 2020. – 452 с. – ISBN 978-5-6044164-6-4.
2. Ребро, О.И. Сигнализирование, сдерживание и принуждение в санкционной политике США в отношении России на начальном этапе Украинского кризиса. / О.И. Ребро // Вестник МГИМО-Университета. – 2020. – 13(6). – С. 77-98.

ОБЗОР ИЗМЕНЕНИЙ В ОБЛАСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В РОССИИ

Некрасова О.Л., д-р экон. наук, доц., *Алиева Е.Ф.к.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
yana-alieva30@mail.ru

Введение. Сельское хозяйство является одной из важнейших приоритетных отраслей национальной экономики, которая обеспечивает продуктовую безопасность страны. Но в деятельности сельхозпроизводителей существует много проблем, в том числе связанных с общим режимом налогообложения и большой налоговой нагрузкой. Цель данной работы заключается в исследовании действующего единого сельскохозяйственного налога, выявлении положительных и отрицательных сторон применения специального налогового режима.

Основная часть. На современном этапе развития российской экономики сельскохозяйственные производители имеют уникальную возможность планировать свои налоговые обязательства, поэтому они могут выбрать режим налогообложения. Он может быть общим или льготным.

Необходимо рассмотреть ограничения и условия применения единого сельскохозяйственного налога для более детального изучения и выявления зависимости уровня налога от эффективности деятельности. Налогоплательщики, использующие эту систему, освобождаются от уплаты подоходного налога (индивидуальные предприниматели – от НДФЛ), а также частично от налога на имущество [1]. Наряду с освобождением от налога на прибыль существует обязанность по уплате единого налога с разницы в доходах и расходах.

В связи с изменениями в Федеральный закон от 27 ноября 2017 г. №335-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса РФ и отдельные законодательные акты Российской Федерации» [2], предприниматели, использующие единый сельскохозяйственный налог, обязаны уплатить НДС в бюджет. До 2019 года НДС не был предусмотрен для лиц, пользующихся единым сельскохозяйственным налогом. Основное ограничение, существующее при применении НДС – это ограничение дохода от несельскохозяйственной деятельности. Таким образом, процент выручки от реализации сельскохозяйственной продукции в общей сумме должен составлять не менее 70% [1].

Поскольку сельскохозяйственным производителям необходимо платить НДС, необходимо понимать, как такая инновация повлияет на сельскохозяйственных производителей. Рассмотрим негативные и позитивные аспекты изменений на рисунке 1.

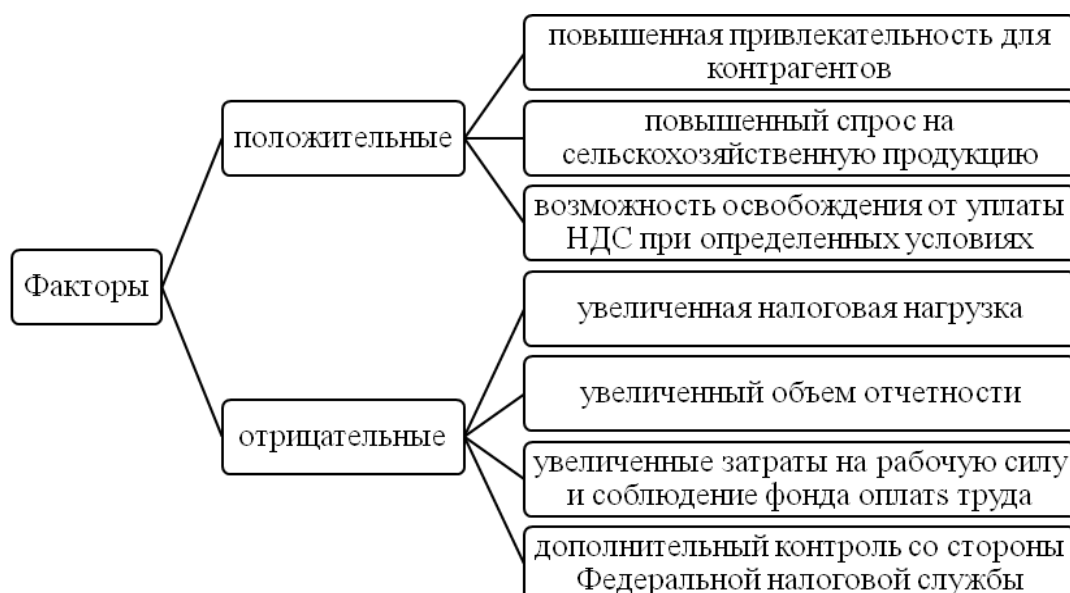


Рис. 1. Факторы, влияющие на деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей

Анализируя, прежде всего, негативные аспекты нововведений, следует отметить, что увеличение налоговой нагрузки и, следовательно, объема отчетности, особенно для малых или микропредприятий в сфере сельского хозяйства, может сыграть решающую роль в сокращении производства или продаже его более крупным сельхозпроизводителям, что впоследствии может негативно повлиять на конкуренцию на рынке. Кроме того, стоит отметить, что единый сельскохозяйственный налог – это уникальная система налогообложения, целью которой является развитие национального сельского хозяйства. Но дополнительный контроль, который будет осуществляться в отношении сельхозтоваропроизводителей как лиц, уплачивающих НДС, усилит контроль над сельскохозяйственным бизнесом, и тем самым будет противоречить сути единого сельскохозяйственного налога.

Отдельно следует упомянуть ожидаемые положительные эффекты введения НДС для сельскохозяйственных предприятий. Рыночный спрос на продукцию отечественных сельхозпроизводителей является достаточно стабильной величиной, поэтому введение НДС незначительно увеличит спрос или вообще не повлияет на величину спроса на сельскохозяйственную продукцию.

Ставка единый сельскохозяйственный налог в 2022 году на общих условиях составляет 6%. При этом в субъектах РФ может быть установлено любое значение налоговой ставки до 6%.

Варьирование ставок позволяет сельхозтоваропроизводителям находить баланс между нагрузкой и объемом налоговых поступлений. Некоторые регионы Российской Федерации уже ввели пониженные налоговые ставки по единому сельскохозяйственному налогу [3]. Например, в Московской области установлена нулевая налоговая ставка.

Более того, в Кемеровской области ставка единого сельскохозяйственного налога составляет 3%, а в Белгородской области – 6%.

В РФ существует довольно много методов государственного регулирования деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей. В настоящее время 72 субъекта РФ субсидируются и только 13 не субсидируются. Общий объем бюджетных ассигнований увеличился с 675,260 до 717,866 млрд. рублей. [4]. Не все регионы увеличили субсидии, например, Мурманская область в этом году получила меньшие субсидии (2021 г. – 32 млн. руб., 2022 г. - 15 млн. руб.). Субсидии увеличились в Дагестане (+6,626 млрд.), Якутии (+4,691 млрд.) и Камчатском крае (+3,739 млрд.). Еще одним важным методом стимулирования сельхозтоваропроизводителей является льготное кредитование, которое осуществляется ОАО «Россельхозбанк» в рамках Программы государственной поддержки агробизнеса.

Выводы. Методы государственного регулирования агробизнеса в России достаточно разнообразны, и каждый из них имеет свои преимущества и недостатки. Конечно, универсальный метод не может быть разработан. Каждое сельскохозяйственное производство по-своему уникально и индивидуально, в зависимости от места производства сельскохозяйственной продукции, ее первичной и последующей переработки. Следовательно, изменения, внесенные в НК РФ в области налогообложения сельскохозяйственных товаропроизводителей, могут как положительно, так и отрицательно повлиять на деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей. Несомненно, эффект от этих нововведений все равно будет, и его можно будет проследить в будущих показателях налоговых поступлений бюджета РФ.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: НК: текст с изменениями и дополнениями на 1 февраля 2022 года: [принят Государственной думой 19 июля 2000 года: одобрен Советом Федерации 26 июля 2000 года]. – Москва: Эксмо, 2022. – 2790 с. – (Актуальное законодательство). – ISBN 978-5-04-164366-9. – Текст: непосредственный.
2. Федеральный закон от 27 ноября 2017 г. № 335-ФЗ «О внесении изменений в Налоговый кодекс Российской Федерации»: [сайт]. – 2022. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_283495/ (дата обращения: 30.09.2022). – Текст: электронный.
3. Борлакова, Т. М. Актуальные проблемы налогообложения предприятий сельского хозяйства / Т. М. Борлакова, А. С. Узденова. – Текст: электронный // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – №26(4). – С. 27-32 <https://elibrary.ru/item.asp?id=41591057> (дата обращения: 30.09.2022). – URL: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.
4. ЕСХН в 2022 году: изменения, ставка: [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.rnk.ru/article/217060-eshn-v-2022-godu-izmeneniya/> (дата обращения: 30.09.2022). – Текст: электронный.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЦЕНТРАЛИЗОВАННОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Некрасова О.Л.¹, д-р экон. наук, доц., **Черемных В.Ю.²**

¹ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

²ГБУ ВО «Академия Министерства внутренних дел
Донецкой Народной Республики имени Ф.Э Дзержинского», г. Донецк, РФ
valeriy032@gmail.com

Введение. Постепенный переход экономики Донецкой Народной Республики (далее – ДНР, Республика) к рыночным отношениям подчеркивает важность проблематики экономической безопасности государства, которая является важной характеристикой качества жизни и состояния экономики. Поэтому в повестку дня включается проблема обеспечения экономической безопасности государства в рыночных условиях путем внедрения соответствующей подсистемы принятия управленческих решений, таких как финансовый контроллинг.

Учитывая, что в экономической литературе нет единого определения понятия «финансового контроллинга», довольно фрагментарны и ограничены исследования по предпосылкам, особенностям и структуре финансового контроллинга в обеспечении экономической безопасности государства, исследование данной тематики является весьма актуальной.

Основная часть. Современное экономическое состояние Республики убедительно свидетельствует, что проблема экономической безопасности государства приобретает актуальность и исключительное значение.

Несмотря на то, что одной из наиболее значимых функций государства является обеспечение экономической безопасности, понятие «экономическая безопасность» является достаточно новой экономико-правовой и информационной категорией для отечественных органов управления экономикой.

Так, экономическая безопасность государства в условиях глобализации характеризует ее способность генерировать положительные сдвиги в национальной экономике, противостоять внешним экономическим угрозам и достойно презентовать себя на внешнем рынке [1, с. 15].

Любая деятельность со стороны государства, независимо от структуры экономических интересов, зависит от возможности привлечения необходимого капитала как составной части экономической безопасности, правильного механизма реализации инвестиционной политики, как

фактора обеспечения экономической безопасности, а также состояния финансово-кредитной сферы, обеспечивающего эффективное функционирование экономической системы и экономического роста.

Поэтому для согласования всех взаимосвязанных элементов существует специфическая функция – управление, обеспечивающее планирование, контроль, мотивацию и регулирование деятельности.

Сущность контроля состоит в осуществлении целенаправленного воздействия на объекты управления, предполагающего систематический надзор, наблюдение над их деятельностью для выявления отклонений от установленных норм, правил, требований или задач в процессе их выполнения, а также реализации.

Финансовый контроль предполагает проверку хозяйственных и финансовых операций по вопросам их достоверности, законности, целесообразности и эффективности [1, с. 16-17].

Так, согласно ст.1 Модельного Закона «О государственном финансовом контроле» рассматривает «государственный финансовый контроль» как проверку соблюдения органами государственной власти и местного самоуправления, юридическими и физическими лицами действующего национального финансового законодательства, рациональности и эффективности использования государственных финансовых и материальных ресурсов [4].

На основе мирового опыта построения системы финансового контроля изложены научные принципы общей теории контроля и организационно-методологические основы государственного финансового контроля в условиях рыночной экономики. В результате исследования новых социально-экономических явлений организация контроля экономических систем рассмотрена с помощью системного подхода через взаимодействие ее составляющих: субъектов контроля, подконтрольных объектов и контрольных действий.

При проведении мероприятий финансового контроля применяются: анализ методов организации работы объекта проверки; анализ результатов работы объекта проверки; анализ конкретных фактов и ситуаций, выявленных на объекте проверки; анализ всех имеющихся данных; обзор документов.

Среди методов повышения эффективности системы внутреннего контроля на современных предприятиях наиболее целесообразными выступают методы распределения полномочий и ответственности между работниками, ротация кадров, осуществление контроля над отдельными направлениями деятельности, усовершенствование контроля при планировании продаж, формирование «дела-досье» на покупателей и заказчиков, диагностика и прогнозирование проблем и т.п. [2, с. 18-19].

С целью определения перечня конкретных экономических проблем, возникающих у субъектов хозяйственной деятельности Республики,

образующий экономическую систему ДНР, а также создания реформ внутреннего контроля в экономике, особое значение следует уделить разработке методики организации внутреннего контроля для повышения уровня эффективности системы управления, обеспечения ее гибкости; разработке оптимальной модели внутреннего контрольного процесса; формирования управленческой модели; распределение функций должностных лиц.

Повышение эффективности контроля состоит не только в его своевременности, но и в полноте операций и процессов, разработке внутренних стандартов контроля [3, с. 11].

Заключение. Таким образом, играя одну из ключевых ролей в обеспечении экономической безопасности государства, категория «финансовый контроль» имеет право на самостоятельное существование и исследование как отдельной категории, а также как финансовый менеджмент в отношении менеджмента вообще.

Кроме того, при рассмотрении симбиоза экономической безопасности государства и финансового контроля нерешенными остаются отдельные вопросы, прежде всего такие как четкое определение контроллинга и самого понятия «финансовый контроль» во взаимосвязи с такой категорией, как экономическая безопасность государства.

Основной ориентир дальнейших исследований – это возможность решения основной задачи настоящего – принятие управленческих решений по обеспечению экономической безопасности государства при помощи финансового контроля. А это, в свою очередь, позволит использовать финансовый контроллинг разными отраслями экономики.

Список литературы

1. Богомолов, В.А. Введение в специальность «Экономическая безопасность»: учеб. пособие / В.А. Богомолов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 279 с. – ISBN 978-5-238-01562-0.
2. Гуреева, М.А. Экономическая безопасность государства. Противодействие спектру угроз – от материально-вещественных до информационно-цифровых / Москва — 2021. (2-е издание) – 341с. – ISBN 978-5-394-01148-1. – Текст: непосредственный.
3. Крутиков, В.К. Экономическая безопасность. Учебно-методическое пособие / В.К. Крутиков, Т.В. Дорожкина, О.И. Костина. – Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд-во «Эйдос»). – 2017. – 196 с. – ISBN 978-5-397-03555-2 – Текст: непосредственный.
4. Модельный Закон «О государственном финансовом контроле» (принят на двадцать четвертом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ (Постановление №24-11 от 04.12.2004)). – Текст: электронный // Казначейство России: официальный сайт. – 2022. – URL: <https://roskazna.gov.ru/upload/iblock/601/modelnyy-zakon-sng-o-gfk.docx> (дата обращения: 21.09.2022).

НЕГАТИВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Шевцова В.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
v.shevtsova@donnu.ru

Введение. Цифровая экономика представляет собой социально-экономическую деятельность, в которой ключевыми факторами производства являются цифровые данные и их использование, что позволяет существенно увеличить производительность в различных видах и секторах экономики. Становление и развитие цифровой экономики – глобальная тенденция, определяющая прогресс, стремительное развитие инновационных технологий, человеческую креативность.

Цель статьи – рассмотреть проблемы влияния цифровых технологий на трудовые отношения.

Основная часть. В современных условиях широкое распространение цифровых и информационных технологий приводит к новому формату содержания трудовой деятельности. Глобальные процессы информатизации определяют специфику современного труда, новых форм организации и социально-трудовых отношений. Гибкая занятость, формирование электронной самозанятости характеризуют современный рынок труда, на котором интеллектуальный труд признается основным.

Трудовые отношения – отношения, основанные на соглашении между работником и работодателем о личном выполнении работником за плату трудовой функции (работы по должности в соответствии со штатным расписанием, профессии, специальности с указанием квалификации; конкретного вида поручаемой работнику работы) в интересах, под управлением и контролем работодателя, подчинении работника правилам внутреннего трудового распорядка при обеспечении работодателем условий труда, предусмотренных трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами, трудовым договором [1].

Трансформация социально-трудовых отношений в цифровой экономике имеет не только позитивные, но и негативные тенденции развития, которые проявляются в состоянии перехода, асимметричности, разноскоростной подстройке разных элементов этой системы, ростом неопределенности и рискованности. Негативные тенденции обусловлены следующими факторами:

трансформация содержания труда. Труд все больше становится творческим и инновационным, что требует высокообразованной рабочей силы. Однако общество, существующее в системе координат рыночной экономики, не в состоянии преодолеть разрывы в качестве образования разных слоев общества. Вместо того чтобы общество максимально качественно росло, расширяло социальные лифты, уменьшало чрезмерную дифференциацию доходов, оно из-за такой ситуации только усугубляет противоречия и разрывы в качестве рабочей силы, а, следовательно, и возможности вхождения многих граждан на рынок труда;

цифровые технологии несут большую экономию ресурсов – труда, материальных, финансовых. Однако экономия на ресурсах труда имеет и отрицательную сторону – она порождает массовое увольнение занятого населения на каждом новом ветке технологического обновления. Все меньше и меньше трудоспособного населения находит рабочие места. Эта ситуация порождает массу негативных последствий – от дисквалификации и социальной эксклюзии до морального упадка и депрессии;

большие разрывы в оплате труда. Наиболее креативная рабочая сила одновременно и востребована на мировых рынках. Вместе с тем, самой сложной и пока плохо решаемой задачей является растущая безработица, порождаемая внедрением цифровых технологий. Растущая безработица и дальнейшие перспективы ее роста делают мир еще более неустойчивым. Особую остроту приобретает молодежная безработица. Это связано с тем, что молодые люди, вступая в трудоспособный возраст, сталкиваются с ситуацией резкого сокращения спроса на рабочие места. В системе координат быстрой смены технологий и соответствующих им организационно-экономических форм и институциональной базы возникает разрыв между новыми требованиями к рабочей силе и ее нынешним состоянием. Трансформация социально-трудовых отношений требует иного качества ресурсов труда, иного темпа изменений, другой логики и мотивации социально-трудового поведения. Нужны другие масштабы адаптации к изменяющимся реалиям, другое значение и веса духовных ценностей, другое образование (образования в течение жизни), новейшие компетенции (способность работать в команде и в информационной среде, способность адаптироваться и мыслить нетрадиционно и т.д.);

государственное регулирование социально-трудовых отношений существенно меняется под давлением распространения нового характера организации экономического пространства, мировых тенденций формирования глобального рынка труда, изменения характера понимания социальной защиты, требующего использования таких инструментов государственного интервенционализма, по которым достигается эффект рационального поведения субъектов социально-трудовых отношений, снижение когнитивных и поведенческих ошибок.

Цифровая экономика разворачивается в сложных условиях, требующих как от всех работников, так и работодателей особенного внимания к экологическим и общественным проблемам. Социальная ответственность человечества начинается с формирования мировоззренческих ценностей. Современное образование должно реформироваться на пути совмещения научно-технического и гуманитарного знания.

Именно те страны, которые создали инклюзивные институциональные режимы, имеют не только экономические достижения, но и характеризуются более гармоничным взаимодействием субъектов социально-трудовых отношений, более действенной программой усовершенствования трудовой сферы и сплоченностью общества.

Социализация означает не только более эффективное распределение доходов на общественные нужды, но и переформатирование направленности экономического развития на потребности человеческого развития. Не следует забывать, что этот процесс разворачивается в условиях напряжения основного противоречия социально-трудовых отношений – между трудом и капиталом.

Социальность трудовых отношений в условиях цифровой экономики приобретает новое качество. Она не сводится только к достойным условиям и оплате труда. Она становится сквозной потребностью всестороннего целостного человеческого развития. Все институты общества следует перенаправить на достижение этих целей. Особое значение в реализации этой цели принадлежит институтам и механизмам системы социально-трудовых отношений.

Выводы. В современных условиях развитие цифровой экономики значительно ускорило прогресс техники и технологии. Внедрение цифровых технологий должно быть положительным для всех: и государственных органов, и работников, и работодателей. Улучшение экономической сферы и повышение эффективности социально-трудовых отношений лежит на пути построения равновесного сбалансированного взаимодействия экономики и общества.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 14.07.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.07.2022). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 30.09.2022).
2. Томашевский, К.Л. Цифровизация и ее влияние на рынок труда и трудовые отношения (теоретический и сравнительно-правовой аспекты) / К.Л.Томашевский // Вестник СПбГУ. Право. – 2020. – Т.11. – Вып. 2. – С. 398-413.

Финансы и банковское дело»

УДК 330.35

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Алексеевко Н.В., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

n.alekseenko@donnu.ru

Введение. Все промышленные предприятия сегодня работают в условиях жесткой конкуренции. Деятельность каждого предприятия направлена на завоевание и удержание определенной доли рынка, которая в определенной степени обеспечивается стратегическим планированием.

Текущие темпы экономических изменений и потребность в экономических знаниях требуют новых методов управления, включая стратегическое планирование и прогнозирование будущих проблем и возможностей. Это дает руководству инструменты для создания долгосрочных планов и обеспечивает основу для принятия решений. Знание целей развития компании поможет найти наиболее подходящие пути их достижения и, безусловно, снизит риск при принятии решений. Принимая обоснованные и систематические плановые решения, руководство снижает риск принятия неверных решений из-за неверной или недостоверной информации о возможностях компании или внешних условиях. На современных предприятиях стратегическое планирование становится скорее правилом, чем исключением.

Целью данной работы является обобщение теоретических положений и методических рекомендаций по организации стратегического планирования на промышленных предприятиях.

Основная часть. Повышение конкурентоспособности на мировом и внутреннем рынках, быстрое развитие и изменение технологий, сложность бизнес-проектов и другие факторы диктуют новые требования к стратегическому планированию, его содержанию, структуре, методам разработки и оценки эффективности.

Реализация стратегического плана на предприятии включает, прежде всего, реализацию выбранной стратегии, проектирование системы мотивации и организации труда и создание организационной культуры, обеспечивающей достижение определенных целей, т.е. использование всех инструментов стратегического планирования.

Как подтверждает зарубежная практика, стратегическое планирование на микроуровне должно учитывать взаимодействие многих внутренних и внешних экономических процессов, факторов и явлений.

Прежде всего, стратегический план определяет будущее направление развития компании, ее основные виды деятельности, позволяет связать маркетинговую, производственную и финансовую деятельность в единую систему, а также позволяет удовлетворить потребности, планировать продукцию, рекламу и маркетинг. процессы, механизмы рыночного ценообразования.

Во-вторых, ставит перед каждым отделом компании конкретные и четкие цели, соответствующие общей стратегии развития компании.

В-третьих, обеспечивает координацию всей межфункциональной сервисной деятельности компании.

В-четвертых, стратегический подход заставляет менеджеров лучше оценивать свои сильные и слабые стороны по отношению к конкурентам, возможностям, ограничениям и меняющимся условиям.

В-пятых, план определяет еще одно направление долгосрочной корпоративной деятельности.

В-шестых, показывает важность фактической реализации основных функций планирования, организации, контроля, контроля и оценки деятельности предприятия как единой современной системы управления.

Содержание стратегического плана должно быть направлено на поддержание баланса выделяемых ресурсов. Разумное соотношение собственного и заемного капитала не должно нарушаться. Поэтому для успешного решения задач компании необходимо эффективное планирование всей деятельности. Сущность планирования можно оценить как создание модели желаемого будущего и определение эффективных способов его достижения. Структура плана должна точно соответствовать организационной структуре компании. Это позволяет расписать план по ответственным, срокам и источникам ресурсов (материальным, трудовым, финансовым, интеллектуальным). Реальность плана определяется существующими ресурсными ограничениями, оценкой исполнителем баланса частей плана, времени, ресурсов, коммерческих и других рисков и т.д.

Весь комплекс работ, связанных с разработкой и реализацией стратегии развития компании, можно разделить на следующие блоки:

- *Анализ инвестиционной привлекательности отрасли.* Алгоритм анализа инвестиционной привлекательности отрасли осуществляется в два этапа: оценка уровня конкурентоспособности и оценка уровня ее развития.

- *Анализ конкурентоспособности компании в отрасли.* Инвестиционная привлекательность — первый контрольный пункт в стратегическом планировании.

- *Финансовая оценка стратегических альтернатив.* Рекомендуется проводить финансовую оценку стратегических альтернатив на основе специально разработанной компьютерной модели, построенной с учетом особенностей бизнеса компании, текущих тенденций развития отрасли, существующих угроз, возможностей и ограничений.

- *Разработка имиджа будущей компании.* Разработка стратегических целей и задач. При его проектировании необходимо учитывать тенденции развития отрасли, изменения в сопряжении спроса и предложения, сильные и слабые стороны компании, существующие возможности и угрозы.

Заключение. Таким образом, стратегическое планирование призвано обеспечить необходимый экономический рост и желаемый уровень развития предприятий на предстоящий долгосрочный период. В общем виде стратегическое планирование предприятия заключается в выборе основных направлений производственной деятельности, приемов и методов, обеспечивающих достижение долгосрочных целей предприятия в постоянно меняющихся условиях внешней среды.

Список литературы

1. Акмаева, Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент: учеб. пособие / Р.И. Акмаева. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 208 с.
2. Зуб, А.Т., Стратегический менеджмент: Системный подход / А.Т. Зуб, М.В. Локтионов. – М.: Генезис, 2011. – 848 с.
3. Немцов, В.Д. Стратегический менеджмент / В.Д. Немцов, Л.Э. Довгань. – Киев: ТОВ «УВПК» ЕксОб, 2001. – 560 с.
4. Петров, А.Н. Стратегическое планирование/ А.Н. Петров. – СПб.: Знание; ГУЭФ, 2003. – 200 с.
5. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: Концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд, пер. с англ. – М.: ИД «Вильямс», 2007. – 928 с.

ЗНАЧЕНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Алиева Л.Р., Шекишьева С.В., канд. экон. наук, доц.
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет», г. Иваново, РФ
rector@ivanovo.ac.ru

Финансовые технологии (финтех) представляют собой оказание финансовых услуг и внедрение соответствующих сервисов на основе использования инновационных технологий. В качестве основных технологий можно выделить Big Data (большие данные), искусственный интеллект, машинное обучение, роботизацию, блокчейн, облачные технологии, биометрию и других.

В современных реалиях финансовые технологии стали неотделимой частью банковских услуг. Они используются в кредитовании, осуществлении банковских платежей и переводов, депозитных операциях и т.д. Финтех дают банкам возможность оптимизировать свои процессы, снизить риски и ведет к росту клиентоориентированности банковских организаций. Отметим, что в основном на текущий момент финансовые технологии внедряют прежде всего крупные финансовые организации, но остальные банковские организации должны идти в ногу со временем и проводить политику цифровизации бизнеса.

Приведем основные цели внедрения финансовых технологий в коммерческих банках:

- повышение конкурентоспособности банковской организации в условия цифровизации экономики и финансовой сферы;
- повышение доступности финансовых услуг для всех категорий граждан и бизнеса, увеличение ширины и глубины ассортимента услуг, их качества;
- минимизация рисков и издержек осуществления банковской деятельности;
- повышение безопасности банковского обслуживания клиентов [1, с.12].

Представим схему цифровой инфраструктуры в банковской сфере (рис.1).

Далее проанализируем направления финансовых инноваций в сфере финансовых банковских технологий:

- облачные технологии и большие данные (Bigdata). Применение облачных технологий необходимо для установления доступа к банковским продуктам и личным кабинетам из любой точки мира без использования специализированных приложений. Это осуществляется на основе

централизации услуги сети. В то время как использование технологии Bigdata существенно облегчает банку обработку информации по клиентам, что дает возможность формировать для клиентов персональные целевые предложения. Широкий и своевременный анализ информации, которая поступает из банковских корпоративных источников, Интернета и др.;

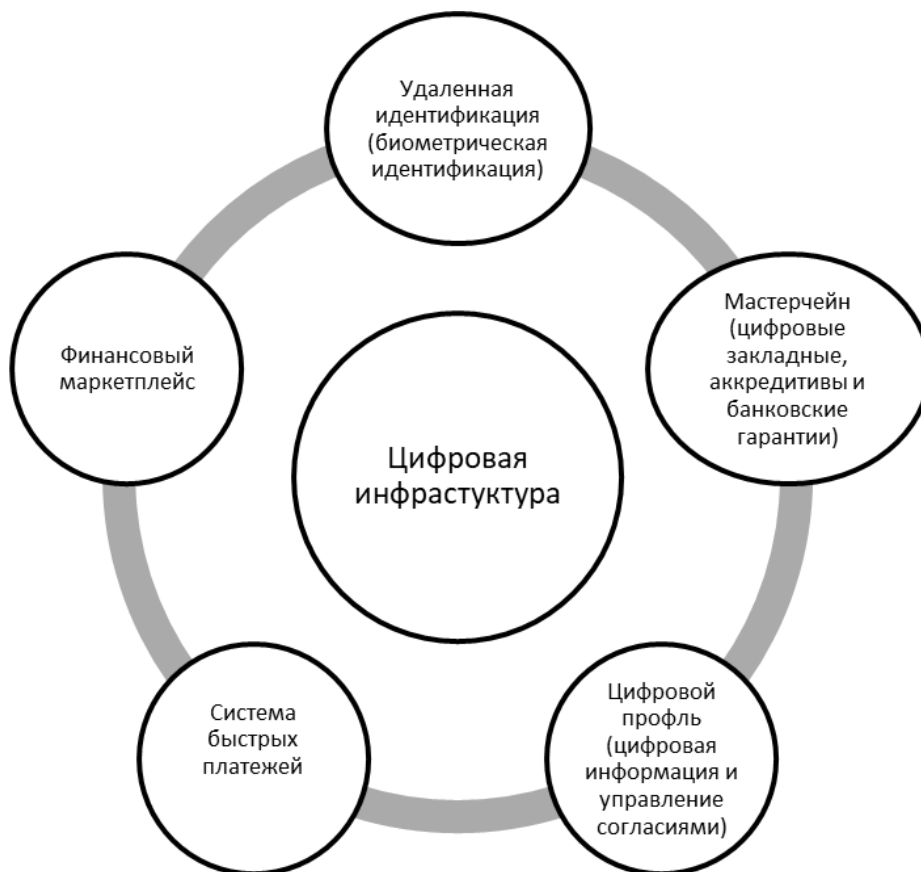


Рис. 1. Цифровая инфраструктура в банковской сфере [3]

- API (Application Programming Interface, представляющий собой программный интерфейс приложения, интерфейс прикладного программирования), интегрированный в системы взаимодействия с клиентами. Данная система включает в себя набор готовых классов, процедур, функций, структур и констант, которые предоставляет банк через свои приложения или мобильные сайты для использования во внешних программных продуктах.

- социальные медиа и мобильная связь со специальными приложениями. Объединение банковских организаций с социальными сетями дает возможность получать информацию о жизни клиентов, их интересах и планах для использования в ходе разработки банковских продуктов, для установления клиентоориентированных отношений с клиентами, ускорить внедрение блокчейн-технологий [2, с. 48].

Рассмотрим принципиальные отличия банковской модели с применением информационных технологий от классической модели обслуживания.

Таблица 1

Различия классической модели банковского обслуживания
и модели с использованием финансовых технологий

Критерий	Классическая модель	Модель с использованием финансовых технологий
График обслуживания	В установленное время, по графику работы офиса банка	Круглосуточно
Скорость обслуживания	Зависит от квалификации сотрудника	Мгновенно
Границы обслуживания	Ограничивается каналами обслуживания	Всесторонний, с использованием любых каналов
Стоимость обслуживания	Высокая, с учетом содержания обслуживающего персонала	Низкая
Масштабы обслуживания	Ограничены физическим наличием офисов банка и кадровым составом	Неограниченны
Расходы системы	Содержание персонала и отделений банка	Приобретение и содержание ИТ-технологий, их обслуживание

Таким образом, реализация всех вышеуказанных направлений внедрения информационных технологий позволит банкам сформировать принципиально новую модель банковского обслуживания, которую уже можно называть экосистемой. В виду того, что она будет включать такие элементы как всесторонность обслуживания, неограниченность обслуживания по времени, широкий масштаб и низкие издержки.

Список литературы

1. Макарова И. В., Павлика А. Ю. Трансформация банковского сектора в условиях цифровизации экономики России / И. В. Макарова, А. Ю. Павлика // Банковское дело. – 2022. – № 1. – С.12 – 21.
2. Пшеничников В.В. Влияние финансовых технологий на изменение модели банковского обслуживания клиентов / В. В. Пшеничников // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2018. – № 1 (35). – С.48 - 52.
3. Развитие финансовых технологий / Официальный сайт Банка России. – URL: <https://cbr.ru/fintech/> (дата обращения: 21.09.2022)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Горбатенко Ю.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

horbatenko.hyv@donnu.ru

Введение. В современных условиях хозяйствования деятельность предприятия обусловлена рядом факторов, в частности, изменчивостью экономической, социальной и политической ситуации в стране и мире, макроэкономической нестабильностью и усилением рыночной конкуренции. Экономическая устойчивость отечественных предприятий является основой развития и подъема хозяйственной системы государства. Следовательно, необходимо обеспечение экономической устойчивости хозяйствующих субъектов в краткосрочной и долгосрочной перспективе, минимизация влияния негативных внутренних и внешних факторов. Однако практика показывает, что традиционные методы стратегического управления не способны решить эти задачи в полной мере, что диктует необходимость разработки современных стратегических подходов к управлению экономической устойчивостью предприятия, грамотного планирования деятельности организации и проведения стратегического анализа.

Целью данной работы является выявление на основе анализа внутренней и внешней среды актуальных методов стратегического управления и формирование механизма их интеграции для повышения степени эффективности использования данных методов на отечественных предприятиях.

Основная часть. Для построения на предприятии эффективной системы анализа факторов влияния необходимо решить ряд задач, среди которых:

- определение направлений анализа деятельности предприятия;
- сбор данных по основным факторам внешней и внутренней среды предприятия, определение возможностей и угроз со стороны внешних факторов, а также сильных и слабых сторон самой организации;
- создание информационной системы, использование которой позволит получить быстрый доступ к данным по рассматриваемым показателям;
- выявление на основе полученных данных возможных стратегий развития предприятия.

Следует отметить, что любое предприятие является открытой системой и находится в процессе постоянного взаимодействия с внешним миром, в связи с чем обязана принимать во внимание факторы внешней

среды, приспосабливаться к ним для сохранения высокой эффективности и дальнейшего развития. При этом окружающая среда характеризуется такими параметрами, как неопределенность (недостаток и недостоверность информации), сложность (количество и вариативность факторов влияния) и подвижность (скорость изменения факторов внешней среды). Кроме того, каждое предприятие существует также в функциональной (или внутренней) среде – условиях и факторах, оказывающих влияние на функционирование предприятия, его работоспособность, и приводящих к принятию решений, направленных на управление ими или адаптацию к ним.

Система факторов внутренней и внешней среды приведена на рис. 1.

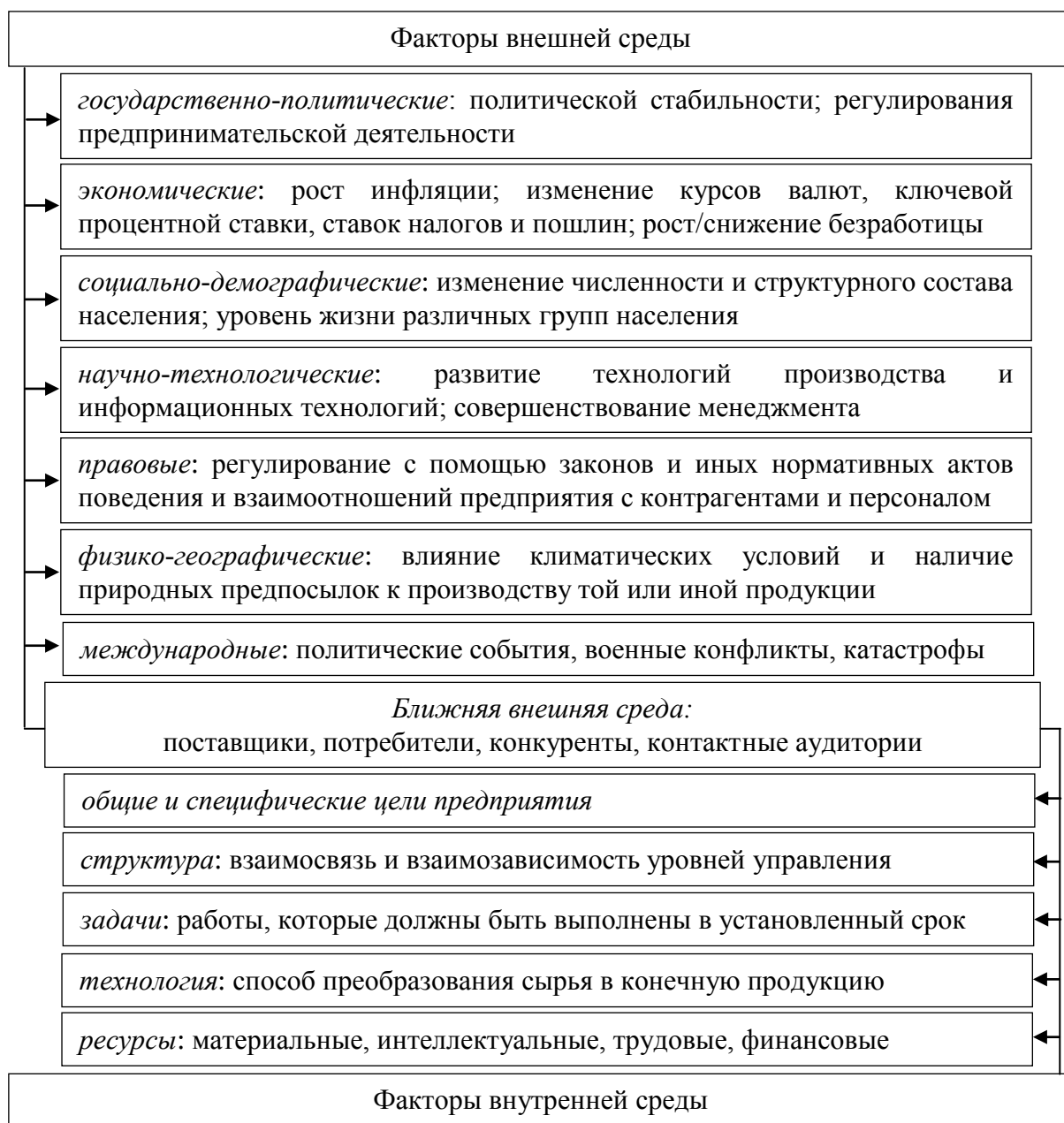


Рис. 1. Факторы внутренней и внешней среды, оказывающие влияние на функционирование предприятия

В процессе своей деятельности каждое предприятие само решает, какие из факторов оказывают наибольшее влияние на его функционирование и какие следует учесть в его работе. При этом, как уже упоминалось выше, предприятию необходимо провести диагностику стратегического потенциала для выявления возможных стратегий развития. Однако, несмотря на важность данной процедуры, не существует единого метода или алгоритма проведения диагностики стратегического потенциала предприятия.

Анализ наиболее значимых публикаций позволяет с некоторой долей условности объединить данные методы в три группы в зависимости от основы управления: комплексные финансовые показатели, сбалансированные показатели и система постоянных улучшений. Стоит отметить, что ни один из методов данной группы не способен обеспечить полную диагностику стратегического потенциала предприятия.

На наш взгляд, необходимо применение интегрированного метода стратегического управления экономической устойчивостью предприятия, что позволит:

- ускорить внедрение сбалансированной системы показателей на предприятии благодаря сокращению времени выявления ошибок, допущенных при разработке стратегических целей и показателей в разрезе соответствующих перспектив;

- нивелировать необходимость использования специфического программного обеспечения, что делает метод доступным для предприятий с различным уровнем автоматизации.

Заключение. Формирование стратегических направлений обеспечения экономической устойчивости предприятия должно осуществляться на основе выбора вариантов использования ограниченных ресурсов, которые в долгосрочной перспективе будут способствовать сокращению потерь предприятия, росту его способности компенсировать негативные влияния факторов внешней и внутренней среды, реализации стратегии устойчивого развития.

Список литературы

1. Железнова Т.Ю. Интеграция методов стратегического управления промышленным предприятием / Т.Ю. Железнова, Е.Д. Вайсман // Управленец. – 2022. – №2.
2. Камалетдинов А.Ш. Теоретические основы информационного обеспечения оценки факторов и рисков организации / А.Ш. Камалетдинов, А.А. Ксенофонов // Инновации и инвестиции. – 2022. – №6.
3. Саидов А.А. Стратегическое управление как механизм обеспечения финансово-экономической устойчивости предприятия / А.А. Саидов, И.У. Шахгираев // Индустриальная экономика. – 2022. – №2.
4. Стреблянская И.А. Проблемы формирования и развития экономического потенциала торговых предпринимательских структур / И.А. Стреблянская // Вестник ВУиТ. – 2022. – №1 (49).

ДЕПОЗИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С НАСЕЛЕНИЕМ

Гошадзе Т.Г., Бибикова Е.А., д-р экон. наук, проф.
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет», г. Иваново, РФ
tamara.goshadze@mail.ru

Введение. Депозитные операции для коммерческих банков являются традиционными, благодаря ним осуществляется привлечение денежных средств. В настоящее время банкам необходимо реагировать на экономическую ситуацию как в стране, так и в мире. Население имеет значительные объемы сбережений. В настоящее время экономическая ситуация в стране постоянно меняется под влиянием внешних условий, в частности санкций, а также политики государства, что отражается как на деятельности банков, так и на сберегательном поведении граждан. Таким образом, данная тема является актуальной.

Цель работы – определение сущности и значения депозитной политики коммерческих банков во взаимоотношениях с населением.

Раскрыть цель работы помогут решения следующих задач: раскрыть понятие и значение депозитной политики коммерческого банка и определить современные тенденции ее развития во взаимоотношениях с населением.

Основная часть. Депозитная политика коммерческого банка – это политика в области привлечения банком свободных денежных средств во вклады и депозиты физических и юридических лиц, а также эффективное управление ими.

Целью депозитной политики коммерческого банка является привлечение оптимального объема денежных ресурсов, необходимого и достаточного для работы на финансовых рынках и усилении кредитного потенциала, при условии обеспечения минимального уровня издержек, считают Мартенс А.А. и Деркач Н.О. Выделяют следующие базовые задачи депозитной политики банка:

- 1) формирование достаточного объема ресурсов для активных операций банка;
- 2) обеспечение ликвидности;
- 3) соотношение цены, объема и структуры привлекаемых ресурсов.
- 4) устойчивое фондирование [2, с. 3-5].

Эриашвили Н. Д. определяет вклад (депозит) как денежные средства в наличной или безналичной форме, в национальной или иностранной валюте, отданные их собственником в банк для хранения на определенных условиях [5, с. 268].

В 2020 году главной из тенденций стала миграция вкладов населения в инвестиции. По причине низких ставок по вкладам население предпочло вкладывать свои сбережения в продукты до востребования, где ставки выше, и в инвестиционные продукты, а не в классические вклады.

За 2021 год происходило постепенное восстановление сберегательной активности граждан и рост процентных ставок. На фоне резкого роста инфляции и тогда, и сейчас Банку России пришлось резко повышать ключевую ставку. А вслед за ней естественным путем начали расти и ставки по вкладам [3].

В конце февраля – начале марта 2022 года после начала специальной военной операции на Украине на России были наложены санкции. Для стабилизации экономической ситуации в стране Банк России резко повысил ключевую ставку. Банк России сообщил, что повышение ключевой ставки даст возможность коммерческим банкам увеличить проценты по вкладам. Население будет вкладывать деньги в депозиты с повышенной ставкой, при этом реже станет в меньших объемах брать кредиты и покупать товары. Как считает Банк России, это должно способствовать сдерживанию стремительной инфляции, резкого падения курса рубля, а также защитить сбережения граждан от обесценения.

Так, ставки по краткосрочным вкладам в коммерческих банках составили более 20%. В связи с чем произошел высокий рост вложений населения во вклады.

В таблице 1 представлены максимальные процентные ставки по вкладам со сроком до 3 месяцев в конце февраля – начале марта 2022 года, из которой можно заметить, что наибольшая максимальная процентная ставка наблюдалась у ПАО «Совкомбанк» и составляла 23% годовых.

Таблица 1

Максимальные процентные ставки банков по вкладам в рублях со сроком до 3 месяцев в конце февраля – начале марта 2022 года

Наименования банков	Процентные ставки
ПАО Сбербанк	20% годовых
Банк ВТБ (ПАО)	18% годовых
АО «Альфа-Банк»	20% годовых
ПАО «Совкомбанк»	23% годовых
АО «Почта банк»	18% годовых

За первое полугодие объем средств на депозитах сроком от 3 до 6 месяцев вырос почти в 14,5 раза – с 812 млрд. до 11,8 трлн. рублей, до максимума за три с половиной года. Это и рублевые, и валютные вклады, и текущие счета [4].

Так, максимальная процентная ставка по вкладам на начало сентября находится на уровне 6,84% годовых [1]. Учитывая уровень инфляции в годовом выражении, который составляет 14,3%, население не захочет

вкладывать свои средства во вклады, а предпочтет более доходные инструменты, что аналогично ситуации в 2020 году.

Заключение. Итак, депозитная политика коммерческого банка – политика в области привлечения банком свободных денежных средств во вклады и депозиты физических и юридических лиц, а также эффективное управление ими.

В связи с последними событиями, происходящими в мире, Банк России вынужден принимать различные решения для стабилизации экономики в стране. Резкое увеличение ключевой ставки в конце февраля – начале марта 2022 года повлияло на депозитную политику коммерческих банков, появлению краткосрочных вкладов с высокими процентными ставками, что способствовало привлечению денежных средств, а также сдерживанию инфляции, резкого падению курса рубля, защите сбережения граждан от обесценения. Сейчас с учетом нынешнего уровня инфляции в годовом исчислении население не заинтересовано нести свои деньги в банковские вклады. Так, банки вынуждены постоянно изменять свою депозитную политику под влиянием изменений экономической ситуации в мире и в стране.

Список литературы

1. Динамика максимальной процентной ставки (по вкладам в российских рублях) десяти кредитных организаций, привлекающих наибольший объем депозитов физических лиц. – Текст : электронный // Банк России : официальный сайт. – 2022. – URL: <https://www.cbr.ru/statistics/avgprocstav/> (дата обращения 21.09.2022)
2. Мартенс А.А., Деркач Н.О. Депозитная политика как базовый элемент фондирования коммерческого банка // Образования и наука: современные тренды. 2018. – С. 140-150 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32745769> (дата обращения 01.12.2021)
3. Российская газета. Банк России предложил создать спецвклад для людей с невысокими доходами [Электронный ресурс] // URL: <https://rg.ru/2021/11/24/bank-rossii-predlozhit-sozdat-specvklad-dlia-liudej-s-nevysokimi-dohodami.html> (дата обращения 16.12.2021)
4. Ставки упали: что делать с банковскими вкладами. – Текст : электронный // РИА Новости : официальный сайт. – 2022. – URL: <https://ria.ru/20220817/vklady-1810032298.html> (дата обращения 21.09.2022)
5. Эриашвили, Н. Д. Банковское право : учебник / Н. Д. Эриашвили. – 8-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 519 с. – (Золотой фонд российских учебников). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114752> (дата обращения: 02.12.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01874-4. – Текст : электронный.

КОНЦЕПЦИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА ПРЕДПРИЯТИЯ

Демидова Е.Н. канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

demidova.dom@donnu.ru

Введение. Инвестиции являются одним из ключевых механизмов долгосрочного развития предприятия и увеличение своего потенциала. Для того чтобы сформировать стабильный и объемный приток инвестиций необходимо сформировать такие условия, чтобы субъект инвестиций был уверен в возвратности и прибыльности своих вложений в деятельность рассматриваемого предприятия. Большое количество слабых сторон создают условие неопределённости, которое в свою очередь уменьшает вероятность внешнего инвестирования. Это связано с тем, что инвестор всегда будет заинтересован в возвратности вложенных средств.

Актуальность исследования. В современных условиях инвестиционная деятельность осуществляется в условиях высокой неопределенности, средства организаций и частных лиц слабо направляются на цели долгосрочного инвестирования, особенно в сферу материального производства с длительным сроком окупаемости; преимущественно они функционируют в сфере обращения (например, в спекулятивных операциях), а также в значительных объёмах направляются на потребление. Для привлечения дополнительных финансовых ресурсов предприятие должно обладать высоким уровнем инвестиционного климата, достаточным для того, чтобы убедить инвесторов вложить в него свои деньги. Руководство большинства предприятий не осознает значимость повышения инвестиционного климата и не занимается в полной мере вопросами разработки методики анализа и оценки, изучением его повышения, что является большим упущением, ведь во много потенциальный рост и будущее развитие предприятия напрямую зависит от уровня инвестиционного климата. Определяющим фактором инвестиционной деятельности, успех которой напрямую влияет на инвестиционный климат предприятия, выступает формирование и реализация его инвестиционной политики.

Целью настоящего исследования является разработка концепции совершенствования организационно-экономического механизма формирования инвестиционного климата субъектов хозяйствования, направленная на увеличение инвестиционных ресурсов и экономического развития предприятия.

Результат. Уровень инвестиционного климата является результатом инвестиционной политики. Для определения наилучшего варианта развития и эффективного формирования инвестиционной политики необходимо уметь определять текущее состояние инвестиционной деятельности на предприятии.

Одним из этапов подготовки к формированию инвестиционной политики должно быть исследование и оценка инвестиционного климата предприятия, которая поможет определить основные факторы формирования инвестиционной политики предприятия [1]. При разработке концепции организационно-экономического механизма формирования инвестиционного климата предприятию необходимо руководствоваться определенными принципами (рис. 1.). Данные принципы были сформированы на основе анализа приоритетов инвестиционной политики и деятельности государственных органов власти в области построения инвестиционных стратегий.

1. Принцип ориентированности на прямые инвестиции. Прямые инвестиции являются важным источником финансирования инвестиционных потребностей экономики предприятия.

2. Принцип ориентированности на снижение инвестиционных рисков. При разработке механизма необходимо учитывать, что стратегия первоочередной минимизации инвестиционного риска является более эффективной и менее затратной в сравнении со стратегией максимизации инвестиционного потенциала предприятия.

3. Принцип ориентированности на снижение инвестиционных рисков. При разработке механизма необходимо учитывать, что стратегия первоочередной минимизации инвестиционного риска является более эффективной и менее затратной в сравнении со стратегией максимизации инвестиционного потенциала предприятия [2]. В механизме должны быть максимально задействованы элементы, способствующие достижению первого комплекса целей и задач.

4. Принцип связанности инвестиционного климата и инвестиционной активности. Формирование благоприятного инвестиционного климата в предприятии не является самоцелью. Это производная цель, возникающая из необходимости привлечения инвестиций в предприятие [3]. Поэтому в механизм должны быть заложены индикаторы связи между темпами улучшения инвестиционного климата и роста инвестиционной активности в предприятии.

5. Принцип интегрируемости и комплексности. Так как регион, в котором функционирует предприятие, является составной частью единого народно-хозяйственного комплекса страны, так и его инвестиционная сфера является элементом единой инвестиционной сферы страны.

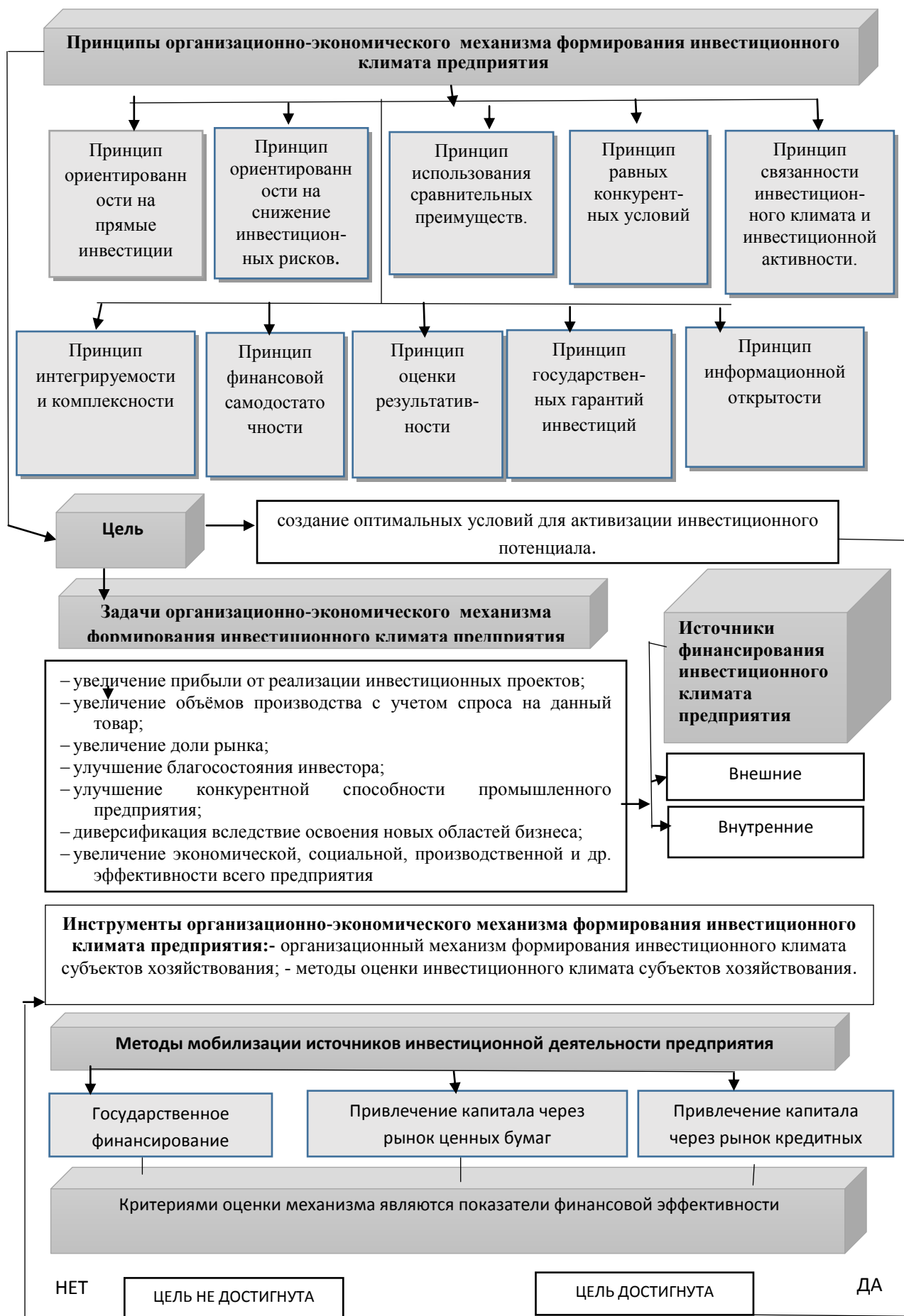


Рис. 1. Концепция организационно-экономического механизма формирования инвестиционного климата предприятия

6. Принцип оценки результативности. Механизм должен строиться таким образом, чтобы имела возможность осуществления эффективного мониторинга и оценки результатов его функционирования.

7. Принцип государственных гарантий инвестиций. Данный принцип нацелен на усиление роли региональной власти как гаранта поддержания благоприятного и предсказуемого нормативно-правового регионального режима хозяйственной деятельности отечественных и зарубежных инвесторов.

8. Принцип равных конкурентных условий хозяйственной деятельности всех инвесторов независимо от формы собственности, способствующих эффективному размещению капитала и устойчивому экономическому развитию; отказ от практики избыточного вмешательства в дела бизнеса.

9. Принцип информационной открытости предполагает обеспечение возможности получения инвесторами достоверной информации об организациях с целью анализа и выбора объектов инвестиций; внедрение международных стандартов отчетности во всех секторах экономики.

Все вышеперечисленные принципы являются своего рода сводом законов, руководство которыми позволяет более эффективно определить границы механизма и структуру составляющих его элементов. Они также способствуют определению направлений и приоритетов в организации деятельности по формированию благоприятного инвестиционного климата в предприятии.

Заключение. Для создания благоприятного климата в предприятии необходимо финансирование. В практике для финансирования инвестиционной деятельности на уровне предприятия используется большое разнообразие методов: привлечение капитала через рынок ценных бумаг, привлечение капитала через кредитный рынок, государственное финансирование.

Привлечение капитала через рынок ценных бумаг играет важную роль в рыночной экономике. Средства, полученные в результате эмиссии и размещения ценных бумаг, являются одним из основных источников финансирования инвестиций. Привлечение капитала через кредитный рынок – средства, полученные в результате займа (кредита) в банке: инвестиционный кредит, коммерческий кредит, кредитная линия, срочная ссуда, вексельное кредитование, ипотечный кредит, факторинг, лизинг.

Государственное финансирование осуществляется чаще всего в рамках государственных программ поддержки предпринимательства на федеральном и региональном уровнях. Долевое участие государства предполагает, что оно через свои структуры выступает в качестве долевого вкладчика, остальная часть необходимых инвестиционных вложений осуществляется коммерческими структурами.

Список литературы

1. Демидова Е.Н. Комплексная оценка инвестиционного климата ПАО «Магнит» / Е. Н. Демидова, В. И. Сапрыкина, // Финансы. Учет. Банки. – 2021. – № 3-4 (36-37) – С. 13-21.
2. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона: Монография / Под ред. В. В. Литвинова. – М.: Финансовый ун-т, 2013. – 116 с.
3. Лебедев А.М., Елисеева Т.В. «Инвестиционный климат»: понятие и определение // Проблемы региональной экономики. – 2017. – № 39. – С. 33-48.

УДК 658.8

ЦЕЛЬ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ КОМПОНЕНТА СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Егоров П.В., д-р экон. наук, проф.,

Егоров В.П., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
egorov@donnu.ru

Введение. В условиях экономических санкций со стороны США и западных стран в отношении России становится объективно необходимым изменение системы взглядов на управление развитием предприятия в нестабильной и труднопрогнозируемой внешней среде.

В этой связи, переход к новой парадигме в России предусматривает:

- гибкое сочетание методов рыночного регулирования, основанных на обратных связях с государственным регулированием социально-экономических процессов;
- функционирование предприятий как открытых систем;
- самоуправление на всех уровнях и переход к полицентрической системе хозяйствования;
- сочетание рыночных и административных методов управления предприятиями государственного сектора.

Отсюда, одной из составляющих современной управленческой философии является концепция стратегического управления, которая основана на системном и ситуационном подходах к управлению. Предприятие рассматривается при этом, прежде всего, как «открытая система», где главные предпосылки успеха деятельности отыскиваются не внутри предприятия, а вне её, то есть, успех связывается с тем, насколько удачно предприятие приспосабливается к внешнему окружению. Сумеет ли предприятие распознать угрозы для своего существования, будет ли оно устойчиво к воздействиям внешней среды, не упустит ли возможности, возникающие в его среде, сможет ли извлечь максимум выгоды из этих

возможностей – вот главные критерии эффективности всей системы управления.

Знание основ стратегического управления, стратегий развития конкурентных преимуществ, предприятий в рамках корпоративных стратегий, а также механизмов реализации выбранной стратегии – одно из необходимых условий успешной работы менеджмента российских предприятий.

Целью настоящего исследования является – определение теоретических основ выбора цели системы стратегического управления предприятием, - одной из важнейших его информационных компонент, которая предполагает направление, на её достижение, с определённой совокупностью ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия.

Основная часть. Проведенные исследования, по данной проблеме, на основе обзора, научных, таких известных учёных как: Д.С.Синк, А.А.Томпсон, Р. Грант, И. Ансофф, Р. Фостер, А.Р. Стерлин, Т.Саати, Дж. Салми, позволило определить, что к основным информационным компонентам системы стратегического управления относятся: система целей; модель управления; стратегическая база данных. Ключевой составной частью системы стратегического управления является постановка целей в стратегии развития предприятия.

Целью, или системой целей, считается желательное состояние рассматриваемой системы либо искомый результат. Данные характеристики могут быть описаны словесно или выражены количественными характеристиками. Цели характеризуются: содержанием, типом объектов, способом выражения, уровнем, который должен быть, достигнут, периодом времени.

Так как цели – это выражение рационально обоснованного объекта будущего, то основное требование, предъявляемое к ним, - реальность.

Система стратегических целей предприятия может быть:

- многоуровневой (главная цель, субподрядная цель нескольких уровней;
- неоднородной по периоду времени (долго-, средне-, краткосрочные цели);
- разнообразной по содержанию или отражению аспектов деятельности (производство, инновационные процессы, маркетинг и др.);
- неравнозначной в соответствии с объектом характеристики (предприятие в целом или её подразделения).

Реальность и эффективность стратегии предприятия будут обеспечены, если стратегические цели соответствуют таким требованиям: являются конкретными и измеряемыми; чётко сориентированными во времени; достижимыми, сбалансированными и обеспеченными ресурсами.

Однако. простого перечисления целей недостаточно для подготовки стратегии воспроизводственного процесса. Как правило, рекомендуется

ещё два дальнейших взаимосвязанных шага для определения системы целей. Это классификация целей и их правильное расположение по значимости.

На общем уровне, классификация целей может быть представлена с различных точек зрения. Для стратегического управления конкретным предприятием она должна быть специфической.

Так, в современной теории интегрированного управления, как правило, приводится системная классификация целей. В неё входят:

- вертикальный разрез стратегического управления (иерархическая последовательность целей по уровням управления);
- горизонтальный разрез стратегического управления - имеется в виду классификация стратегических целей предприятия с функциональной точки зрения (выделение субстратегий);
- временный разрез стратегического управления - дополняет классификацию с учётом распределений целей во временном горизонте стратегического управления.

Интегральное соотношение целей указывает на то, что стратегия предприятия специфична и соответствует уровню развития данного предприятия и особенностям его функционирования.

Каждое предприятие выбирает свою философию целей.

Однако, несмотря на различия в выборе приоритетов предприятий, цели большинства из них включают в себя:

- экономические цели, направленные на оптимизацию всего процесса использования ресурсов предприятия;
- цели для обеспечения достаточного уровня возврата инвестиций в долгосрочном периоде;
- социальные или внеэкономические цели, отвечающие потребностям и личным устремлениям работников предприятия;
- цели, отвечающие ожиданиям влиятельных внешних представителей (внешних держателей акций).

Перечисленные две последние цели оказывают вторичное влияние на управленческое поведение предприятия.

Заключение. Приведенные исследования по выбору целей системы стратегического управления предприятием являются её практической основой. При этом отдаётся предпочтение «традиционному» экономическому подходу, где определена чёткая взаимосвязь целей и основных показателей эффективности деятельности предприятия.

Список литературы

1. Абаева Н.П. Конкурентоспособность организации / Н.П. Абаева. – Ульяновск: УлГТУ, 2018. – 259 с.
2. Ансофф, И. Стратегическое управление: Пер. с англ. / И. Ансофф - М.: Экономика, 2010. – 519 с.

3. Баринов, В. А. Экономика фирмы: стратегическое планирование / В. А. Баринов. – М.: Кнорус, 2015. – 240 с.
4. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий / Т. Коно. – М.: Экономика, 2014.- 246с.
5. Люкшинов, А. Н. Стратегический менеджмент / А. Н. Люкшинов. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 375 с.

УДК 336.77:330.131.7

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ В БАНКАХ РОССИИ

Карпова Е.И., канд. экон. наук, доц.,

Блажевич А.А., канд. экон. наук, доц.,

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

karpova.koi@donnu.ru ; a.blazhevich@donnu.ru

Введение. В настоящее время уязвимость банковской системы перед нестабильностью мировой экономики способствует необходимости усиления риск-менеджмента. Это диктует необходимость разработки системы механизмов обеспечения кредитной безопасности с учетом специфики экономического развития Российской Федерации, обуславливающей необходимость определения целей, мер и конкретных действий, как надзорного органа, так и коммерческих банков. Это свидетельствует об актуальности и сложности проблемы, ее недостаточной научной разработанности и практической значимости, что и явилось основанием для выбора темы данного исследования, определения его цели.

Целью данной работы является обобщение теоретических положений и методических рекомендаций по организации стратегического управления кредитным риском в банках Российской Федерации.

Основная часть. Для построения в банке эффективных систем управления качеством кредитного портфеля необходимо соответствующее методологическое обеспечение, и прежде всего, со стороны органа банковского надзора. Масштабная проблема повышения качества активов любого банка имеет ряд аспектов. Во-первых, это вопрос стабильности функционирования экономики в целом, поскольку деятельность предприятий-заёмщиков в условиях макроэкономического равновесия и предсказуемости действий правительства способствует своевременному погашению обязательств перед банковской системой. Возникновение же диспропорций социально-экономического развития, сопровождающееся снижением деловой активности предприятий и падением платежеспособного спроса населения, напротив, оказывает негативное

мультиплицирующее воздействие и на деятельность банка. Это проявляется в снижении количественных и качественных показателей их деятельности, вызванных невыполнением финансовых обязательств заёмщиков. Во-вторых, это проблема неэффективной кредитной политики банков, связанных с недостаточной проработкой следующих аспектов:

- несовершенством аналитической работы и действующих методик оценки кредитоспособности заёмщиков;
- недостатками залогового механизма, недооценкой качества залогового имущества;
- слабым контролем использования ссуды, необходимостью выявления признаков проблемности кредитов на ранних стадиях возникновения проблемы;
- отсутствием действенных механизмов риск-менеджмента, инструментов оценки вероятности возникновения рисков и возможных потерь;
- несовершенством кредитного процесса и др.

В-третьих, несоответствие законодательной базы требованиям современной ситуации в банковской сфере. Наличие этих и других аспектов комплексной задачи повышения качества активов банков Российской Федерации требует взвешенного решения, учёта многообразных интересов участников кредитных отношений. Ряд перечисленных проблем может быть решен при помощи государства и денежно-кредитной политики Банка России. Для совершенствования кредитной системы необходимо предпринять следующие меры и реализовать предложения:

- разработать новый подход в реформировании данной системы, который может быть основан на эволюционной доктрине управления капитализацией банковской среды, оптимизации степени концентрации ссуд по отраслям и отдельным заемщикам в условиях укрупнения бизнеса в Российской Федерации;
- усовершенствовать модель развития банковской системы Российской Федерации на основе определения новых направлений денежно-кредитной политики, либерализации валютных отношений, совершенствования платежной системы. Важную роль должно играть эффективное функционирование трехуровневой институциональной среды банковской сферы, совершенствование деятельности и регулирования банков;
- необходимо развивать институт банковских аналитиков и экспертов для разработки превентивных мер по предупреждению мировых и региональных экономических кризисов. Банкам необходимо пересмотреть политику внешних заимствований, так как даже ужесточение резервных требований со стороны Банка России не смогло остановить темпы роста привлекаемых ресурсов из-за рубежа;

– для сокращения невозврата кредитов можно использовать обеспечение их возврата при помощи векселя или аккредитива.

Действующая практика кредитования в Российской Федерации требует изменения подходов к разработке системы управления кредитными рисками банков. Их нельзя избежать, но можно снизить вероятность их возникновения, либо уменьшить их последствия для банков. Разработка системы управления кредитными рисками в банке во многом определяется его кредитной политикой, а также принятой практикой кредитования. Для усиления результативности управления кредитными рисками необходим системный подход, позволяющий сконцентрировать усилия отдельных подразделений банка на достижение конкретных результатов.

В этой связи считаем целесообразным уточнить приоритеты системы управления кредитным риском и выработать целевые индикаторы системы кредитного риск-менеджмента можно сформулировать следующим образом: увеличение доли стандартных ссуд; снижение доли безнадёжных ссуд; уменьшение размеров неработающих займов. Каждый из перечисленных индикаторов предполагает решение ряда взаимосвязанных задач. В целом стратегическим направлением решения этих задач является усиление работы по предварительной оценке кредитоспособности заёмщиков и мониторинг их деятельности в процессе использования ссуды.

Соответственно, оперативные действия должны сводиться к следующему:

- публичное раскрытие информации о деятельности заёмщиков;
- процедуры урегулирования проблемных кредитов; процесс выдачи крупных ссуд, кредитование связанных с банком сторон;
- учёт просроченной задолженности и меры по её инкассации;
- политика резервирования кредитных потерь;
- процедуры мониторинга кредитных рисков на основе усиления деятельности внутренних аудиторов.

Заключение. Реализация перечисленных рекомендаций будет способствовать повышению результативности кредитного риск-менеджмента, поскольку наряду с общепринятыми методами управления кредитными рисками следует концентрировать внимание на достижение промежуточных результатов на каждом конкретном этапе. Индикативный подход, выражающийся в чёткой формулировке целей исходя из особенностей текущей ситуации, позволяет выработать соответствующие оперативные меры воздействия для достижения этих показателей. Фактором, определяющим эффективность системы кредитного риск-менеджмента, является персональная ответственность и система стимулов и санкций, а её основой – оперативный мониторинг кредитных рисков и тщательная оценка кредитоспособности заёмщиков.

Список литературы

1. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. / И.Т. Балабанов – М.: Финансы и статистика, 2020. – 192 с.
2. Лисак Б.И. Интегрированный риск-менеджмент в банках. / Б.И. Лисак – Алматы: Экономика, 2018. – 892 с.

УДК 338.12.06/64.123

АНАЛИЗ БАРЬЕРОВ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ХАРАКТЕРА ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

Ковалев А.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
a.kovalev@donnu.ru

Введение. Современные исследователи единодушны во мнении, что одной из главных предпосылок информатизации и цифровой трансформации потребительских рынков, вызывающих преобразование организационных форм предприятий является кастомизация — направленность производства на индивидуального клиента, а не на массового потребителя.

Виртуализация экономических отношений приводит к закономерному развитию новых бизнес-моделей и организационных форм — виртуальных организаций, сетевых структур, кластеров. Можно отметить тот факт, что на уровне отдельного региона эти процессы протекают параллельно с развитием виртуальных торговых площадок, интеграционных платформ и иных форм информатизации субъектов в сетевой экономике.

К основополагающим характеристикам таких организационных структур предприятия относятся: гибкость, открытость, автономность, высокая степень обучаемости персонала, ресурсосберегающие стратегии, приоритет горизонтальных связей. Сочетание перечисленных характеристик определяет сущность тенденций виртуализации хозяйственной деятельности, возникновение различных моделей виртуализации и появление феномена платформенной экономики.

Целью данного этапа является анализ особенностей виртуальных организаций, изучение барьеров к их эффективному взаимодействию, преодоление организационных проблем на основе изучения опыта процессного управления.

Основная часть. В системе современных знаний пространство виртуализации характеризует следующие категории явлений: виртуальная

реальность, виртуальный рынок, виртуальные организационные формы (в свою очередь, делятся на внутри- и межорганизационные сетевые ассоциации), виртуальное производство и электронную коммерцию [1, с. 45].

Под виртуальной реальностью понимается имитация реальных этапов производства в кибернетическом пространстве, которое параллельно является и инструментом, и средой разработки. В качестве инструмента выступает возможность интуитивно сформировать сложные механизмы системы, а в качестве среды – мысленно представить, как разрабатываемый продукт приобретет реальное существование.

Виртуальный рынок функционирует на основе информационного и коммуникационного потенциала глобальных вычислительных сетей в сфере коммерческой деятельности. Виртуальные рынки позволяют воплощать реализацию товаров и услуг круглосуточно, без географических границ, за счет чего снижаются издержки и происходит завоевание все большей доли потенциальных клиентов.

Внутриорганизационные (в границах одного предприятия) и межорганизационные (взаимодействие отдельных предприятий, коллективов, личностей) сетевые ассоциации – обозначают объединение в общую единую сеть отдельных специалистов, при помощи информационно-коммуникационных технологий.

Проведенный анализ литературных источников по вопросам создания виртуальных предприятий и процессами их управления [2, 4, 5], показал, что авторы применяют термин «виртуальность» довольно произвольно. Разногласия в интерпретациях обусловлены несхожестью мнений в понимании данного термина, по причинам его использования для характеристики предприятий, существующих на виртуальных рынках. Выделено четыре основных варианта «видения» данного понятия авторами, касательно определения виртуального предприятия:

1. Виртуальный, как «нематериальный, функционирующий на основе информационно-коммуникационных технологий». Имеется ввиду, что объект деятельности физически не существует, а только является результатом программирования. Сторонники данной концепции ссылаются на разработанные виртуальные продукты, которые функционируют в виртуальном пространстве без физической оболочки (интернет-статьи, сайты, приложения, программное обеспечение и др.). Данный подход характеризует распространенная форма производственной деятельности, так называемого, виртуального предприятия: материально оно не существует, однако для выполнения поставленных задач, сотрудникам достаточно смартфона или ноутбука, а подключение к корпоративным базам данных (БД) возможно из любой точки земного шара [6, с. 115].

2. Виртуальный, как «несуществующий, имеющий вид существующего». Говорится об организации, которая воспринимается

внешней средой как целостная единица, однако реально этой единицы не существует. Покупатель имеет дело со связанной между собой независимой сетью партнеров, имеющей формальную оболочку предприятия общепринятого или традиционного типа [5, с. 31].

3. Виртуальный, «как реально существующий, но меняющийся». Структура данного предприятия имеет схожесть с характеристикой динамической сети. Существует определенная организационная единица, но в зависимости от поставленной перед ней задачей, состав входящих и выходящих партнеров, а также взаимосвязи между ними регулярно меняются [3, с. 76].

4. Виртуальный, как «существующий потенциально». Подразумевается такое предприятие, которое в реальности существует исключительно при его востребованности. То есть, имеются участники с необходимыми ресурсами и компетенциями, однако находятся в «спящем» режиме. Сотрудники работоспособны лишь при выполнении заказа для потребителя.

Закключение. Учитывая вышеизложенное, в работе сформировано единое определение виртуального предприятия – это временная сетевая, компьютерно-интегрированная форма кооперации нескольких независимых партнеров (предприятий, коллективов, отдельных лиц), территориально отдаленных друг от друга, обладающих ключевыми компетенциями и базирующихся на единой информационной системе для достижения поставленной задачи (реализации проекта). Мы разделяем позицию автором и хотим отметить, что в рамках данной трактовки сделан акцент на сетевом формате функционирования, необходимости информатизации и кадровом аспекте развития процессов внутри организации. В этой связи логично предположить, что проблемы и барьеры развития таких форм виртуального взаимодействия лежат в плоскости информационного и кадрового обеспечения.

Список литературы

1. Вютрих Х. А. Виртуализация как возможный путь развития управления [Текст] / Х.А. Вютрих, А.Ф. Филипп. – М.: ИНФРА-М, 1999. – С. 45-49.
2. Иванов Д.В. Виртуализация общества / Д.В. Иванов. – М.: Петербургское Востоковедение, 2002. – 224 с.
3. Катаев А.В. Виртуальные бизнес-организации : монография / А. В. Катаев. – СПб.: Политехнический университет, 2009. – 120 с.
4. Маслова А.В. Природа виртуальной организации: единство политико-экономического и институционального подходов / А. В. Маслова // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: экономика. – 2010. – №3. – С. 394 – 396.
5. Тарасов В.Б. Виртуальное предприятие как эффективная форма организации внешнеэкономической деятельности компании. Проблемы теории и практики управления / В.Б. Тарасов, А. Манюшис, В. Смольянинов. – М.: Дело, 2003. – С. 89-93.
6. Уорнер М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке : монография / М. Уорнер, М. Витцель. – М.: Добрая книга, 2005. – 296 с.

РОЛЬ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Курбанов В.В., Зацаринная Е.И., канд. экон. наук, доц.
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,
г. Москва, РФ
rector@rea.ru

В условиях рынка, развития экономики и конкуренции функционирование предприятий требует современных подходов и структурированной информационной основы принятия, включающей в себя текущие и планируемые финансово-экономические показатели.

Развитие практики корпоративного управления требует существенно более высокий уровень детализации финансовой отчетности. На каждом уровне системы управления нужен соответствующий разрез данных и детализация информации. Кроме того, наличие только текущих данных не позволяет определить текущую ситуацию, поскольку нужна база для сравнения, эталон. Таким эталоном служат план. Планирование финансово-хозяйственной деятельности называется бюджетированием. Соответственно, на различных уровнях иерархии нужны и соответствующие контролируемые параметры. При этом, необходимо учесть, что параметры контроля и объем формируемой отчетности должен быть адекватным целям и задачам поскольку затраты на управление становятся слишком обременительными, а бизнес – менее управляемым.

Учет финансово-хозяйственной деятельности является источником основных и ключевых параметров состояния бизнеса. Управленческий учет и контроль дают при должном подходе информацию об эффективности функционирования процессов и хозяйственной деятельности предприятия.

Контроль как функция управления, подразумевает сравнение фактических показателей с нормативными: сравниваются оперативная информация по выручке, валовой прибыли, расходам, параметров движения денежных средств с параметрами финансового плана (бюджета). С учетом масштабов деятельности компании, ее структуры (холдинга) и применяемой методологии учета детализация и количество бюджетных форм может быть различной. Наравне с планированием по стандартам российской бухгалтерской отчетности может применяться планирование по стандартам международной финансовой отчетности. Элементы бюджетирования применялись с древнейших времен, так, например, «в Риме в значительной степени развивался бюджетный учет в масштабе всего государства, и в отдельных провинциях велась книга бревариум (Brevarium), где отражались как сметные ассигнования, так и их исполнение» [4].

Следует отметить вклад в развитие финансового планирования и учета российского учетного Рудановского А.П. Согласно его подходу, должна иметься связь между счетами бухгалтерского учета и счетами финансового плана (бюджета). Такой подход обеспечивает связь каждой операции с бюджетом. Соответственно, бюджет – это финансово-экономическая модель состояния предприятия на определенный период в будущем, которая опирается на гипотезы и допущения о будущем состоянии и ситуации в отрасли, в экономике, составе и уровне конкуренции, основных параметров кредитно-денежной политики, ситуации в смежных отраслях экономики, и служит при принятии решений в отношении доходов, расходов, и управления ликвидностью. Бюджетирование является составной частью системы управленческого учета и по сути является формализованным ведением планов, дает возможность контроля постоянных и переменных затрат, себестоимости. Анализ плановых и фактических результатов является как началом, так и завершающей стадией бюджетирования в бюджетном процессе.

Основополагающая функция управления есть бюджетирование, включающая в себя прогнозирование (доходов, элементов расходов, инвестиций, включая проекты), что и является ключевым инструментом менеджмента, совета директоров, акционеров при принятии решений.

Бюджетирование как метод финансового планирования начал применяться в ряде городов США в 1912 г. Также в 1921 г. эту бюджетирования начало применять правительство США. В 1922 г. начал перенимать практику и бизнес: первыми его начали использовать DuPont, General Electric, Siemens. Со временем появились новые подходы к бюджетированию: программно-целевое бюджетирование, бюджеты с нулевым сальдо на начало периода (бюджеты подразделений на новый период формируются заново, без учета остатков предыдущих периодов; метод применяется при финансовом спаде или реструктуризации). Метод бюджетирования Beyond Budgeting (данный метод предполагает отказ от жесткого и негибкого регулирования и переход на бизнес-планирование).

Крупные производственные предприятия имеют более сложные системы бюджетов, компании, оказывающие услуги, могут иметь значительно более простую систему финансового планирования. Проведя исследование Сордом и Уэлшем установили, что планирование целей, повышает эффективность работы, так как мотивирует менеджмент и дает возможность сравнения. В ситуации, когда бюджетные показатели существенно отличаются в меньшую сторону от фактических в определенном периоде, то это может быть причиной низкого качества планирования, или указывать на существенный рост производительности. Напротив, при фактических показателях значительно меньше бюджетных, следует провести тщательный анализ ситуации (существенные колебания рынка, макроэкономическая нестабильность, изменение конъюнктуры).

Регулярно исполняемые плановые показатели можно пересмотреть для повышения производительности, но при этом следует учитывать эффективность горизонтальных и вертикальных взаимодействий различных центров принятия решений внутри организации. Вышестоящие уровни принятия решения осуществляют рецензию и контроль качества планирования, и, при необходимости, корректирует предлагаемые планы. Согласованность помогает обеспечить, что все уровни выработали и приняли консолидированную позицию. Особенность производственных промышленных предприятий заключается в присутствии стадии производства, которая в свою очередь формирует специфику финансовой и инвестиционной деятельности.

Таким образом, при заложении фундамента прогрессивной системы финансового планирования обнаруживаются проблемы с эффективным менеджментом и техническим сопровождением, которые необходимо решать в процессе ее внедрения. Это необходимо, так как частые радикальные изменения в управленческом учете и системе бюджетирования нарушают принцип сопоставимости данных.

В некоторых организациях бюджетному процессу не уделяют должного внимания, что лишает их определенного конкурентного преимущества. Следует отметить, что крупным промышленным предприятиям более рационально использовать традиционные подходы к бюджетированию и выстраиванию планов «сверху вниз». Организациям, осуществляющим сервис, более эффективно строить бюджеты комбинированным методом, учитывая мнение нижестоящих уровней управления. Малому и среднему бизнесу рекомендуется применять метод с нуля или АВВ, чтобы более рационально распределять ресурсы и снизить вероятность управленческих ошибок. Нулевое бюджетирование подойдет и некоммерческим организациям, где есть много неосновных видов деятельности.

Список литературы

1. Энтони Р., Рис Дж. Учет: ситуации и примеры. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 558 с.
2. Ross J.E., Kami M.J. Corporate Management in Crisis. – PrenticeHall, 1973.
3. Управление развитием производства в промышленных концернах США. / отв.ред. Ю.П. Васильев. – М.: Мысль, 1977. – 335 с.
4. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учеб. пособие для вузов. – М.: Аудит, ЮНТИ, 1997. – 639 с.
5. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет – 7-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2010. – 570 с.
6. Карпова Т.П. Управленческий учет: учебник для вузов. – М.: Аудит, ЮНТИ, 1999. – 351 с.
7. Шеремет А.Д., Полякова С.И., Николаева О.Е. Управленческий учет: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ФБКПРЕСС, 2005. – 345 с.
8. Рыбакова О.В. Бухгалтерский управленческий учет и управленческое планирование. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 464 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ СМАРТ-КОНТРАКТОВ

Ларина О.И., канд. экон. наук, доц.,

Морыженкова Н.В., канд. экон. наук

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, РФ

oilarina@mail.ru, snatalia@exectmba.ru

Введение. Смарт-контракты (или «умные» контракты) представляют собой соглашения между партнерами, которые заключаются и совершаются в электронном виде, в том числе в цифровой среде происходит подписание контракта, контроль его исполнения, а также его финансирование. Важно, что условия соглашения не могут быть не исполнены. Этот контракт реализуется на базе специальной цифровой технологии – блокчейн-технологии, что делает невозможным отменить транзакции, изменить, сфальсифицировать или испортить уже введенные данные. То есть «умные» контракты связаны с блокчейном, который является средой его реализации и представляют собой алгоритмы на основе программного кода. Актуальна реализация «умных контрактов» в разных сферах, в том числе в проектном управлении, поскольку оно представляет собой метод реализации управленческого процесса в рамках решения масштабных задач при условии временных и ресурсных ограничений и нацелено на реализацию тех инициатив, которые принесут наибольшую выгоду для проекта. В настоящее время применимость технологии блокчейн пока не широка, и только около 1% организаций использует ее [1]. Однако, существуют исследования и прогнозы развития обозначенной технологии в финансовой среде. Так, например, прогнозируется, что к 2027 г. 10% мирового ВВП будет храниться в блокчейн-системах. [2].

Основная часть. У ряда специалистов есть мнение, что развитие проектного управления в ближайшей перспективе должно быть ориентировано на применение новых технологий, внедрение которых является предметом реализации государственной политики и национальной программы. На наш взгляд, это важно также для всех компаний, стремящихся занять лидирующие позиции на рынке. Следует отметить, что одной из таких перспективных и новых технологий является технология распределенных реестров (так называемая технология блокчейн), на основе которой появляется возможность составления «умных» контрактов. Такие контракты могут иметь явные преимущества перед обычными, поскольку сокращают временные и финансовые издержки, а также упрощают взаимодействие с контрагентами. Использование технологии распределенного реестра приведет к снижению количества злоупотреблений при поставках и выполнении работ, повысит

качество реализуемых проектов, сократит расходы. Соответственно, для организаций, а также для государства, появляется возможность расширять количество потенциальных контрагентов, как при закупках, так и при реализации проектов, сократить расходы по проверке и контролю при исполнении обязательств подрядчиками и контрагентами.

Вместе с тем, пока отсутствует правовое поле применения такого контракта, и целесообразным видится развитие правового регулирования данной сферы. Так, в связи с возникновением блоков в информационных системах, в которых хранится так называемая «коллективная информация» необходимо уточнение порядка использования обозначенной категории, а также ответственность сторон за недостаточную защиту доступа к ней. Данная проблема является достаточно общей в контексте нормативного регулирования цифровой среды, которое пока еще находится в стадии становления и предусматривает развитие правового поля, а также формирование гибких подходов в регулировании процессов цифровизации экономики. [3].

Накопленный, и пока незначительный опыт реализации технологии распределенных реестров в России позволяет выделить несколько его видов. Так, имеется закрытый частный блокчейн (доступ к чтению и записи в реестр только для авторизованных пользователей); закрытый публичный блокчейн (доступ к чтению для всех пользователей, запись – только для авторизованных); и, если доступ имеют любые пользователи, такая сеть становится открытой. При оценке необходимости применения конкретного типа указанной технологии должны быть решены вопросы информационной безопасности и оценки уровня защищенности персональных данных. Поскольку сущность технологии позволяет клиентам и участникам проекта оперативно получать всю информацию и участвовать в принятии решений, следует проанализировать используемый в каждом конкретном случае и проекте тип технологии распределенного реестра, и обратить внимание, какая технология влияет на улучшение отношений с клиентами и участниками и в большей степени влияет на повышение эффективности проекта.

В качестве успешного примера реализации смарт-контракта можно отметить проект компании «Ренессанс страхование» совместно с ГК «Деловые линии» (сфера – грузоперевозки). Был успешно реализован проект смарт-контракта на основе системы блокчейн – Hyperledger (IBM). [4] Опыт реализации этого контракта показал, что технология распределенного реестра (блокчейн) может быть эффективным решением в проектном управлении, при этом есть возможность структурировать исполнение сделки и использовать на каждом отдельном этапе цикла проекта.

Заключение. Таким образом, применяя смарт-контракты нужно учитывать следующие особенности: выбирать тип системы доступа, так

как при использовании технологии в информационных системах новые клиенты становятся новыми участниками блокчейн-сети; не допускать размещения конфиденциальной информации, так как часть информации будет доступна многим сотрудникам, уделять внимание кибер-рискам, так как смарт-контракты размещают в цифровой среде.

Список литературы

1. Top 10 Strategic Technology Trends for 2020. // Gartner Inc. – URL: <https://www.gartner.com/en/doc/432920-top-10-strategic-technology-trends-for-2020>. (дата обращения: 14.09.2022).
2. В России потратят 36 млрд рублей на развитие блокчейна. Что это даст? // Интернет-издание о высоких технологиях – CNews. – URL: https://www.cnews.ru/articles/2020-04-19_v_rossii_potratyat_36_mlr_d_rub_na_razvitie (дата обращения: 15.09.2022).
3. Ларина О.И., Морыженкова Н.В. Правовые аспекты внедрения и использования инновационных технологий на финансовом рынке // ШАГ В БУДУЩЕЕ: ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: SMART NATIONS: ЭКОНОМИКА ЦИФРОВОГО РАВЕНСТВА материалы III Международного научного форума. – М.: ГУУ, 2020. – С. 331-337.
4. Топ-5 блокчейн проектов в сфере страхования. // DigitalForest. – URL: <https://digiforest.io/blog/top5-insurance-blockchain-startups> (дата обращения: 16.09.2022).

УДК 336.7

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ МИРОВОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ

Ляхова Н.И., д-р экон. наук, проф.

Старооскольский филиал ФГОАУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», г. Старый Оскол, РФ
nil1701@yandex.ru

Введение. События, происходящие с 24 февраля текущего года, изменили представление об однополярном мире не только в геополитическом аспекте. Изменения происходят во всех сферах, в том числе в экономике и международной финансовой системе. Возможности изменения системы оплаты межгосударственных торговых операций подчеркивают актуальность рассмотрения вопросов, связанных с современным состоянием мировой валютной системой.

И если уже в 2008 году президент-председатель правления ОАО Банк ВТБ А.Л. Костин отмечал, что «современный этап развития глобальной экономики характеризуется заметным повышением нестабильности мировой валютной системы», проявление которой

характеризовал резко возросшей волатильностью и непредсказуемостью динамики обменных курсов основных мировых валют, то сегодняшняя ситуация лишь обострила складывающиеся тенденции.

Уже 14 лет назад в качестве причин нестабильности А.Л. Костин указал на то, что «изменения всё в меньшей степени определяются фундаментальными, макроэкономическими факторами и становятся всё более зависимыми от поведения и настроений участников глобального валютно-финансового рынка». [4]

Основная часть. Как справедливо отмечает Антон Ермаков, исполнительный директор SlickJump, деньги являются не только инструментом для обмена результатами труда. Они становятся инструментом политического сдерживания и государственного контроля. Эксперт отмечает, что «для стран, которые обладают собственной сильной валютой, деньги становятся средством наращивания международного влияния». [1]. Поэтому не удивительно, что каждая страна стремится к укреплению собственной валюты и повышению влияния этих валют в Мировой валютной системе (МВС). К текущему моменту мировыми резервными валютами, признанными Международным Валютным Фондом, являются только пять: американский доллар (USD), евро (EUR), фунт стерлингов (GBP), иена (JPY) и юань (CNY).

Эти денежные единицы по определению экспертов характеризуются «крайне высоким уровнем стабильности и устойчивости к переменам, происходящим в мировой экономике». Они используются государствами для пополнения золотовалютных резервов и чаще всего выступают в качестве платежных средств в международной торговле. [6]. Доля этих валют, в мировой валютной корзине, по данным Masterforex, составляет: USD 41.73%; EUR 30.93%; CNY 10.92%; JPY 8.33%; GBP 8.09%.

Высокая доля американской валюты преимущественно объясняется тем, что еще в конце сороковых годов прошлого столетия по решению всемирного конгресса была определена единая цена на нефть, которую привязали к доллару. Объяснением такого решения стало состояние экономики Соединенных Штатов Америки, находящейся в этот период на пике своего развития. Страна, расположенная на другом континенте, относительно стран, участвующих во Второй мировой войне, которая производила военную и гражданскую продукцию, поставляемую по ленд-лизу странам антигитлеровской коалиции, а в дальнейшем по плану Маршалла способствующая восстановлению Западной Германии, естественно не безвозмездно, характеризовалась развитой экономикой.

Правило расчета нефтедолларами не только в нефтяной, но и в других добывающих отраслях мировой экономики в текущий момент уже не устраивает те страны, которые являются основными поставщиками энергетических и других сырьевых ресурсов. Но возможность продажи

своих ресурсов собственными валютами встречает жесткое сопротивление со стороны МВФ и США. Поэтому в последние годы периодически вспыхивают конфликты, нередко переходящие в военные. Примером такого конфликта является война в Ливии и убийство президента Каддафи, который попытался проводить операции по продаже нефти за собственную валюту.

Несомненно, страны, располагающие денежными средствами, входящими в список мировых резервных валют, обладают развитой устойчивой экономикой и подразумевают гарантии сохранения от инфляции и других угроз обесценивания валюты остальных стран в случае перевода их в одну или несколько резервных валют. Гарантии сохранения хотя бы части золотовалютного запаса стран, не входящих в указанную пятерку, посредством использования мировых резервных валют в текущий момент перестали действовать, по крайней мере по отношению к Российской Федерации.

В свете текущих событий можно констатировать, что четыре из пятерки стран, валюты которых признаны резервными МВФ, являются недружественными по отношению к Российской Федерации. Это страны, которые выдвинули против России более сотни экономических и политических санкций. Но самое главное, эти страны «заморозили» примерно половину золотовалютных резервов России. «Общий объем резервов около \$640 млрд, около \$300 млрд теперь находится в состоянии, в котором мы не можем их использовать». Об этом в программе «Москва. Кремль. Путин» на канале «Россия 1» сказал глава Министерства финансов Антон Силуанов. [2]

Все приведенные факты очередной раз подтверждают мнение финансистов о том, что поведение «ведущих игроков» глобального валютно-финансового рынка становится основной причиной его нестабильности и подтверждает необходимость разрушения однополярного мира.

Проблемы, связанные с функционированием МВФ, отражаются в ряде недостатков, основные из которых можно выделить, опираясь на данную работу и исследования ряда экономистов. Так, неустойчивость мировой валютной системы уже не требует доказательств, к чему в большой степени привела доминирующая позиция доллара. Нестабильность приводит к росту волатильности, непредсказуемости динамики обменных курсов основных мировых валют и другим проблемам [4, 5]

Сложной проблемой, которую отмечает У. Уайт, является системный сбой, проявляющийся в том, что современная мировая валютная система не отражает состояния реальной мировой экономики. Скорость смены относительных позиций стран в отраслевом разрезе и в целом выше, чем изменения в квотах Мирового валютного фонда и структуре управления ими. [8]

Проблема увеличения долгового кризиса стран, обладающих мировыми резервными валютами, является не менее сложной и трудноразрешимой. Долговые кризисы могут спровоцировать обвал всей мировой экономики, так как пострадают не только эти страны, но и те, у которых большая часть валютных резервов выражена, например, в долларах, евро или фунтах. [3, 7] Особенно актуальной становится эта проблема в текущий момент, когда европейская промышленность, сильно зависящая от российских энергоносителей, остается практически не обеспеченной энергоресурсами.

Выходом из сложившейся ситуации является идея постепенного перехода к мировой валютной системе со множеством резервных валют (СМРВ). [5]. Развитие такой практики в международной финансовой системе позволит включить рыночные механизмы добросовестной конкуренции и в эту сферу деятельности, что позволит развивать механизмы договорных отношений, достижения консенсуса и более объективного отражения доли каждой из валют в общей структуре СМРВ.

Заключение. Таким образом, на основе изложенных положений можно отметить необходимость реформирования мировой валютной системы. Одним из предложений является переход к использованию множества резервных валют, доля каждой из которых будет напрямую зависеть от международного товарооборота и востребованности той или иной валюты на мировом финансовом рынке.

Но при этом, как отмечает В.В. Кузнецова следует признать, что реформы Мировой валютной системы должны быть постепенными и комплексными и будут возможны только при условии, что страны-члены МВС достигнут консенсуса и предпочтут не авторитарную тактику отдельных стран, а принятие совместных, учитывающих мнение всех заинтересованных сторон, решений.

Список литературы

1. В мире действуют три главные валюты: кто потеснит доллар на мировой арене? // Bankiros, 12 февраля 2022 [электронный ресурс] URL: <https://bankiros.ru/news/v-mire-dejstvuut-tri-glavnye-valuty-kto-potesnit-dollar-na-mirovoj-arene-8882>
2. Глава Минфина Силуанов: Запад заморозил около \$300 млрд золотовалютных резервов России. // RT НА РУССКОМ, 13 марта 2022 [электронный ресурс] URL: <https://russian.rt.com/business/news/975248-zolotovalyutnye-rezervy-cb>
3. Илюхина И.Б., Ильминская С.А. Основные проблемы функционирования и развития мировой валютной системы // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2016. – №1-1. – С. 298-309.
4. Костин А.Л. Современная Мировая валютная система и перспективы рубля // Финансы: теория и практика. – №4. – 2008. – С. 5-34 [электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-mirovaya-valyutnaya-sistema-i-perspektivy-rublya/viewer>
5. Кузнецова В.В. Мировая валютная система: проблемы и пути реформирования // Мир новой экономики. – 2016. – №3. – С 38-47.

6. Мировые резервные валюты // Kursolog, 26 сентября 2018 [электронный ресурс] URL: <https://kursolog.com/blog/view/mirovye-rezervnye-валюты>
7. Нерсисян Л.С., Афанасьева К.Е. Мировая валютная система: основные проблемы функционирования и актуальные подходы к реформированию // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2017. – № 4 [Электронный ресурс]. – URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2017/04/14597>
8. Уайт У.Р. Системный сбой // Финансы и развитие. – МВФ, 2016. – №3. – С. 44.

УДК 336.7:339.924

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА В РАМКАХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Матюшин А.В., канд. экон. наук

ГБУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, РФ
almatt@mail.ru

Введение. Курс Донецкой Народной Республики на интеграцию с Российской Федерацией предопределяет актуальность исследований интеграционных процессов, стратегических приоритетов интеграционного взаимодействия, организационно-экономических и финансовых механизмов его реализации.

Целью данной работы является дальнейшее углубление анализа финансовых аспектов интеграционного сотрудничества в рамках интеграционных процессов, возможностей адаптации накопленного практического опыта интеграционного взаимодействия.

Основная часть. Целью создания любых интеграционных объединений является получение их участниками дополнительных политических и экономических выгод [1]. Анализ форм международной интеграции (зона свободной торговли, общий рынок, экономический и валютный союзы) позволяет утверждать, что финансовые аспекты играют значимую роль в осуществлении интеграционного взаимодействия. Так особую значимость приобретают вопросы гармонизации финансовых систем, введения единой валюты, взаимовыгодного объединения финансовых ресурсов, разработки действенных механизмов совместного финансирования программ и проектов, обладающих интеграционным эффектом. Недостаточный объем финансовых ресурсов может стать препятствием для осуществления запланированных мероприятий.

Реализация обозначенных направлений финансового обеспечения интеграционного взаимодействия невозможна без создания соответствующей институциональной инфраструктуры – создания специализированных фондов и банков развития, применения инструментов государственно-частного партнерства.

Гармонизация финансовых систем стран-участниц интеграционных объединений предполагает реализацию комплекса мер денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политики, а также согласованных действий в сфере инвестиций, ценных бумаг и валютного регулирования [2]. В этой связи логично предположить, что непосредственно интеграция финансовых систем будет происходить в направлении создания общего финансового рынка, предлагающего широкий спектр финансовых услуг для всех участников интеграционного объединения. Однако для его эффективного функционирования и развития первоочередной задачей должна стать разработка рамочных требований, условий и принципов регулирования и надзора в сфере обеспечения правовой защиты потребителей финансовых услуг, взаимного признания банковских и страховых лицензий, управления рисками, обеспечения прозрачности операций на рынке.

Анализ валютно-финансовых отношений в рамках интеграционных объединений позволяет констатировать, что немаловажное значение приобретает разработка и реализация согласованных подходов в данной сфере [3]. Так на примере Евразийского экономического союза можно отметить недостаточную координацию валютной политики на фоне высокой волатильности курса национальных валют стран-участниц. В этой связи первоочередными мерами представляются активизация региональной интеграции, ликвидация административных барьеров при передвижении капитала, последовательная реализация мер координации валютно-финансовой политики в соответствии с Договором о Евразийском экономическом союзе.

Исследования определяющих факторов развития интегрированного финансового рынка демонстрируют насущную необходимость внедрения парадигмы устойчивых финансов в стратегию его развития [4]. Она объединяет научные взгляды и положения об устойчивом развитии и устойчивых инвестициях. Последние консолидируют концепции ответственных инвестиций (социальная ответственность, социальная направленность) с применением рыночных, публичных и смешанных механизмов инвестирования. Необходимым представляется совершенствование кредитных механизмов при участии специализированных (целевых, корпоративных) фондов и банков развития, системы альтернативного коллективного инвестирования, в том числе с использованием механизмов краудфандинга и краудинвестинга.

Одной из характеристик финансовой интеграции стран-участниц интеграционных объединений является интенсивность трансграничных финансовых потоков. В их состав входят платежи, связанные с оборотом товаров и услуг, денежные переводы физических лиц, взаимные инвестиции [5]. Анализ данных потоков может использоваться для оценки эффективности интеграционных процессов, влияния принимаемых межгосударственных решений на данные процессы. Целесообразным

представляется создание единой базы данных о трансграничных финансовых потоках внутри интеграционного образования, что позволит обоснованно прогнозировать развитие интеграционных процессов.

Заключение. Для ДНР развитие интеграционных процессов можно рассматривать в трех направлениях: интеграция освобожденных территорий Донецкой области в республиканское экономическое и правовое поле, текущее интеграционное взаимодействие с Российской Федерацией, стратегические перспективы евразийской интеграции. Так в финансовой сфере в рамках интеграции освобожденных территорий предстоит решить вопросы, связанные с функционированием банковской системы на этих территориях, а именно организации функционирования новых банковских отделений, обеспечения доверия и безопасности их работы. В рамках взаимодействия с Российской Федерацией следует назвать открытие отделений Промсвязьбанка на территории Республики. Это позволит обеспечить комплексное банковское обслуживание населения и бизнеса, включающее потребительское и корпоративное кредитование, эквайринг, зарплатные проекты, платежи и переводы.

В рамках создания институционального обеспечения интеграционных процессов следует назвать создание ГАУ «Фонд развития промышленности» для обеспечения доступных и прозрачных механизмов финансирования реального сектора экономики, стратегических промышленных проектов. Инструментами реализации целей фонда являются льготные займы и гранты. Также в этой связи следует упомянуть Закон ДНР «О государственно-частном и муниципально-частном партнерстве», определяющий условия финансирования проектов.

Перспективными направлениями исследований в русле евразийской интеграции могут стать обоснование экономической целесообразности включения предприятий ДНР в международные цепочки создания стоимости, гармонизация финансового законодательства в направлении межстрановой интеграции, совершенствование деятельности институтов финансирования в направлении экономического обоснования отбора проектов для последующего инвестирования и выбора его форм.

Список литературы

1. Анализ стратегий интеграционного сотрудничества (моделей реализации интеграционного потенциала) наиболее известных интеграционных объединений мира // Евразийская экономическая комиссия. – М., 2014. – 33 с. – URL: <https://eurasianeconomic.org/pdf/analiz01.pdf> (дата обращения: 16.09.2022).
2. Воронова, Н. С. Детерминанты финансового развития в условиях евразийской интеграции / Н. С. Воронова, Н. А. Львова, Н. В. Покровская // Проблемы современной экономики. – 2018. – № 1 (65). – С. 6-11.
3. Пищик, В. Я. Институциональные аспекты регулирования валютно-финансовых отношений в Евразийском экономическом союзе / В. Я. Пищик, Е. А. Звонова // Вестник Финансового университета. – 2014. – № 6. – С. 92-100.

4. Львова, Н. А. Внедрение парадигмы устойчивых финансов в стратегию развития финансового рынка ЕАЭС / Н. А. Львова, О. Ю. Коршунов, З. Ю. Рахимов // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2021. – № 1. – С. 32-42.
5. Хаиров, Б. Г. Особенности финансовой интеграции стран-членов Евразийского экономического союза / Б. Г. Хаиров, В. А. Ковалев, Р. Х. Хасанов // Омский научный вестник. Серия «Общество. История. Современность». – 2020. – Т. 5, № 1. – С. 112-119.

УДК 338.938

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Михальская Л.С., канд. экон. наук, доц.,

Хорошева Е.И., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

sc_uff@mail.ru

Введение. Амортизация не только определяет скорость восстановления основного капитала, но и играет решающую роль в его накоплении. Являясь важнейшим фактором расширения воспроизводства основного капитала, она выступает активным стимулятором экономического роста государства. Ускорение темпов износа, обновления и оборачиваемости основного капитала имеет решающее значение в этом процессе.

Основная часть. Для того чтобы придать ведущую роль амортизационным отчислениям в процессе формирования собственных инвестиционных ресурсов для обновления существующего производственного потенциала, целесообразно совершенствовать амортизационную политику по следующим направлениям:

- создание условий для реальной заинтересованности предприятий в обновлении основного капитала за счет собственных амортизационных фондов;
- предоставление предприятиям права самостоятельно формировать и использовать амортизационный фонд по прямому назначению – для технического обновления производственного потенциала;
- обеспечение возможности накопления и использования амортизационного фонда по единым принципам для всех предприятий;
- создание условий для предоставления коммерческими банками предприятиям кредитов на приобретение нового высокопроизводительного оборудования;

- установление государственного контроля за целевым использованием амортизационных отчислений с целью ограничения их направления на пополнение оборотных средств и текущее непроизводственное потребление;

- корректировка норм амортизации основных средств на поправочные коэффициенты, учитывающие специфику условий и интенсивность их эксплуатации;

- выбор методов расчета амортизационных отчислений осуществляется предприятиями самостоятельно в зависимости от специфики производства, темпов технического прогресса, физического и морального износа и условий эксплуатации объекта основных средств с целью формирования амортизационного фонда, достаточного для технического обновления производственного потенциала.

Влияние политики прогрессивной амортизации, которая является частью общей налоговой политики, на экономику развитых стран показывает, что такая политика не только стала мощным стимулом для повышения эффективности и ускорения темпов экономического развития этих стран, но и значительно способствовала росту их благосостояния. Поскольку в этих странах расширенное воспроизводство стало осуществляться не за счет фонда накопления, а за счет компенсационного фонда (то есть амортизационных отчислений), стало возможным (особенно в условиях повышения экономической эффективности) увеличивать норму потребления в национальном доходе без какого-либо ущерба темпам экономического роста.

Ускоренная амортизация - это совокупность методов, практическое применение которых позволяет начислять суммы амортизации с повышающим коэффициентом на объекты эксплуатации. Ускоренная амортизация играет важную роль в целостной работе предприятия, так как напрямую влияет на темпы воспроизводства основных средств и нематериальных активов.

Оценка экономической эффективности использования методов ускоренной амортизации зависит от целей, на которые будут выделены дополнительные ресурсы за счет снижения налога на прибыль в результате искусственного увеличения затрат на возмещение использованных основных средств в себестоимости продукции, и, следовательно, уменьшения налогооблагаемой прибыли на эту же сумму. Кроме того, величина эффекта от применения ускоренной амортизации обеспечивается также сокращением объема кредитных ресурсов на техническое обновление производства, а, следовательно, и размера выплаты процентов по ним.

Анализ использования методов ускоренной амортизации выявил следующие преимущества:

1. Амортизационные отчисления, в отличие от прибыли и заемных средств, являются наиболее стабильным источником инвестиций,

поскольку на них гораздо меньше влияют спады производства, повышение ставок по кредитам, изменения цен и т.д.

2. При использовании ускоренной амортизации у предприятия появляются дополнительные финансовые ресурсы, направленные на техническое обновление производства.

3. Использование этих методов снижает потребность в заемных источниках финансирования (банковском кредите).

4. При использовании методов ускоренной амортизации у предприятия есть возможность регулировать налог на прибыль в сторону его снижения.

Для активизации работы предприятий Донбасса следует предложить комбинированную схему финансирования, включающую использование методов регрессивной амортизации в сочетании с финансовым лизингом. В то же время дополнительная сумма, полученная в первые годы использования этих методов амортизации, может быть направлена в качестве арендных платежей.

Износ основных средств в ДНР определяется линейным методом, согласно которому годовая амортизация рассчитывается путем деления амортизируемой стоимости на срок полезного использования основного средства [2]. Амортизация расходов, связанных с добычей угля (угольной продукции), и ее нормы утверждаются Советом Министров Донецкой Народной Республики. Следовательно, в налоговом учете для угольных предприятий допускается использование двух методов: линейного и производственного. Таким образом, налоговое законодательство Донецкой Народной Республики "условно" ограничивало предприятия в выборе методов амортизации, необоснованно исключая возможность использования ускоренных методов. Это может привести к тому, что предприятия угольной промышленности будут использовать в своей производственной деятельности только линейные и производственные методы, чтобы максимально избежать расхождений с налоговым учетом.

Кроме того, следует ввести санкцию путем лишения предприятий льгот в виде права на ускоренную амортизацию (начисляемую нелинейным способом), если она используется не по назначению. Это положение означает, что амортизационный фонд должен использоваться для инвестиций в основные средства, а не для пополнения оборотных средств. Следовательно, контроль за целевым использованием амортизации должен сохраняться, поскольку ускоренное списание стоимости основного капитала является строго целевой налоговой выгодой.

Заключение. Таким образом, необходимо на законодательном уровне обеспечить разработку и установление эффективного механизма контроля целевого (инвестиционного) характера использования определенных сумм амортизации (начисленных нелинейным методом,

полученных дополнительно путем переоценки основных средств) и стимулирования предприятий к обновлению основных средств с помощью налоговых рычагов, а именно путем создания системы налоговых льгот и налоговых вычетов по налогу на прибыль.

Список литературы

1. Михальская Л.С. Формирование механизма финансирования воспроизводства основных фондов в угольной промышленности / Л.С. Михальская // Экономика и организация управления. – 2013. – № 1(15)-2(16). – С. 119-127.
2. Никитенко, А.А. Концепция амортизационной политики предприятий угольной промышленности / В.Н. Сердюк, А.А. Никитенко // Вестник Донецкого национального университета. Серия Б. Экономика и право. – 2018. – № 4. – С. 176-184.

УДК 33.336.7

КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Ольховец А.Н., Малёнкина Т.М., канд. экон. наук
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет», г. Иваново, РФ
nastyolhovets@mail.ru

Введение. Актуальность темы обусловлена тем, что кредитная политика коммерческих банков выступает основным каналом предложения денег предпринимательским структурам в национальной экономике. Пандемия коронавируса оказала значительное влияние на построение и развитие кредитной политики большинства российских банков. Заметим, что распространение новой коронавирусной инфекции в период марта-апреля 2020 г. сказалось на увеличении задолженности юридических и физических лиц по кредитам.

Цель работы – исследование кредитной политики российских коммерческих банков в условиях новой реальности.

Раскрыть цель работы помогут решения следующих задач: раскрыть понятие и значение кредитной политики коммерческого банка; определить современные тенденции ее развития в новых российских реалиях.

Основная часть. М.В. Макин указывает, что кредитная политика коммерческого банка есть «вид политики банка, ориентированная на построение правил, методов и инструментов по кредитованию участников отношений» [2, с. 615]. Мы соглашаемся с мнением автора, т.к. каждый коммерческий банк разрабатывает специализированные инструкции и документы, отражающие порядок совершения кредитных операций, что позволяет обеспечить законность и рациональность процесса

кредитования, снизить вероятность неуплаты субъектом платежей по кредиту. Таким образом, следует говорить о том, что кредитная политика выступает в качестве основной составляющей деятельности коммерческого банка. Каждый отдельный самостоятельно разрабатывает кредитную политику, в которой отражается цель и задачи, направленность, требования, порядок осуществления кредитных операций.

Д.С. Корнеева рассматривает кредитную политику банка как «стратегию банка, направленную на привлечение финансовых ресурсов и их привлечение в инвестирование субъектов кредитования» [1, с. 222]. Как следует из сказанного, автор обращает внимание на исследование инвестиционной характеристики кредитной политики, что является оправданным и обоснованным. В действительности, кредитная политика коммерческого банка призвана осуществить кредитование физических и юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, в целях получения в дальнейшем доходов от предоставления указанным субъектам финансовых средств. То есть инвестиционная направленность кредитной политики может быть представлена в виде следующей схемы: предоставление денежных средств субъектам кредитования по договору кредитования; последующее получение прибыли от распоряжения субъектами названными финансовыми средствами в виде периодических платежей по кредиту.

Оценка кредитной политики коммерческих банков осуществляется посредством использования информации, опубликованной на официальном сайте «Рейтинг банков».

За 2021 г. российские банки отличаются положительной динамикой развития кредитного портфеля, что свидетельствует о стабилизации экономической безопасности кредитных организаций. Лидером кредитного портфеля на 01.02.2022 г. является ПАО «Сбербанк России» (рис. 1). Величина исследуемого показателя составила 27 246,9 млрд. руб. На втором месте по показателю кредитного портфеля расположен ПАО «Банк ВТБ».

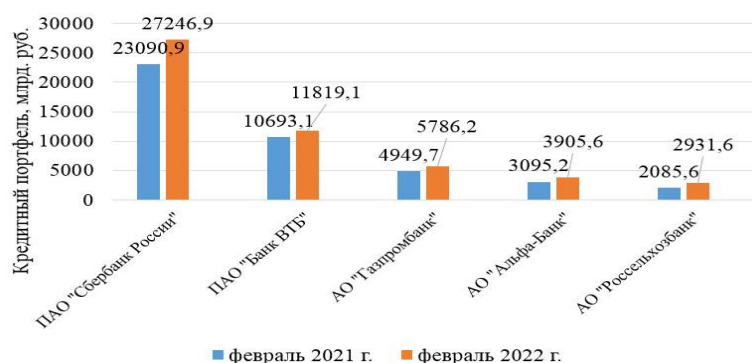


Рис. 1. Кредитный портфель коммерческих банков, млрд. руб. [3]

Обращает на себя внимание, что кредитный портфель коммерческих банков в большинстве своем представлен в виде кредитов, предоставленных юридическим лицам, индивидуальным предпринимателя (рис. 2). Так, например, в феврале 2022 г. ПАО «Сбербанк России» предоставил кредиты физическим лицам на сумму 10 619,4 млрд. руб. и юридическим лицам – 16 627,5 млрд. руб. [3].

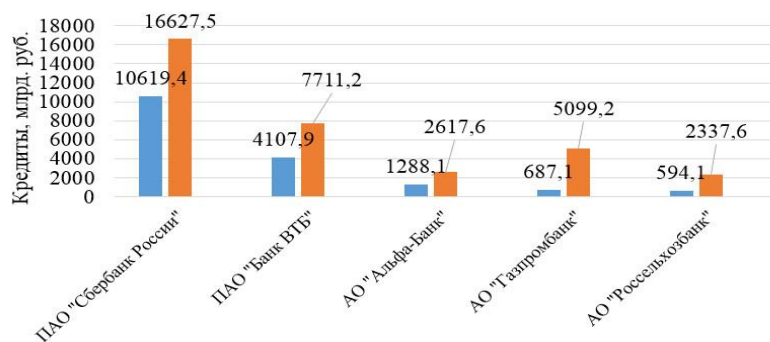


Рис. 2. Кредиты, выданные физическим и юридическим лицам, млрд. руб.

Для российских коммерческих банков остается проблема наличия просроченной задолженности. В феврале 2022 г. наибольшую просроченную задолженность продемонстрировали ПАО «Национальный банк ТРАСТ» и ПАО «Сбербанк России» (рис. 3).

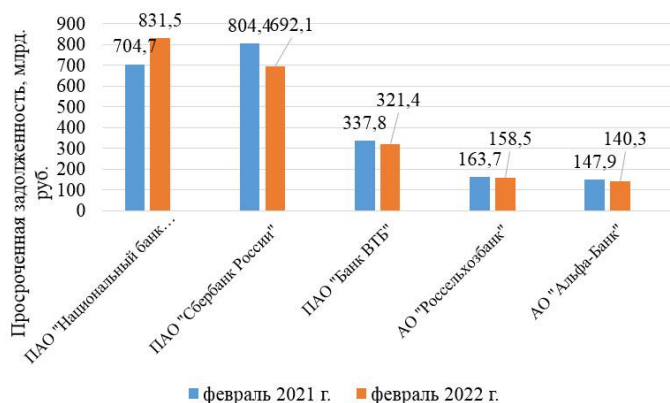


Рис. 3. Просроченная задолженность в кредитном портфеле, млрд. руб. [3]

Основной причиной выявленной неблагоприятной ситуацией является снижение уровня благосостояния населения, неблагоприятное финансовое положение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в связи с введением антироссийских санкций. Немаловажное значение на формирование просроченной задолженности оказывает то, что коммерческие банки не уделяют внимание совершенствованию методологии оценки кредитоспособности заемщика. В виду сказанного целесообразным является внедрение скоринговой оценки кредитоспособности заемщиков по так называемым «цифровым следам».

Заключение. Кредитная политика представляет собой взаимосвязанную систему действий, документов и факторов, оказывающих

воздействие на приоритеты кредитной деятельности банковского учреждения, на средства и методы их реализации. Для коммерческих банков характерно наличие ключевой проблемы, негативно отражающейся на формировании кредитной политики, заключающейся в просроченной задолженности заемщиков.

Список литературы

1. Корнеева Д.С. Анализ качества кредитного портфеля ПАО «СБЕРБАНК» // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 5-1 (63). – С. 222-226. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42969770> (дата обращения 15.09.2022)
2. Макин М.В. Кредитная политика коммерческого банка как составляющая банковского менеджмента // Экономика и социум. – 2019. – № 1-1 (56). – С. 614-618. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37353785> (дата обращения 15.09.2022)
3. Рейтинги банков. – Текст : электронный // Официальный сайт рейтингов коммерческих банков. – URL: <https://www.banki.ru/banks/ratings/> (дата обращения: 15.09.2022).

УДК 351.712

ПУТИ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ПРЕСТУПНЫХ ДОХОДОВ И ФИНАНСИРОВАНИЮ ТЕРРОРИЗМА

Подмаркова И.П., канд. экон. наук, доц., **Гатамов Б.А.**
ГБОУ ВО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, РФ
irina_podmarkowa@list.ru

Введение. Проблему легализации преступных доходов и финансирования терроризма можно назвать относительно новой для человеческого общества, но при этом крайне важной. Она быстро вышла за пределы отдельных государств в связи со всесторонним развитием технологий, прежде всего информационно-компьютерных, и влиянием процессов глобализации на структуру платежей и расчётов, став серьёзной угрозой для мировой экономической стабильности и безопасности.

Существенные изменения в характере преступности за последние годы свидетельствуют о хорошей подготовленности злоумышленников и необходимости более эффективного противодействия в комплексе мер экономической безопасности в одной из ключевых финансовых сфер.

Вопрос противодействия легализации денежных средств, полученных преступным путем, является особенно актуальным для России, где он неразрывно связан с развитием коррупции, бегством капитала, замедлением темпов социально-экономического роста в стране. Эти же проблемы актуальны и для молодых республик Донбасса, которые также испытывают на себе украинский террор. Терроризм стоит в числе

наиболее распространенных негативных явлений в современной действительности. Он угрожает стабильной работе и существованию органов государственной власти и управления, направлен на уничтожение или нарушение объектов жизнеобеспечения населения, инфраструктуры, на устрашение людей.

Цель исследования заключается в разработке мероприятий по совершенствованию борьбы с легализацией незаконно полученных доходов и финансированием терроризма.

Основная часть. В законодательстве РФ понятие «отмывание доходов» было впервые отражено в Федеральном законе от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путём и финансированию терроризма» (ПОД/ФТ). Согласно данному закону, «легализация (отмывание) доходов, полученных преступным путем – придание правомерного вида владению, пользованию или распоряжению денежными средствами или иным имуществом, полученными в результате совершения преступления» [1]. В законодательстве ДНР понятие «отмывание доходов» было впервые отражено в Постановлении Совета Министров ДНР № 24-3 от 04.12.2015 г. утверждено «Временное положение о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (Положение о ПОД/ФТ)» [2].

Основные цели деятельности по легализации доходов, полученных преступным путем, представлены на рисунке 1.

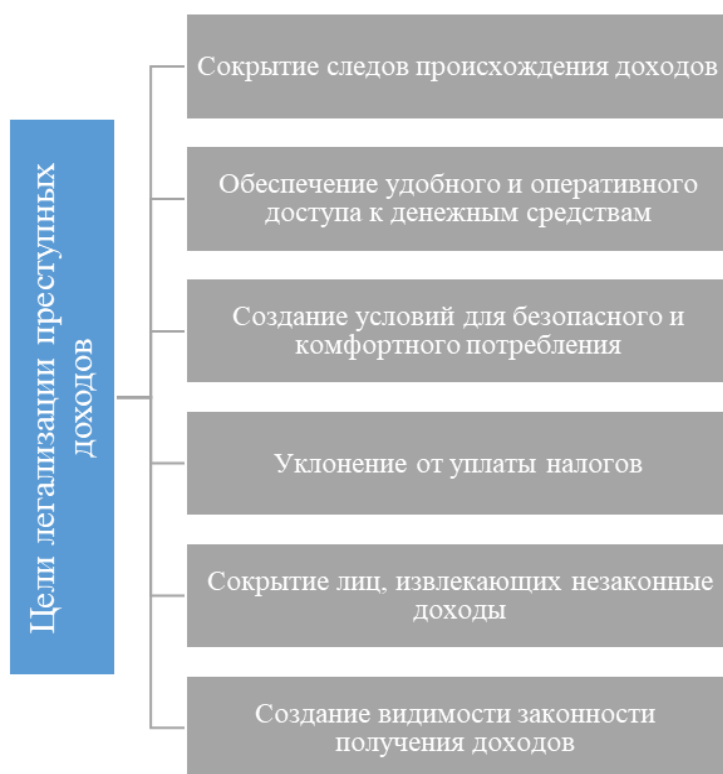


Рис. 1. Основные цели по легализации доходов преступным путем

Вполне естественно, что как для сокрытия преступных доходов, так и для финансирования терроризма используются те же механизмы и методы, что и для отмыwania денег. Как и отмыwanie денег, финансирование терроризма требует сокрытия связи между происхождением и назначением средств, что позволяет в дальнейшем использовать эти схемы для финансирования терроризма. Кроме того, финансовые посредники и другие поставщики услуг по отмыванию денег могут обслуживать как организованные преступные группы, так и террористические организации, поскольку им неизвестно происхождение и цели направления денежных средств.

В течение двух последних десятилетий Российская Федерация укрепила свои позиции одного из ведущих государств, поддерживающих и соблюдающих требования ФАТФ. Нельзя отрицать все еще значительную долю теневой экономики в РФ, однако законодатели стремятся разработать высокоэффективные механизмы борьбы и воспрепятствовать ее росту. Мировое сообщество постоянно отслеживает новые виды и методы отмыwania денег. Наибольшей популярностью в настоящее время пользуются принципиально новые виды отмыwania финансовых средств, основанные на повсеместном использовании новых коммуникационных технологий – переводов при помощи Международной межбанковской электронной системы платежей SWIFT, платежных карт, вкладов или снятий с депозитов, приобретения всевозможных разновидностей финансовых инструментов (платежных поручений, банковских и дорожных чеков), криптовалют и т. п. Приведенный список указанных методов легализации преступных доходов не является исчерпывающим, он служит исключительно в качестве ориентира. Знание методов совершения преступления позволит оперативно осуществить раскрытие преступных схем и привлечь виновных лиц к ответственности.

Кроме того, в условиях проведения Специальной военной операции на Донбассе выявлено немало случаев как относительно скрытого, так и достаточно открытого сбора средств для помощи военным Украины – стране, которая уже девятый год осуществляет террор в отношении населения Донбасса. Признание в РФ на законодательном уровне Украины как террористического государства позволит обеспечить задействование более жестких мер ответственности к лицам, организующим такие сборы средств, а также участвующим в них.

Для подготовки специалистов в сфере противодействия отмыванию преступных доходов необходим системный подход, а также участие и совместное взаимодействие представителей Центрального Банка России и ЦРБ ДНР с правоохранительными органами и высшими учебными заведениями, которые осуществляют обучение по экономическим (в первую очередь банковским и финансовым) и техническим направлениям.

Для повышения эффективности предпринимаемых государством антилегализационных мер следует разработать специализированную автоматизированную информационную систему мониторинга в сфере ПОД/ФТ, обеспечить необходимые меры по безопасности ее работы, а также подготовить нормативно-правовую базу для ее использования.

Заключение. Правовая основа обеспечения ПОД/ФТ в ДНР в основном сформирована, однако требует совершенствования и развития с учетом повсеместного применения информационных технологий.

Список литературы

1. О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма [Текст электронный]: Федеральный закон от 7 августа 2001 года № 115-ФЗ. – URL: <https://base.garant.ru/12123862/> (дата обращения: 13.09.2022).
2. Об утверждении Временного положения о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма [Текст электронный]: Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики от 04.12.2015 г. №24-3 (в редакции от 20.07.2020 № 35-2). – URL: <https://pravdnr.ru/npa/postanovlenie-prezidiuma-pravitelstva-doneczkoj-narodnoj-respubliki-ot-20-iyulya-2020-g-%e2%84%96-35-2-o-vnesenii-izmenenij-vo-vremennoe-polozhenie-o-protivodejstvii-legalizaczii-otmyvaniyu-d/> (дата обращения: 13.09.2022).

УДК 336.221

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТРАФИКА КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Суздальский Г.А., Колчин С.П., д-р экон. наук, проф.
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
г. Москва, РФ
sgahome@mail.ru

Введение. В настоящее время против суверенитета Российской Федерации, Республики Беларусь, Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики недружественными странами активно применяются элементы гибридной войны, в частности информационной.

Крупнейшие технологические транснациональные компании (преимущественно американские), нарушая все провозглашаемые ими принципы демократии, свободы слова и равенства, не только препятствуют размещению официальной информации от представителей органов государственной власти Российской Федерации, но также активно распространяют недостоверную и откровенно экстремистскую

информацию, направленную на призывы граждан к активным протестам и свержению действующей законной власти.

Стремительное развитие телекоммуникационных технологий и, как следствие, повсеместное проникновение сети Интернет, несет значимые риски неконтролируемого распространения подобной информации недружественными странами, а также различными экстремистскими организациями.

В рамках Указа Президента Российской Федерации по вопросам обеспечения технологического суверенитета государства в сфере развития критической информационной инфраструктуры [4] предлагается рассмотреть создание специального порядка налогообложения Интернет-трафика.

Основная часть. Социальные сети и Интернет-сервисы, созданные западными технологическими компаниями, широко распространены на территории Российской Федерации.

Несмотря на то, что на основании судебных решений доступ к некоторым из них в настоящее время ограничивается Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – Роскомнадзор), они продолжают притягивать значительное количество пользователей, которые используют различные способы обхода блокировок (в том числе, с помощью технологии «Virtual Private Network» (VPN).

Данный факт отчасти обусловлен объективными факторами: удобство пользовательского опыта, выработанная годами привычка их использования, присутствие большого числа зарегистрированных друзей и знакомых.

Вместе с тем отечественные пользователи западных социальных сетей и Интернет-сервисов становятся их заложниками и легкой целью для информационных атак со стороны специальных секретных служб недружественных стран, так как технологические компании предоставляют им полный доступ к персональным данным граждан Российской Федерации.

Кроме того, размещаемые на Интернет-страницах рекламные блоки также могут быть направлены на воздействие на сознание граждан с целью склонения их к различным экстремистским действиям.

Таким образом, учитывая частичную эффективность технического инструментария блокировки доступа пользователей к различным сайтам и приложениям, нарушающим законодательство Российской Федерации, а также тот факт, что отечественные аналоги западных Интернет-сервисов в настоящее время еще только находятся на начальных этапах своего развития и привлечения пользователей, предлагается регулировать информационные потоки с помощью экономических методов.

Налоги, в силу присущим им функциям (в особенности, регулирующей функции), способны стать инструментом в руках органов государственной власти как на пути усиления действующей системы

контроля информации, так и в отношении создания принципиально иного механизма информационного надзора.

Целесообразно установить специальный порядок налогообложения Интернет-трафика и закрепить его в новой главе Налогового кодекса РФ, которая определит налогоплательщиков и основные элементы предлагаемого налога [5].

Основной подход заключается в том, что необходимо на законодательном уровне определить Интернет-сайты и сервисы, которые обеспечивают исчерпывающие меры контроля размещаемой на них информации, а также предоставляют правоохранительным органам всю необходимую информацию в случае попыток размещения на их Интернет-страницах противоправной, экстремистской или террористической информации (или попыток поиска и ознакомления с ней) в рамках действующего законодательства [3].

Интернет-трафик, образующийся при посещении Интернет-сайтов из данного перечня (который также должен содержать Интернет-страницы органов государственной власти) не должен облагаться налогом.

Таким образом, отечественные аналоги известных западных социальных сетей и Интернет-сервисов получают серьезное экономическое преимущество в части бесплатного доступа к ним, в случае выполнения ими всех необходимых условий, в частности установленных Федеральным законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [2].

По мере развития и совершенствования российских социальных сетей и Интернет-сервисов, Интернет-пользователи, движимые экономическими мотивами, все больше будут отдавать свое предпочтение именно отечественным аналогам.

Кроме того, поступления от предлагаемого налога, могут носить целевой характер и быть использованы для поддержки развития российских информационно-технологических решений.

Вместе с тем имплементация данного налогового механизма (и, как следствие, рост налоговой нагрузки на граждан) в условиях гибридной войны может быть использована недружественными странами как фактор усиления общественного недовольства.

Однако, тщательно проработав систему налоговых вычетов, а также порядок и сроки взимания налога, можно значительно снизить налоговую нагрузку. Кроме того, оправданным видится установление не допускающего резкого роста налоговой нагрузки «переходного периода» с постепенным ежегодным увеличением налоговых ставок.

Необходимо отметить, что целью введения предлагаемого налога на Интернет-трафик не является увеличение поступлений доходной части государственного бюджета.

В первую очередь данный налог направлен на экономическое стимулирование отечественных пользователей сети Интернет на

использование исключительно российских сайтов и сервисов, обеспечивающих как защиту персональных данных граждан Российской Федерации, так и противодействие распространению противоправной, экстремистской и террористической информации.

Заключение. Обеспечение технологического суверенитета Российской Федерации невозможно без информационного суверенитета, подразумевающего наличие и повсеместное использования отечественных социальных сетей и Интернет-сервисов.

Предлагаемый механизм налогообложения Интернет-трафика направлен на поддержку «импортозамещения» западных Интернет-компаний.

Имплементация данного механизма налогообложения Интернет-трафика (в дополнение к действующей системе контроля за противоправной информацией, применяемой Роскомнадзором) позволит более эффективно контролировать информационные потоки и, как следствие, усилит технологический суверенитет Российской Федерации.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31 июля 1998 г. N 146-ФЗ – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ (Дата обращения: 05.07.2022);
2. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (Дата обращения: 09.07.2022);
3. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "О противодействии терроризму" и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности" от 06.07.2016 N 374-ФЗ – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201078/ (Дата обращения: 06.07.2022);
4. Указ Президента РФ от 14.04.2022 N 203 «О Межведомственной комиссии Совета Безопасности Российской Федерации по вопросам обеспечения технологического суверенитета государства в сфере развития критической информационной инфраструктуры Российской Федерации» – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_414671/ (Дата обращения: 09.07.2022);
5. Суздальский Г. А. Налог на интернет // Антикризисные задачи развития общественных наук на современном этапе: Сборник научных статей по итогам Всероссийской научно-практической конференции / Под редакцией И.Е. Бельских. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. – С. 83-87.

ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ

Шулепина Т.И., канд. экон. наук, доц.

ЧОУ ВПО «Московский университет имени С.Ю. Витте» г. Рязань, РФ
ball56@mail.ru

*Создание комфортных условий для бизнеса—
это одно из ключевых условий обеспечения устойчивого роста,
стабильного развития экономики и социальной сферы*
В.В. Путин

Введение. Современная Россия на своем экономическом пространстве насчитывает 85 субъектов Российской Федерации, на территориях которых в той или иной степени на том или ином уровне ведется самостоятельная региональная политика.

Инвестиционная политика с учетом сложнейшего международного политического недопонимания России, а также в условиях пандемии, претерпела глубокие изменения.

Чтобы любому региону выжить и продолжить эффективно развиваться, необходимо наращивать высокими темпами деловую инвестиционную активность и привлекательность.

Какие механизмы, инструменты по привлечению инвестиций в регионы существуют? Какова функция полномочных представительств регионов при Президенте России? Что нужно региону, желающему развиваться в дальнейшем? Стимулирует ли правительство инвестиционную активность в сложившихся сложных условиях экономического отчуждения?

Автор данной статьи делает попытку проанализировать и дать оценку этим вопросам, ссылаясь на ряд публикаций по этой актуальной теме.

Основная часть. Регионы РФ строят свою инвестиционную политику и развиваются крайне неоднородно и неравномерно. Традиционными лидерами инвестиционного роста являются Москва, Санкт-Петербург, Татарстан, Тюмень, Красноярский и Приморский край. Свердловская область, Башкирия, Чечня. Эти регионы имеют неповторимые особенности, либо богаты сырьевыми ресурсами.

Регионы Центральной России, бедные сырьем, не интересны топливно-энергетическим и сырьевым компаниям. Однако, успешный опыт по привлечению инвестиций Калужской и Белгородской областей показал, что не имея серьезной социально-экономической базы, не имея своей нефти и газа эти регионы сделали ставку на развитие у них сильных

конкурентоспособных сегментов производства. В Калужской области – машиностроение и сельское хозяйство, включая сферу услуг. Белгородская область сделала упор на динамичное развитие агропромышленного комплекса, как основы региональной экономики. Причем, созданная на Белгородчине эффективная технологическая цепочка от разумного использования земли до глубокой переработки сельхоз сырья позволяет собирать высокую прибыль, которая в дальнейшем реинвестируется в процессы производства.

Инвесторы, открывшие свой бизнес на Калужской и Белгородской земле, считают, что деловая инвестиционная политика отвечает лучшим мировым стандартам. Законодательная и нормативная базы гарантируют защиту прав инвесторов и безопасность капиталовложений. Такая активность строится прежде всего, на значительной роли в успехах этих регионов губернаторов А. Артамонова и Е. Савченко. И несмотря на то, что они ушли с этих постов, созданные при них проекты продолжают двигать эти области вперед, ничего не развалив. [1]

Вывод – развитие стало системным благодаря найденным конкурентным преимуществам и вдумчивой работе губернаторов и его команды.

Для привлечения инвестиций в регионы Правительством России в 2011 году создан Российский фонд прямых инвестиций для вложений в наиболее быстрорастущие сектора экономики и их компаний.

Весной 2020 года РФПИ (Российский фонд прямых инвестиций) создал центр привлечения инвестиций в регионы России INVEST IN RUSSIA, который направлен на поиск иностранных инвесторов и на продвижение инвестиционных проектов, однако о результатах работы этого центра говорить преждевременно. [2]

В настоящее время в целях повышения инвестиционной привлекательности и деловой активности действуют 33 особые экономические зоны (ОЭЗ): 15 промышленно-производственных экономических зон, 7 технико-внедренческих, 1 портовая экономическая зона и 10 туристско-рекреационных. Несмотря на это, создание таких зон не влияет кардинальным образом на занятость населения и инвестиционную привлекательность. Рост инвестиций может способствовать росту социально-экономических показателей, но данная зависимость не является прямой. Задача инвестора состоит в извлечении прибыли, а не в развитии территории и повышении жизненного уровня населения. [3]

Еще одной моделью привлечения инвестиций являются Территории опережающего развития (ТОР) со льготными налоговыми условиями и упрощенными административными процедурами. Сегодня на территории России действует более 100 ТОР. И список этот постоянно растет. Однако, высокой инвестиционной привлекательности не пролеживается, это

говорит о недостаточно эффективном использовании региональными властями данной модели. В целях мониторинга уровня инвестиционной активности регионов, в Москве в 2018 году созданы Полномочные представительства регионов при Правительстве Москвы. В этой модели рассматриваются информационные механизмы, такие как количество публикаций в соцсетях, количество упоминаний в СМИ, наличие соцсетей и т.д.

Однако, деятельность таких полпредств носит номинальный протокольный бессистемный характер. Информация в соцсетях не дает представления об инвестициях.

Заключение. Чтобы успешно развивать свой регион, необходимо тщательно продуманная долгосрочная стратегия развития на 15-20 лет. В основу конкурентоспособной стратегии должны включаться исключительные особенности каждого отдельного региона, направленные на те сегменты своей экономики, которые имеют наиболее конкурентные преимущества, например туризм, строительство, сельское хозяйство и т.д. [4]

Региональные власти должны своей активной деловой позицией взаимодействовать и искать пути выхода на международные организации.

Список литературы

1. Поздняков, К. К. Теоретические основы механизма привлечения иностранных инвестиций в регионы РФ и обоснование их практической применимости: моногр./К.К. Поздняков; Lulu Press, Inc.Raleigh.- North Carolina, USA, 2015. – 174 с. – ISBN 978-1-326-45580-4.
2. Махиев, З.З. Содержание региональной системы привлечения инвестиций; Вопросы студенческой науки. – 2019. – №5 (33). – С. 436-442.
3. Инвестиционный рейтинг регионов России // Рейтинговое агентство «Эксперт РА» – URL: <https://raexpert.ru/> (дата обращения: 18.08.2022).
4. Полянский, С.Я., Шулепина, Т.И. Инвестиционная привлекательность Рязанской области // Наука и образование: будущее и цели устойчивого развития. Материалы XVI международной научной конференции, в 4 частях. – Москва, 2020. – С. 366-377.

Учет, анализ и аудит

УДК 657

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ОЦЕНКИ

Гончарова Н.Н., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
honcharova.hnm@donnu.ru

Введение. Изучение вопросов идентификации и оценки в бухгалтерском учете на сегодняшний день носит в большей мере теоретический характер и не разрешает противоречий, возникающих в экономической практике. Исследования в основном ограничиваются определением интеллектуальной собственности и перечнем объектов, к ней относимых.

Основная часть. Правовая интерпретация интеллектуальной собственности обычно представлена, как право лица на результат интеллектуальной творческой деятельности или на другой объект права интеллектуальной собственности. Одной из наиболее важных характеристик интеллектуальной собственности является использование ее третьими лицами только с согласия правообладателя.

Экономический аспект интеллектуальной собственности предполагает извлечение предприятием определенных экономических выгод от использования подобного рода объектов. В экономическом смысле интеллектуальная собственность отличается от собственности на материальные блага, поскольку именно результаты интеллектуального и творческого труда являются предметами экономического оборота и подлежат отчуждению от собственника, хотя и продолжают числиться собственностью создателя. Таким образом, интеллектуальная собственность – это единство интеллектуальных способностей индивида и результата использования этих способностей, что дает доход собственнику.

В Международных стандартах финансовой отчетности (МСФО) к нематериальным активам могут быть отнесены идентифицируемые немонетарные активы не имеющие физической формы, стоимость которых может быть достоверно определена, а также контролируемые компанией и способные приносить экономические выгоды в будущем. Аналогичные условия закреплены П(С)БУ 8 «Нематериальные активы».

Условия идентифицируемости нематериального актива выполняются, если:

- актив можно отделить или выделить из предприятия, продать, передать, лицензировать, сдать в аренду или обменять;

- он является результатом договорных или других юридических прав, независимо от того, можно ли эти права передавать или отделять от предприятия или от других прав и обязательств.

Пункт 36 МСФО «Нематериальные активы» гласит, что актив контролируется предприятием, если существует право на получение будущих экономических выгод, поступающих от основного ресурса, и реализуется возможность ограничения доступа других организаций к этим выгодам. Способность контролировать будущие экономические выгоды от нематериального актива будет регулироваться юридическими правами, которые могут быть принудительно осуществлены в судебном порядке. При отсутствии юридических прав контроль над активами осложняется [5].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что международные стандарты, несмотря на более широкий перечень объектов, включаемых в состав нематериальных активов, также не позволяет однозначно определить место интеллектуальной собственности в учетном процессе.

Необходимость стоимостной оценки объектов интеллектуальной собственности возникает не только в результате продажи, а и в случае оценки научно-технического потенциала предприятия, инвестирования средств на создание объектов с использованием интеллектуальной собственности, их оценки как вноса в уставный капитал, определения размера вознаграждения авторам разработок.

Наиболее важным в настоящее время является использование понятия справедливой стоимости. Согласно МСФО она представляет сумму, по которой можно обменять актив или погасить задолженность в операциях между поставленными в известность, проинформированными, заинтересованными и независимыми сторонами [4, с. 1158]. Аналогичное определение содержится в п.5.2 Международных стандартах (МСО 1) «Оценка на основе рыночной стоимости» [3, с. 13].

С.Ф. Голов обращает внимание на возможность использования в бухучете четырех основных видов оценок, предусмотренных концептуальной основой МСФО: историческая себестоимость, текущая себестоимость, стоимость реализации (погашения), настоящая стоимость. При этом, как отмечает автор, справедливая стоимость не выделяется как отдельный вид оценки. Справедливая стоимость выступает не самостоятельной основой оценки, а является ее разновидностью [2, с. 5-6].

Заключение. По своей природе объекты интеллектуальной собственности – это особый вид активов, для оценки которых невозможно использовать традиционные подходы, которые используются по отношению к недвижимому и движимому имуществу. Невозможно разработать универсальную методику оценки этих активов. Это связано с тем, что они неоднородны по своему составу, характеру использования, степени влияния на финансовое положение предприятия.

В отечественном законодательстве должны иметь место общие рекомендации относительно таких активов предприятия, однако конечные варианты оценки должны выбираться каждым предприятием самостоятельно.

Список литературы

1. Ветрова, И.Ф. Проблемы идентификации интеллектуальной собственности // Бухгалтерский учет. – 2007. – № 12. – С. 74-77.
2. Голов, С. Справедливая стоимость и ее место в системе оценок бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет и аудит, – 2007. – № 4. – С. 3-18.
3. Международные стандарты оценки // Финансовая газета. – 2005. – № 22. – С. 13.
4. Международные стандарты финансовой отчетности 2004 / Пер. С англ.; под. ред. С.Ф.Голова. – К., 2005. – Ч. II. – 1232 с.
5. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 8 «Нематериальные активы» // Настольная книга бухгалтера. – 2006. – № 29. – С. 42-45.

УДК 338

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ LOGIT-МОДЕЛЕЙ

Горин Д.А., Акаев Ш.М., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
sh.akaev@donnu.ru

Введение. Финансовая несостоятельность несет в себе угрозу не только для субъекта, который получил убытки от собственного бизнеса, но и для его контрагентов. При этом, очевидно, что чем раньше будет определена тенденция, ведущая предприятие к банкротству, тем раньше будут предприняты saniрующие меры, и, соответственно, тем больше вероятность выхода субъекта хозяйствования из фазы кризиса. Поэтому весьма актуально оценить риск вероятности банкротства на его ранних стадиях.

Основная часть. Сделать это позволяет множество моделей оценки вероятности банкротства [1-4], практическое применение которых проиллюстрировано с использованием данных финансовой отчетности отечественного предприятия N (таблица 1).

Итак, модели Чессера, Олсона и Хайдаршиной показали высокую вероятность банкротства предприятия. Однако учитывая то, что оно финансово устойчиво даже в сложных экономических условиях военного времени, можно говорить о достоверности положительных результатов диагностики при помощи моделей Федоровой, Жданова и Джу-Ха.

Таблица 1

Оценка вероятности банкротства предприятия N при помощи
отечественных и зарубежных logit-моделей

Показатель, способ его расчета		Исследуемый период		Изменение показателя
		2020	2021	
1		2	3	4
Зарубежные logit-модели				
Модель Чессера: $Z = -2.0434 - 5.24 \cdot X_1 + 0.0053 \cdot X_2 - 6.6507 \cdot X_3 + 4.4009 \cdot X_4 - 0.0791 \cdot X_5 - 0.102 \cdot X_6$				
X1	Отношение суммы наличности и легко реализуемых ценных бумаг к величине активов	0,00014	0,00002	-0,00012
X2	Отношение выручки от продаж к сумме наличности и легко реализуемых ценных бумаг	7743,3582	9145,5110	1402,1528
X3	Отношение разницы оборотных активов и краткосрочных обязательств к величине активов	0,8997	0,1742	-0,7255
X4	Отношение суммы краткосрочной и долгосрочной задолженности к величине активов	0,2099	0,0637	-0,1462
X5	Отношение собственного капитала к чистым активам	0,8474	1,6837	0,8363
X6	Отношение оборотных активов к выручке от реализации	0,9215	1,6492	0,7277
Значение Z		7745,2982	9147,6838	1402,3856
P	$1/(1+e^{(-z)})$	1	1	0
Вероятность банкротства: 0.8<P<1 - финансовое положение предприятия критическое; 0.6<P<0.8 - платежеспособность предприятия на грани риска банкротства; 0.4<P<0.6 - финансовое состояние предприятия удовлетворительное; 0.2<P<0.4 - кредитоспособность предприятия на хорошем уровне; 0<P<0.4 - финансовое положение отличное		Критическое	Критическое	=
2. Модель Джун-Ха: $P = 1/(1+e^{(-0,1062 \cdot K_1 + 0,00682 \cdot K_2 + 0,1139 \cdot K_3)})$				
K1	Отношение процентов к уплате к выручке от реализации	0	0	0
K2	Отношение прибыли до налогообложения к сумме краткосрочной и долгосрочной задолженности	2,1405	0,5202	-1,6203
K3	Отношение выручки от реализации к величине дебиторской задолженности	1,1492	0,6927	-0,4565
Значение P		0,4637	0,4794	0,0157
Вероятность банкротства: P>0,8 - очень высокий риск банкротства; 0,5<P≤0,8 - высокий риск банкротства; 0,2<P≤0,5 - риск банкротства ниже среднего; P≤0,2 - очень низкий риск банкротства.		Ниже среднего	Ниже среднего	=
3. Logit-модель Ольсона: $T = -1,32 - 0,47X_1 + 6,03X_2 - 1,43X_3 + 0,757X_4 - 2,37X_5 - 1,83X_6 + 0,285X_7 - 1,72X_8 - 0,521 X_9 $				
X1	Натуральный логарифм отношения совокупных активов к индексу-дефлятору ВВП	10,5956	12,3116	1,7160
X2	Отношение совокупных обязательств к совокупным активам за период	0,2131	0,0871	-0,1260

Продолжение табл. 1

1		2	3	4
X3	Отношение рабочего капитала к совокупным активам предприятия	0,8996	0,1742	-0,7254
X4	Отношение краткосрочных обязательств к оборотным активам	0,0820	0,2676	0,1856
X5	Отношение чистой прибыли к совокупным активам предприятия	0,4407	0,0321	-0,4086
X6	Отношение суммы чистой прибыли и амортизации за период к совокупным обязательствам	2,1039	0,5206	-1,5833
X7	1, если компания убыточна в двух предыдущих периодах, в противном случае – 0	0	0	0
X8	1, если совокупные обязательства больше совокупных активов, 0 – в противном случае	0	0	0
X9	Отношение разности чистых прибылей за отчетный и предыдущий периоды к сумме чистых прибылей за отчетный и предыдущий периоды	0,1143	-0,4482	-0,5625
Значение T		-11,1933	-7,8898	3,3035
R	Отношение единицы к сумме единицы и числа Эйлера в степени T	0,99999	0,99963	-0,00036
Вероятность банкротства: >0,5 – высокая вероятность банкротства; <0,5 – низкая вероятность банкротства		Высокая	Высокая	=
4. Модель Хайдаршиной: $P=1/(1+e^{-10,2137-0,0303*K1-6,7543*K2+3,7039*K3+1,5985*K4+0,5640*K5+0,1254*K6+1,3698*K7+6,3609*K8+0,2833*K9-2,5966*K10+7,3087*K11})$				
K1	Фактор «возраста» компании: значение 0, при условии, что предприятие было создано более 10 лет назад, и значение 1 – если менее 10 лет	0	0	0
K2	Характеристика кредитной истории хозяйственной деятельности компании. В случае если она является положительной, принимается значение 0, отрицательной – 1	1	1	1
K3	Отношение оборотных активов к краткосрочным обязательствам	12,1914	3,7369	-8,4545
K4	Отношение прибыли до налогообложения к уплаченным процентам	0	0	0
K5	Натуральный логарифм величины собственного капитала	15,0594	16,8832	1,8238
K6	Ставка рефинансирования Центрального банка	0,0750	0,0775	0,0025
K7	Характеристика деятельности предприятия с точки зрения ее региональной принадлежности. Принимает значение 0 – при нахождении в Москве или Санкт-Петербурге, и 1 – в других регионах	1	1	0
K8	Отношение чистой прибыли к величине активов	0,4407	0,0321	-0,4086
K9	Отношение чистой прибыли к величине собственного капитала	0,5578	0,0343	-0,5235
K10	Темп роста собственного капитала компании.	2,2614	6,1955	3,9341
K11	Темп роста активов компании	1,9063	5,2277	3,3214

Окончание табл. 1

1		2	3	4
Значение Р		1	1	0
Вероятность банкротства: $P > 0,8$ - очень высокий риск банкротства; $0,5 < P \leq 0,8$ - высокий риск банкротства; $0,2 < P \leq 0,5$ - риск банкротства ниже среднего; $P \leq 0,2$ - очень низкий риск банкротства.		Очень высокий	Очень высокий	=
5. Модель Жданова: $P = 1 / (1 + e^{(-4,32 + 1,25 * K1 + 0,12 * K2 + 0,07 * K3 + 0,34 * K4 + 2,17 * K5)})$				
K1	Отношение чистой прибыли к оборотным активам	0,4497	0,1350	-0,3147
K2	Отношение суммы долгосрочных и краткосрочных обязательств к собственному капиталу	0,2657	0,0680	-0,1977
K3	Отношение необоротных активов к оборотным	0,0204	3,2038	3,1834
K4	Отношение выручки от продаж к среднегодовой стоимости активов	1,0635	0,2422	-0,8213
K5	Отношение оборотных активов к краткосрочным обязательствам	12,1915	3,7369	-8,4546
Вероятность банкротства: $P > 0,8$ - очень высокий риск банкротства; $0,5 < P \leq 0,8$ - высокий риск банкротства;		0	0,0137	0,0137
		Очень низкий	Очень низкий	=
6. Модель Е.А. Фёдорова, Е.В. Гиленко, С.Е. Довженко: $FGD2 = -0,834 * K1 - 2,21 * K2 - 0,291 * K3 - 1,251 * K4 + 1,591 * K5 + 1,047$				
$0,2 < P \leq 0,5$ - риск банкротства ниже среднего; $P \leq 0,2$ - очень низкий риск банкротства.				
K1	Коэффициент быстрой ликвидности	12,19145	3,73688	-8,45457
K2	Коэффициент ликвидности при мобилизации средств	0,4996	0,3826	-0,1170
K3	Фиктивная переменная соответствия нормативу коэффициента ликвидности при мобилизации средств (равна 1 при соответствии нормативу, равна 0 в ином случае, норматив – от 0,5 до 0,7)	0	0	0
K4	Фиктивная переменная соответствия нормативу коэффициента маневренности собственных оборотных средств (равна 1 при соответствии нормативу, равна 0 в ином случае, норматив – от 0,2 до 0,5)	0	0	0
K5	Фиктивная переменная соответствия нормативу отношения заемных и собственных средств (равна 1 при соответствии нормативу, равна 0 в ином случае, норматив – меньше 0,7)	1	1	0
Значение FGD2		-8,6338	-1,3240	7,3098
Вероятность банкротства: если показатель $FGD2 > 0$, то существует высокая вероятность банкротства предприятия, если $FGD2 < 0$, то такая вероятность низка		Низкая	Низкая	=

Поэтому для более реальной оценки риска банкротства отечественных предприятий в формат Logit-моделей предлагаем включать различные локальные финансовые коэффициенты, сориентированные на отраслевые особенности компаний.

Заключение. Вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что зарубежные и отечественные модели следует преобразовать для получения релевантных данных.

Список литературы

1. Верещагина Л.С. Применение модели Чессера в анализе кредитоспособности предприятий / Л. С. Верещагина, И. Ю. Выгодчикова // Известия Саратовского ун-та. – 2012. – №4. – С. 78-82.
2. Дмитренко И.Н. Диагностическая ценность logit-моделей для управления риском банкротства промышленных компаний / И.Н. Дмитренко, С.А. Елдышева // Экономика и предпринимательство. – 2020. – №7 (120). – С. 1288-1294.
3. Жданов В.В. Модели оценки вероятности банкротства предприятий [Электронный ресурс] / В.В. Жданов. – 2021. – URL: <https://finzz.ru/modeli-ocenki-veroyatnosti-bankrotstva.html>
4. Туктарова П.А. Регрессионные модели определения риска банкротства предприятий / П.А. Туктарова, Б.С. Туктаров // Вестник УГАТУ. – 2013. – № 7 (60). – С. 80-85.

УДК 657.6(035.3)

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ESG-РИСКОВ

Ерохина Е.И., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,
г. Москва, РФ
Erokhina.EI@rea.ru

Введение. Возрастающий интерес компаний к вопросам влияния на окружающую среду, взаимоотношения с обществом и стейкхолдерами, условиями труда персонала и, а также их роли в устойчивом развитии, постоянно изменяется. Текущие кризисы в области здравоохранения и экономико–политической ситуации только усиливают эту тенденцию, а решение глобальных задач невозможно без опоры на цели устойчивого развития и формирование обоснованных ESG-стратегий. Вопросами ESG активно занимаются все представители бизнеса, правительства, международные организации и многочисленные фонды [2–5]. Компании реального сектора стремятся использовать принципы ESG для создания положительной деловой репутации, а представители финансового сектора пытаются реализовать проекты по «зеленым финансам» и псевдоконсалтинговые услуги, занимая прибыльную экономическую нишу. Помимо положительного эффекта от ESG-продуктов и степени их влияния на экономику, серьезными темпами растут и угрозы, связанные с ростом инвестиций в проекты по устойчивому развитию и образовании «зеленых ESG-пузырей», способных подорвать не только деловую

репутацию бизнеса, но и снизить глобальное доверие к проектам в сфере устойчивого развития. Также нередки случаи «green washing» или «зеленого отмыывания брендов, когда компании показывают только те элементы нефинансовой отчетности, которые могут характеризовать их с наиболее выгодной стороны. Несмотря на повсеместное применение ESG-аспектов, устойчивую риторику сфер экономики и бизнеса, до сих пор существуют противоречия: стимулирует ли в действительности ESG-устойчивое развитие мировую экономику, или же представляет ли угрозы для рыночной экономики. Повестка устойчивого развития будет определять направления глобальной экономической и финансовой повестки в ближайшие десятилетия, даже в условиях беспрецедентного санкционного давления и в преддверии общемирового экономического кризиса. Перечисленные противоречия, а также сложившаяся экономико-политическая нестабильность обуславливают актуальность данного исследования.

Основная часть. На этапе прогнозирования секторальных рисков ESG-отчетности, проанализируем потенциальные ESG-риски, а также выявим «проблемные зоны», способствующие их возникновению. Алгоритм прогнозирования ESG- рисков может быть представлен в виде ряда последовательных блоков:

1. Блок 1 – оценка экологического воздействия компании. Такая оценка реализуется посредством рангового подхода и перцентильного метода, позволяющего выделить компании со средним, высоким и низкими показателями темпов роста, выручки, себестоимости продукции и т.д. Для этого на первом этапе необходимо рассчитать среднее арифметическое по каждому анализируемому показателю, в пределах анализируемых компаний. Второй этап – обязательный расчет среднеквадратического отклонения значений, определяющихся как число, равное квадратному корню от суммы квадратов разности этих чисел и среднего арифметического, разделенного на количество этих чисел. Третий этап - использование «правило трех сигм» для нормального распределения и определения диапазонов значений, в пределах которых проводится оценка результатов.

2. Блок 2 – оценка социальной ответственности компании. Метод ранжирования заключается в последовательном сопоставлении показателей деятельности оцениваемой компании, со статистическими данными конкурирующих компаний. С этой целью отбираются наиболее существенные конкуренты, а их показатели ранжируются от наиболее значимых, к менее значимых.

3. Блок 3 – оценка корпоративного управления. Сочетает в себе методику АКРА [1] качественной оценки корпоративного управления. Сначала проводится анализ наиболее значимых факторов для определения качества корпоративного управления оцениваемого лица. Затем проводится оценка уровней корпоративного управления посредством

количественной оценки значимых факторов в количественном выражении. Итоговая оценка по первому этапу формируется как взвешенная сумма по каждому отдельному фактору. уровней корпоративного управления компании. В основе такой оценки лежит типовая матрица оценки корпоративного управления, а также степени соответствия компании тому или иному уровню.

4. Блок 4 – обобщение результатов оценки рисков. Формирование рекомендаций и разработка мер по минимизации ESG- рисков. На рис. 1 схематично представлен алгоритм прогнозирования ESG- рисков.



Рис. 1. Алгоритм прогнозирования ESG-рисков (составлено автором)

Создание устойчивых результатов, повышающих ценность и стимулирующих рост, формируют базис для формирования экологической устойчивости и стабильности общества.

Заключение. Для решения задач в сфере экологического воздействия следует обращать внимание на следующие факторы: рост величины отходов, подлежащих захоронению; рост удельного показателя захоронения отходов на единицу добытого углеводородного сырья (для нефтегазовой отрасли); увеличение удельной величины сброса сточных вод на единицу сырья; снижение величины инвестиции в основные средства в целях охраны окружающей среды или полное отсутствие данного показателя.

По блоку социальная ответственность нужно стремиться к минимизации влияния следующих факторов: отсутствие достаточной информации, подлежащих раскрытию; низкие темпы роста оплаты труда, свидетельствующее о снижении привлекательности анализируемой компании; кадровый потенциал и текучесть кадров.

По блоку оценки корпоративного управления следует избегать влияния следующих факторов: нарушение нормативно-правовой базы, состав и независимость совета директоров; система корпоративного вознаграждения; уровни доступа, полномочий; раскрытие и прозрачность информации о корпоративном управлении.

Перечисленные факторы формируют базу для экспресс-тестирования показателей деятельности компаний, влияющих на формирование ESG-

рисков, которые подробно будут рассмотрены в ходе дальнейшего исследования.

Результаты публикации подготовлены в рамках реализации научно-исследовательской работы, проводимой и финансируемой в РЭУ им. Г.В. Плеханова в 2020-2023 гг. «Мониторинг секторальных рисков финансовой безопасности в цифровой среде с использованием Гарвардской парадигмы отраслевого анализа.

Список литературы

1. АКРА [Электронный ресурс] – URL: <https://www.acra-ratings.ru/> (дата обращения: 19.07.2022).
2. Ерохина, Е. И. Экологический аудит: подходы к оценке качества и минимизация рисков / Е. И. Ерохина // В сборнике: XXXIV Международные Плехановские чтения. Сборник статей аспирантов и молодых ученых. – Москва, 2021. – С. 7-13.
3. Казакова, Н. А., Доан, Тхи Лок. Анализ российских и зарубежных практик формирования корпоративной отчетности в области устойчивого развития / Н.А. Казакова, Тхи Лок Доан // Аудит. – 2021. – №6. – С. 31-35.
4. Экономический анализ: опыт и перспективы развития : монография / Е.И. Ерохина и колл. авторов ; под ред. В.И. Бариленко, М.Н. Толмачева. — Москва : КНОРУС, 2022. — 916 с.
5. Доан, Тхи Лок, Казакова, Н.А. Тенденции развития корпоративной отчетности в области устойчивого развития в российской федерации / Тхи Лок Доан, Н.А. Казакова // Аудит. – 2020. – № 1. – С. 38-41.

УДК 657.372.1.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ РАСХОДОВ В АВИАКОМПАНИИ

Коваленко С.Н., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
г. Москва, РФ
Kovalenko.SN@rea.ru

Введение. Нахождение наилучшего соотношения показателя эксплуатационных расходов и доходов, способствующих получению прибыли, поддержание стабильных параметров для создания конкуренции на рынке услуг авиакомпаний – это ключевые задачи организаций в сфере авиатранспорта. Оптимальная работа авиакомпаний на рынке услуг напрямую зависит от текущей экономической ситуации, которая достаточно изменчива в последнее время. В связи с чем, важную роль приобретают расходы компании и их четкий контроль.

Большинство авиакомпаний, которые занимают важную позицию на рынке, используют современные технологии контроля расходов, в том

числе эксплуатационных. Одна из проблем современного учетного и аналитического процессов в контексте деятельности авиакомпаний состоит в том, что в рамках этого учета нельзя эффективно засчитывать затраты авиакомпаний, в нужных объемах и сроках.

Основная часть. Для организаций в сфере авиационного транспорта важнейшую роль играет управленческий анализ эксплуатационных затрат. Ведь он способствует эффективному контролю за расхождениями фактических затрат с плановыми, обнаружению источников увеличения расходной части, обеспечению данными для перспективного и стратегического прогнозирования и рационального управления затратами.

Можно предположить, что бухгалтерский учет эксплуатационных расходов компаний в сфере авиатранспорта стоит формировать с учетом принципов организационной системы, особенностей оказания услуг, связанных с авиатранспортом, целей контроля и регулирования затратами организации. На возникновение учетных данных как по каждому виду авиатранспорта, направлениям авиатрасс, так и по номерам бортов авиатранспорта оказывают воздействие отраслевые принципы технологической деятельности осуществления воздушных перевозок, а также ведение учета эксплуатационных затрат [3].

Эксплуатационные расходы рассматриваются в контексте авиакомпаний как текущие расходы на поддержание работоспособности основных производственных ресурсов на протяжении всего срока их эксплуатации. Под текущими расходами, целесообразно понимать расходы на производство и продажу авиауслуг [4].

С целью эффективной работы структуры управленческого учета в компаниях авиаотрасли, целесообразнее всего формировать такую систему затрат, которая базируется на центрах ответственности, то есть у каждого вида затрат есть ответственные лица. Для современных авиакомпаний будет разумно выделить четыре центра ответственности, а именно: головных затрат, затрат на обеспечение, продажи и входящих денежных потоков и контроля прибыли [3].

В авиакомпаниях объектом анализа могут служить рейсы, маршруты перевозок или их виды. Данные объекты управленческого анализа должны быть включены в сетку взаимосвязей и общей ответственности, учтены их связи в рамках самых различных обстоятельств и вариантов дальнейшего развития экономической ситуации. Главным преимуществом данного подхода будет тот факт, что компания сможет предсказать свои будущие эксплуатационные расходы.

Как и в любой системе анализа, должен быть четко определен не только объект анализа, но и его субъект, то есть те лица, отделы и системы, которые будут осуществлять управленческий анализ эксплуатационных расходов. Руководство авиакомпании должно сформировать свои собственные отделы по осуществлению конкретного направления

управленческого анализа с тем, чтобы концентрировать усилия на достижении результата в заранее определенной области.

Полагаем, что если говорить о том, какие могут быть направления анализа в авиакомпаниях, то стоит упомянуть «систему вычислений по установлению безубыточности и разных вариантов маржинальной прибыли, то есть анализ «затраты-объем-прибыль» (по англ. cost-volume-profit), а именно CVP-анализ» [2].

Ключевыми целями данного вида анализа по отношению к деятельности организации в сфере авиатранспорта будут считаться параметры, определенные на рисунке 1:

Причем нужно отметить, что данный CVP-анализ не пользуется большой популярностью. Основной причиной непопулярности данного метода является недостаточная подготовленность сотрудников к использованию данного вида анализ в той или иной деятельности.

Но применение CVP-анализа дает большие возможности организациям в сфере авиатранспорта, сотрудники управления обладают механизмом для того, чтобы найти скрытые перспективы прибыльности. Причем их достаточно тяжело выявить, если использовать классический способ анализа финансовой деятельности. Относительная простота вычислений и их очевидность, а самое важное – использование данных учетного процесса – будет интересовать потенциальных авиаперевозчиков.

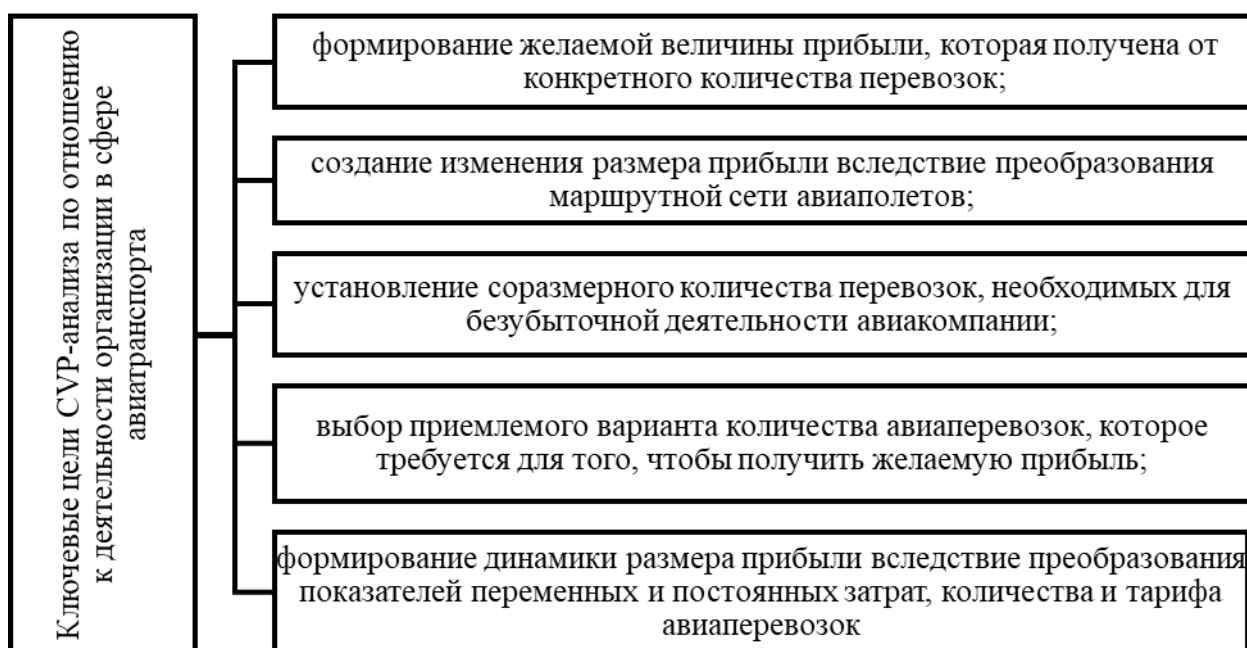


Рис. 1. Ключевые цели CVP-анализа по отношению к деятельности организации в сфере авиатранспорта

Заключение. Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что на сегодняшний день управленческий анализ эксплуатационных затрат в авиакомпаниях неразвит. Хотя у отечественных авиакомпаний есть все

необходимые условия для того, чтобы данный механизм работал в полной мере. Но все же есть все предпосылки, что в будущем управленческих анализ эксплуатационных затрат организаций в сфере авиатранспорта будет иметь восходящий вектор развития не только в России, но и во всем мире в целом.

Список литературы

1. Немчинов О.А., Жуков О.М. Авиатранспортный маркетинг: экономическая эффективность эксплуатационной деятельности авиакомпании : учеб. пособие / О.А. Немчинов, О.М. Жуков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева. – Самара: Изд-во НИУ Самарский университет, 2018. – 116 с. - ISBN: 978-5-7883-1255-2
2. Пономаренко Е. CVP анализ как инструмент принятия управленческих решений - Текст : электронный // Интернет-проект «Корпоративный менеджмент» : официальный сайт – 2014 – URL: https://www.cfin.ru/management/finance/cost/costs_volume_profit.shtml (дата обращения: 09.07.2022)
3. Шамаев И. Принципы калькулирования затрат в управленческом учете Текст : электронный // Интернет-проект «Корпоративный менеджмент» : официальный сайт – 2015 - URL: <https://www.cfin.ru/ias/manacc/cost-calculation-in-management-accounting.shtml> (дата обращения: 10.07.2022)
4. Эксплуатационные расходы. Состав, учет, планирование. - Текст : электронный // Ассистентус : официальный сайт – 2019 – URL: <https://assistentus.ru/buhuchet/ekspluatacionnyh-rashodov/> (дата обращения: 09.07.2022)

УДК 658

КРАТКИЙ ОБЗОР ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ФИНАНСОВУЮ СОСТАВЛЯЮЩУЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАВНОВЕСИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Козырева С.Д.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
kozyreva.ksd@donnu.ru

Введение. Для обеспечения успешного функционирования предприятия и выполнения своих функций необходимо постоянно отслеживать тенденции развития предприятия, их динамику с учетом влияния внутренних и внешних факторов. Однако в данном случае необходимо учитывать, что для обеспечения общего экономического равновесия предприятия необходимо, прежде всего, соблюдение условий финансового равновесия. Данный факт можно обосновать тем, что, не соблюдая достаточный уровень показателей платежеспособности,

ликвидности, рентабельности и инвестиционной привлекательности, ни одна из структурных составляющих экономического равновесия выполнена не будет. В связи с этим именно финансовой составляющей экономического равновесия предприятия при проведении оценки экономического состояния предприятия необходимо уделять первоочередное внимание.

В связи с вышеописанным перед каждым субъектом хозяйствования возникает, как правило, дилемма по поводу того, какими показателями обеспечивается финансовое равновесие субъекта.

Основная часть. В целом, с точки зрения политэкономии применительно к процессу кругооборота финансовых ресурсов на предприятиях, финансовое равновесие - это соблюдение правильных пропорций в движении финансовых потоков по всем фазам цикла кругооборота финансовых ресурсов: формирования, распределения, использования [3].

В современных рыночных условиях немаловажное значение занимает исследование параметров финансового равновесия со стороны согласованности структуры активов и источников их формирования по параметрам ликвидности и срочности. Основными параметрами в данном случае выступают платежеспособность, ликвидность, независимость, доходность. Существенным недостатком при исследовании приведенных показателей является, прежде всего, то, что их расчет основывается на уже сложившихся по итогам деятельности показателях. В связи с этим при проведении диагностики финансового равновесия необходимо учитывать возникающую погрешность получаемых результатов, а также возможно применять иные методы и методики определения финансового равновесия. Поэтому, необходимо говорить о внедрении понятия финансового равновесия в различных временных периодах или с учетом особых характеристик формирования, распределения, использования капитала предприятия.

В экономической литературе ученые предлагают разные способы оценки финансового равновесия. А. Терещенко [4] определяет одним из способов оценки финансового равновесия «золотое правило финансирования», согласно которому обеспечивается согласование сроков мобилизации финансовых ресурсов по срокам, на которые они вкладываются в реальные или финансовые инвестиции. В то же время И.А.Бланк [2] в своих работах определяет финансовое равновесие как устойчивое функционирование предприятия в долгосрочной перспективе. Он считает, что именно обеспечение финансового равновесия в процессе экономического развития является основной задачей управления капиталом, а целью управления последнего становится прирост благосостояния владельцев или прирост собственного капитала. Механизм обеспечения финансового равновесия базируется на использовании модели

устойчивого экономического роста, основным параметром которого является показатель формирования капитала.

Керанчук Т. [2] предлагает обеспечение равновесия финансов предприятия в долгосрочном периоде определять на основе использования модели устойчивого экономического роста. Устойчивый экономический рост предприятия как сбалансированный рост долгосрочного характера, направлен на достижение целевой функции предприятия. В финансовой литературе проблему устойчивого экономического роста часто связывают с финансовой стратегией и механизмами финансовой стабилизации, то есть, принимается точка зрения И.А. Бланка [1].

Для обеспечения финансовой стабильности общепринятым в мировой практике принято учитывать «золотое правило экономики предприятия». С этой целью в рамках процесса кругооборота финансовых ресурсов предприятия постоянно рассматривается соотношение:

$$\text{ТПБ} > \text{ТОР} > \text{ТА} > 100\%$$

где ТПБ, ТОР, ТА — соответственно темпы роста в отчетном периоде в сравнении с прошлым периодом балансовой прибыли, объема реализации и текущих активов предприятия) [3].

Рассматривая данное соотношение, необходимо также учитывать стадию жизненного цикла, на которой находится в данный момент предприятие. С учетом того, что в основе данного соотношения лежит идея постоянного роста и накопления, то идеально она будет выполняться только на стадии роста и на стадии зрелости, то есть на тех этапах, которым свойственна успешная и эффективная деятельность предприятия.

Основными условиями в данном случае будут выступать:

- 1) тенденция активов к постоянному росту;
- 2) объем продаж должен расти более высокими темпами, чем активы;
- 3) балансовая прибыль должна увеличиваться более высокими темпами, чем объем продаж.

Таким образом, соблюдение условий «золотого правила экономики» на всех стадиях кругооборота ресурсов предприятия в перспективном долгосрочном периоде может обеспечить не только финансовое равновесие, а и даже некий уровень устойчивой финансовой стабильности. Данный результат в представленных условиях будет обеспечиваться сохранением и постоянным ростом рассматриваемых показателей на каждой их стадий кругооборота [3].

Однако влияние внешних факторов может вносить ряд негативных изменений в тенденции предлагаемых пропорций. В связи с этим могут возникать различного рода события, приводящие к снижению уровня темпов роста продаж, активов и прибыли. В подобного рода условиях, для предприятий важно именно поддержание состояния финансового равновесия, которое в свою очередь будет выражаться в сохранении такого

состояния, которые не будут характеризоваться как убыточное, то есть предприятия должны сохранить, прежде всего, уровень независимости и платежеспособности. С этой целью, по нашему мнению, необходимо постоянно отслеживать тенденции развития, выражаемые в темпах роста собственного и заемного капитала, оборотных средств предприятия, получаемых доходов и финансовых результатов. С учетом влияния различных факторов и по итогам изучения тенденций роста приведенных показателей, выполнение условия покрытия заемных обязательств предприятия в условно срочном периоде, будет обеспечивать соблюдение платежной дисциплины и таким образом будет являться необходимой предпосылкой сохранения устойчивого уровня финансового равновесия.

Заключение. Таким образом, совокупность показателей, обеспечивающих финансовую составляющую экономического равновесия должна показывать равновесное сбалансированное состояние экономических ресурсов, которое обеспечивает стабильную прибыль и удовлетворительные условия для расширенного воспроизводства устойчивого экономического роста в долгосрочной перспективе, с учетом наиболее важных внешних факторов. Иными словами, финансовое состояние устойчивого функционирования предприятия определяется состоянием, когда предприятие организует деятельность таким образом, что стабильно на протяжении долгого срока времени производит и реализует продукцию, услуги, получая при этом достаточный уровень прибыли для производственного и социального развития, в конечном итоге обеспечивая прирост собственного капитала предприятия. Именно это и можно определить как равновесие финансов предприятия, то есть состояние финансов субъекта хозяйствования, обеспечивающее самофинансирование, самообеспеченность, независимое развитие.

Список литературы

1. Бланк И.А. Управление активами и капиталом предприятия / И.А. Бланк. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2003. — 448 с.
2. Керанчук Т. Моделирование финансового равновесия предприятия / Т. Керанчук // Бизнесинформ. — 1998. — №19. — С. 49-54. — URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/9987/1/BISNINF.pdf> (дата обращения: 20.09.2022).
3. Нехайчук Ю. С. Обеспечение финансового равновесия предприятия/ Нехайчук Ю.С., Мухина Е.А.//Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. — 2016. — №4. — С.44-50. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-finansovogo-ravnovesiya-predpriyatiya> (дата обращения: 20.09.2022).
4. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві / О.О. Терещенко. — К.: КНЕУ, 2004. — 268 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ДИАГНОСТИКА И СИСТЕМА ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ

Марченкова И.Н., канд. экон. наук, доц.

Старооскольский филиал ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», г. Старый Оскол, РФ
i.marchenkova@mail.ru

Введение. Важным аспектом системы управления хозяйствующего субъекта является умелое и адекватное реагирование на динамические колебания конъюнктуры рынка, разработку финансовой стратегии с целью обеспечения стабильности развития и расширения масштабов производства, то есть обеспечения эффективности функционирования системы. Эффективность – это степень доходности, выгодности, прибыльности бизнеса. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина отражает соотношение эффекта с вложенным капиталом или потребленными ресурсами [3].

Основная часть. Проводя оценку и анализ эффективности функционирования любой системы необходимо помнить о необходимости диагностики. Диагностическая оценка эффективности деятельности предприятия объективно необходима, так как позволяет выявить основные негативные моменты его функционирования, а также определить пути решения проблем и возможные направления стратегического развития и роста.

Основными задачами диагностики являются:

- оценка эффективности функционирования предприятия и определение на этой основе тенденций его развития;
- характеристика деятельности предприятия в условиях неполной информации; оценка стабильности и динамики развития предприятия как системы в условиях энтропии внешней среды;
- оценка адаптационных возможностей предприятия и его отдельных частей;
- создание системы предупредительных мероприятий для поддержания нормального функционирования предприятия и его отдельных структурных подразделений и т.д.

Систематический и всесторонний анализ эффективности деятельности предприятия позволяет:

- быстро, качественно и профессионально оценивать результативность хозяйственной деятельности как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;

- точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получаемую прибыль по конкретным видам производимых товаров и предоставляемых услуг;
- находить пути решения проблем предприятия и получения прибыли в перспективе [1].

В процессе производственно-хозяйственной деятельности хозяйствующий субъект подвержен воздействию факторов внутренней и внешней среды. Следовательно, необходимо учитывать их воздействие на хозяйственные процессы и их эффективность (рис.1).

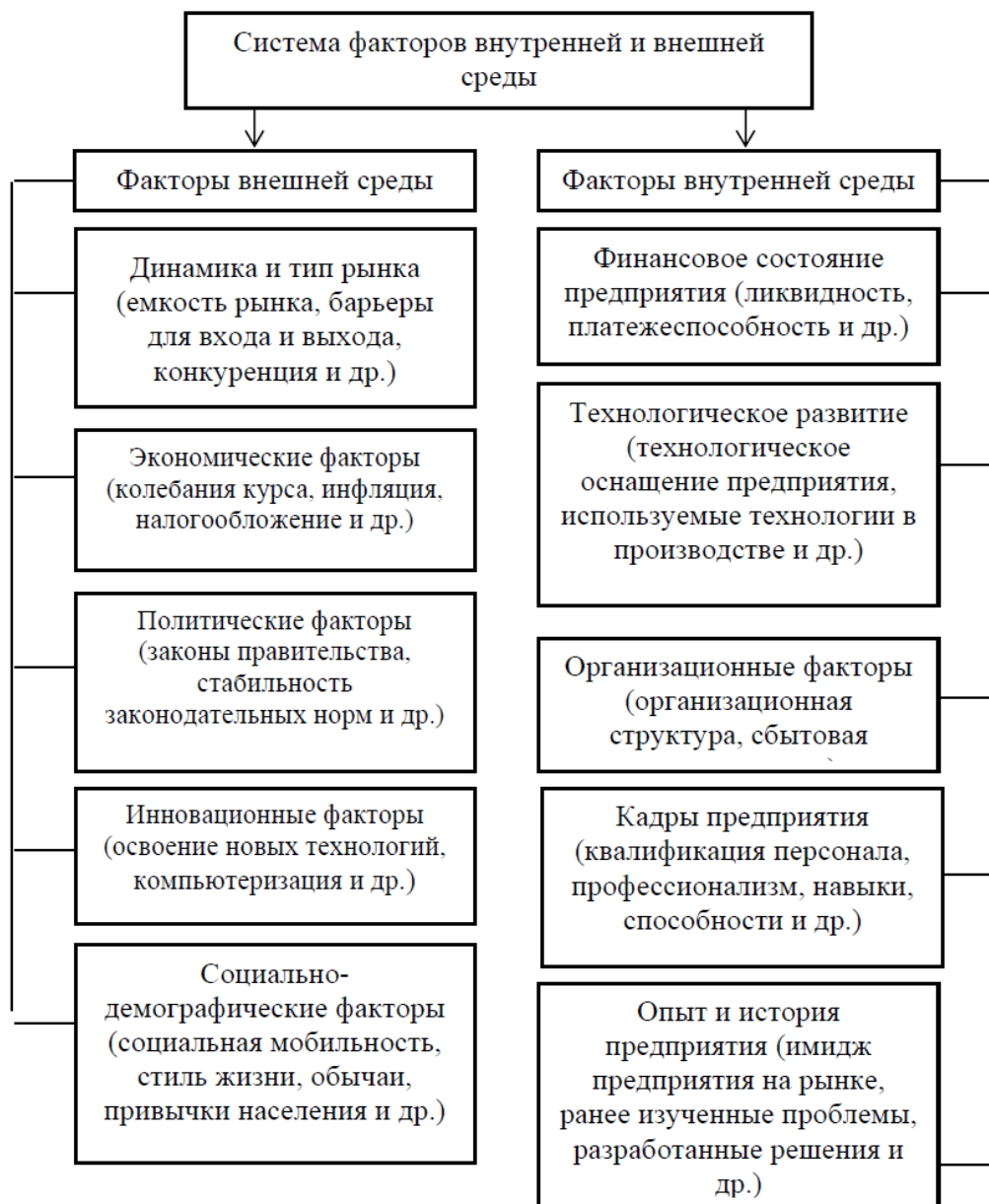


Рис. 1. Система факторов повышения эффективности деятельности предприятия

Оценка эффективности деятельности предприятия позволяет понять, насколько рационально использовались имеющиеся ресурсы в процессе

достижения запланированных целей. Она включает в себя набор процедур по анализу динамики различных показателей хозяйственной деятельности предприятия в сравнении с аналогичными показателями прошлых периодов или утвержденными на отчетный период плановыми значениями.

Основными резервами роста рентабельности являются:

- оптимизация ассортимента выпускаемой продукции (выполненных работ, оказанных услуг) с учетом уровня рентабельности;
- повышение эффективности взаимоотношений с контрагентами;
- использование возможностей рискованной деятельности;
- внедрение элементов инновационной политики;
- оптимизация масштабов субъекта хозяйствования;
- использование возможностей конъюнктуры рынка [2].

Заключение. Обобщая теоретические аспекты аналитического исследования рентабельности финансово-хозяйственной деятельности следует отметить, что экономическая эффективность в современных реалиях является ключевым критерием успешности функционирования хозяйствующего субъекта. В результате стремительного развития рыночной среды происходят изменения характеристик, способов и методов функционирования бизнеса в конкурентной среде. В частности, происходящие изменения отразились на коммерческой, производственной, хозяйственной и социальной сферах, что обуславливает необходимость рассмотрения эффективности как социально-экономической категории. При этом социальный эффект также необходимо подвергать оценке на основе системы показателей удовлетворенности как персонала предприятия, так и потребителей готовой продукции (выполненных работ, оказанных услуг). Соответственно, в настоящее время, чтобы добиться не просто стабильности хозяйствующего субъекта, но и роста его эффективности, необходимо использование комплексного и системного подхода.

Список литературы

1. Бурлака, Е. В. Анализ рентабельности деятельности предприятия / Е. В. Бурлака: непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – № 12 (146). – С. 243-245. – URL: <https://moluch.ru/archive/146/41007/>
2. Драганюк, А. Д. Инструменты повышения стоимости бизнеса. Российский и зарубежный опыт / А. Д. Драганюк: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 49 (287). – С. 59-62. – URL: <https://moluch.ru/archive/287/64991/>
3. Старовойтова К.О. Менеджмент. Эффективность управления: учеб. пособие для академического бакалавриата. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 269 с.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СИСТЕМУ НАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Морозова Н.Г., канд. экон. наук, доц., *Сандина К.В.*

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, РФ
mng14@mail.ru

Введение. Вследствие цифровизации экономики трансформация налоговой системы Российской Федерацией под современные реалии является основным направлением в развитии налоговой политики последних лет. Ежегодно растёт количество государственных услуг, предоставляемых налогоплательщикам в дистанционном формате.

Основная часть. Возрастающей популярностью пользуется официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации (ФНС РФ), предоставляющий максимально полную информацию, касающуюся налогов и сборов, а также новости налоговой сферы. Открытыми данными являются статистическая, аналитическая и нормативная база. Регулярно обновляется, совершенствуется и расширяется сервис и спектр предоставляемых ФНС онлайн услуг [3].

Так, действующий для физических лиц на сайте ФНС РФ «Личный кабинет физического лица» предоставляет сервис, позволяющий:

- получать текущую информацию относительно объектов налогообложения, о суммах начисленных и уплаченных платежей, об имеющихся переплатах и задолженностях по налогам перед бюджетом;
- получать квитанции для уплаты налоговых платежей;
- загружать программы для заполнения декларации по НДФЛ по форме № 3-НДФЛ, заполнять декларацию по форме № 3-НДФЛ онлайн, направлять в налоговую инспекцию декларацию по форме № 3-НДФЛ в электронном виде, подписанную электронной подписью налогоплательщика;
- отслеживать статус камеральной проверки налоговых деклараций по форме № 3-НДФЛ;
- обращаться в налоговые органы с различными вопросами без личного визита в соответствующий орган и пр. [2]

Для налогоплательщиков, применяющих налог на профессиональный доход разработано оригинальное приложение «Мой налог», позволяющее зарегистрироваться посредством мобильного телефона, сформировать чек, отслеживать начисления налогов и уплачивать их.

Существуют и другие мобильные приложения ФНС РФ, в которых доступны цифровые налоговые сервисы. В приложениях «Налоги физических лиц», «Личный кабинет предпринимателя» предоставляются

сервисы из личного кабинета налогоплательщика и индивидуального предпринимателя.

При помощи сервиса «Личный кабинет юридического лица» организации могут направлять заявления и запросы в ФНС РФ, получать информацию о начисленных и уплаченных налогах, направлять документы для государственной регистрации юридических лиц, получать информацию о ходе исполнения заявлений и запросов, самостоятельно контролировать сроки оказания услуг налоговыми органами.

С 1 июля 2022 года в экспериментальном формате введён новый специальный режим налогообложения «Автоматизированная Упрощённая система налогообложения» (АУСН), отличающийся тем, что отчетность практически полностью отменяется, а налоги рассчитываются автоматически. Основные преимущества АУСН:

- упрощение, а в большинстве случаев отмена налоговой отчетности и отчетности в государственные внебюджетные фонды;
- доходы и расходы определяются по данным контрольно-кассовой техники, банков и данных, которые сами налогоплательщики указали в личном кабинете.
- налог рассчитывается автоматически налоговым органом [4].

С 1 января 2023 года будет применяться Единый налоговый счет (ЕНС) для всех категорий налогоплательщиков. У физических лиц есть возможность уплачивать налоги через ЕНС с 2019 года.

Применение ЕНС поможет упростить исполнение обязанностей по уплате налогов. Основные преимущества Единого налогового счёта:

- оплата всех налогов и взносов одним платежом;
- уменьшение ошибок в платежных документах;
- удобство учета недоимок и переплат;
- автоматизация процесса.

Развивается цифровизация налогового контроля, существуют автоматизированные информационные системы: АИС «Налог-3», АСК НДС-3. АИС «Налог-3» постоянно модернизируется и применяется для осуществления налоговых проверок, автоматизированная система контроля НДС контролирует возмещение НДС и предупреждает незаконные налоговые вычеты [1].

В условиях цифровизации возникают новые финансовые инструменты, определенные проблемы и трудности, для решения которых необходимо дальнейшее развитие информационных технологий в том числе в налоговом администрировании [5]. В частности, в Российском законодательстве не закреплены понятия, касаемые криптовалют. Нормативной базой для налогового контроля за такого рода налогоплательщиками являются письма ФНС или Министерства финансов РФ. В условиях динамично развивающейся цифровой экономики необходимо детальное рассмотрение и установление в

Кодексах (Налоговый кодекс, Гражданский кодекс) прав, обязанностей и системы контроля за данной сферой деятельности.

Заключение. Таким образом, в условиях цифровизации экономики, налоговые органы выполняют задачу по освоению информационных технологий, а также по обеспечению защиты данных.

По итогам исследования выявлены такие проблемы в налоговом администрировании, как отставание законодательной базы от современных тенденций в электронном бизнесе. Включение регулирования оборота новейших финансовых инструментов в законодательную базу должно стать перспективным направлением для развития налоговой системы на ближайшие годы.

Увеличение налоговых платежей, выход налогоплательщиков из теневого сектора – это результаты развития цифровизации налогообложения. В ближайшее десятилетие налоговые органы будут ещё более осведомлёнными об организациях и физических лицах, что повысит уровень исполнения ими налоговых обязанностей. Такими темпами, экономика России приближается к прозрачной.

Список литературы

1. Корзоватых, Ж. М. Развитие инновационных инструментов налогового администрирования в Российской Федерации / Ж. М. Корзоватых, Н. Г. Морозова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2021. – № 10(456). – 242 с. – С. 145-155. – DOI 10.47475/1994-2796-2021-11015.
2. Морозова, Н. Г. Инновационные инструменты налогового администрирования в России / Н. Г. Морозова, Ж. М. Корзоватых // Вестник университета. – 2022. – № 4. – С. 122-129. – DOI 10.26425/1816-4277-2022-4-122-129.
3. Налоги и налогообложение : Учебник и практикум / Д. Г. Черник, Ю. Д. Шмелев, М. В. Карп [и др.]. – 6-е изд., пер. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 483 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14806-0. – EDN MCYVEL.
4. Разработка стратегии развития учета, аудита, налогообложения и финансовой отчетности в условиях глобализации экономики / Т. М. Рогуленко, М. В. Карп, О. А. Агеева [и др.]. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2022. – 252 с. – ISBN 978-5-4365-9466-8. – EDN DRMJMV.
5. Drivers of Better Business Performance in the Digital Economy / S. V. Shkodinsky, V. S. Osipov, N. G. Morozova [et al.] // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2021. – Vol. 280. – P. 256-268. – DOI 10.1007/978-3-030-80485-5_32. – EDN SIPLVM.

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АУДИТА ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ

Панкова М.М., канд. экон. наук, доц., *Сырыцина А.С.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
pankova.pmm@donnu.ru

Введение. Актуальность темы исследования заключается в том, что в условиях развития международных хозяйственных связей и отношений возрастает потребность всех уровней управления в своевременной и достоверной информации о финансовых активах предприятия. Хозяйствующие субъекты в условиях рынка на основе договорных отношений строят связи по использованию имущества, денежных средств, проведению коммерческих операций и инвестиций. Доверительность этих отношений должна подкрепляться возможностью для всех участников сделок получить и использовать достоверную, полную финансовую информацию. Достоверность информации подтверждается независимым аудитором. Отметим, что проблема аудита финансовых активов недостаточно изучена в отечественной и зарубежной научной литературе. Ей посвятили свои труды: С.М. Бычкова, Е.Ю. Итыгилова, М.Е. Грачева, Д.А. Ендовицкий, Б.Т. Жарылгасова, Т.А. Гринь и др.

Основная часть. С развитием аудита все большее внимание уделяется вопросам понимания деятельности проверяемого субъекта и активизации контактов аудиторов с руководством проверяемого субъекта. Этим вопросам посвящены правила (стандарты) аудиторской деятельности «Понимание деятельности экономического субъекта» и «Общение с руководством экономического субъекта».

Для понимания деятельности экономического субъекта аудитор должен получить представление обо всех областях его деятельности, выявить соотношение основной, инвестиционной и прочей, в том числе финансовой деятельности. Наиболее полное знакомство с деятельностью проверяемого субъекта предполагает, что аудитор получает большой объем информации, причем не только бухгалтерской. Знание и понимание экономического содержания деятельности проверяемого субъекта предполагает владение не только информацией о нем, но и знание общеэкономической ситуации в стране, регионе, представление о внешних связях предприятия (партнерстве), его конкурентах и клиентах. Таким образом, обоснованный вывод о достоверности отчетности предполагает комплексную оценку результатов финансово-хозяйственной деятельности за проверяемый период и прогноз на ближайшую перспективу.

В рамках аудита операций с финансовыми активами аудитор не только рассматривает денежные документы предприятия, но и работу его бухгалтерского и финансового подразделений. Он одновременно контролирует соблюдение предприятиями нормативных положений Центрального банка по обращению с денежными знаками.

Актуальным вопросом является проблема стандартизации аудиторской деятельности в современных условиях, в частности, последние изменения в международных стандартах аудита, на основании которых должны разрабатываться национальные стандарты, а также адаптация международных стандартов аудита.

Немаловажной проблемой аудита финансовых активов является искажение бухгалтерской отчетности. Искажению реального положения предприятия в его финансовой отчетности способствует неправильное определение таких понятий, как «активы», «обязательства» и «капитал». В результате в составе активов предприятия представляют объекты, неспособные приносить экономические выгоды, например, перепродаваемую связанным сторонам нереальную к получению дебиторскую задолженность, дебиторскую задолженность по периодически предъявляемым к взысканию исполнительным листам по прекращенному исполнительному производству.

Для совершенствования проведения аудита финансовых активов начиная разработку общего плана и программы аудита необходимо использовать предварительные знания об экономическом субъекте, а также результаты проведенных аналитических процедур.

В современных условиях аудиторские организации чаще используют в процессе проверок компьютерные информационные технологии. Анализ применения компьютерных технологий в аудиторской практике свидетельствует, что в первую очередь программные средства стали использоваться для обобщения нормативно-справочных данных и для снижения трудоемкости аналитических процедур.

Программно-аппаратный комплекс предназначен для решения полного цикла задач по проведению аудиторской проверки финансово-хозяйственной деятельности предприятия и организации от этапа подготовки и планирования аудита до этапа формирования аудиторского заключения.

Комплекс предлагает оригинальную методику проведения общего аудита с помощью приведенных вопросов и ответов (их более двух тысяч), а также документов, используемых при общем аудите и соответствующих действующим аудиторским стандартам.

Таким образом, в программно-аппаратном комплексе реализованы функции автоматизации и стандартизации основных базовых функций аудита, а именно: проведения аудиторских процедур при ответах на специально разработанные вопросы; составления итоговых документов,

позволяющих формировать заключения по разделам аудита, причем, в комплексе предусмотрена автоматическая генерация аудиторской документации: бланков, программ аудита, официальных писем и другой письменной информации по подготовке к аудиту и по результатам аудита, вариантов аудиторских заключений, в которых содержатся все необходимые реквизиты, рекомендованные стандартами аудиторской деятельности.

Заключение. Постановка системы аудита финансовых активов и системы внутреннего контроля на предприятии – очень трудновыполнимая задача. Этот процесс требует постоянного совершенствования и развития, несмотря на то, что он является наиболее трудоемким видом аудиторской проверки.

Организация и совершенствование системы финансового аудита на предприятии требует не только внутренних усилий менеджмента предприятия, но и инвестиций. Однако, отметим, что совершенно точно, эффект от внедрения системы учета и проведения систематического аудита финансовых активов и финансового состояния предприятия положительно скажется на результатах его финансово-экономической деятельности.

Список литературы

1. Ефимов О.В. Оборотные активы организации и их анализ / О.В. Ефимов // Бухгалтерский учет. 2015. – №19. – С.72-78.
2. Миргородская, Т.В. Аудит (Бакалавриат и магистратура) / Т.В. Миргородская. – М.: КноРус, 2014 – 312 с.
3. Останина Е.В. Международные стандарты аудита / Е.В. Останина. – Кемерово: КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2012. – 231 с.
4. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет и аудит. Современная теория и практика / Я.В. Соколов, Т.О. Терентьева. – М.: Экономика, 2009. – 440 с.
5. Терехов А.А. Аудит: перспективы развития / А.А. Терехов. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 560 с.

УДК 657

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УЧЕТА В БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Пискунова Н.В., канд. экон. наук, доц., **Орлов П.Р.**
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
piskunova.pnv@donnu.ru

Актуальность. Субъекты в бюджетной сфере отстают от технического прогресса и развития современных информационных технологий, что связано в первую очередь с наличием проблем экономического, информационно-правового и организационно-технического характера. Большинство бюджетных учреждений

продолжают использовать ручную или частично автоматизированную форму ведения бухгалтерского учета.

Вопросы теоретического характера о процессе автоматизации бюджетного учета являются весьма актуальными и находятся в центре исследования таких ученых, как Хорунжак Н.М., П.М. Годме, М.В. Гончаренко, А.А. Дегтярь, А.С. Лесная и других. Однако проведенные исследования недостаточно освещают последовательность и составляющие процесса автоматизации бюджетного учета в бюджетных учреждениях. Целью исследования является обоснование необходимости внедрения эффективного программного продукта для автоматизации бюджетного учета каждой бюджетной организации.

Основная часть. Для обеспечения эффективного процесса автоматизации бюджетного учета каждой организации необходимо комплексно анализировать основные характеристики оценки эффективности программных продуктов для автоматизации учета в бюджетных учреждениях, а именно:

- технические характеристики программы, в частности: скорость обработки информации и решения поставленных задач, возможность редактирования типовых форм, форм отчетности, в соответствии с изменениями законодательной базы, обеспечение обмена информацией между структурными подразделениями предприятия и защиты информации, возможность перехода к новой версии программы с обеспечением целостной интеграции данных;

- коммерческие характеристики – приемлемая цена программного средства, наличие документации, возможности после реализационной технической поддержки (сопровождение программного обеспечения), проведение обучения персонала, предоставление консультационных услуг;

- эргономические характеристики, среди которых: удобство работы пользователя с программой (интерфейс программы), реализация возможности одновременной работы с несколькими документами и т.д. [1, 2].

Одним из требований к ведению бухгалтерского учета, особенно в бюджетных учреждениях, является получение систематической, достоверной информации, что возможно только при внедрении новейших знаний – информационных систем автоматизированного учета [3].

Для автоматизации учета главных средств применяют ряд программ. Отметим их основные черты. Программный продукт «Парус-Бюджет» включает в себя обеспечение ведения всех учетных регистров согласно требованиям законодательства. Интеграция с другими модулями системы позволяет главному бухгалтеру бюджетного учреждения, получить комплексное информационное обеспечение, как по главному учреждению, так и по подведомственным учреждениям и филиалам.

Программный продукт «1С: Предприятие 8. Бухгалтерия для бюджетных учреждений» включает технологическую платформу «1С:

Предприятие 8» и прикладное решение (конфигурацию) «Бухгалтерия для бюджетных учреждений». Предназначен для автоматизации бухгалтерского учета бюджетных учреждений, финансируемых за счет средств бюджетов всех уровней и ведущих учет по Плану счетов бюджетного учета.

Отметим, что на региональном рынке информационных технологий также представлены программные продукты по автоматизации бухгалтерского учета в бюджетном секторе различных фирм-производителей, в частности: «СофтТАКСИ» (X-DOOR), «АБ-Система» («Офис-2000»), «Импакт» («Акцент-Бухгалтерия»), «Баланс-Клуб» (SoNet), «ТРАСКОсофт» (Trade Manager), GMS (Office Tools), Глобал Аудит («Quasi+Бухгалтерия») и т.д.

Рассмотрим в качестве примера программное обеспечение «Парус-бюджет и операцию по приобретению и учету основных средств.

Так, «Парус-Бюджет» является комплексной системой автоматизации учетных задач для бюджетных учреждений. Эта система разработана в соответствии с требованиями бюджетной классификации и учитывает последние изменения в ведении бухгалтерского учета, определенные действующим законодательством и методологией бухгалтерского учета в бюджетной сфере.

Важна также компьютеризация учета основных средств, которая может осуществляться, например, с помощью программы «Парус-Бюджет». Система «Парус-Бюджет» может иметь разные конфигурации, определяющие ее функциональные возможности. Базовый комплект представляет собой минимальный функциональный набор системы и позволяет вести учет основных средств и нематериальных активов, производить переоценку и расчет износа по ним. Использование информационных систем для автоматизации обработки учетной информации позволяет проводить анализ бухгалтерских данных, решает проблему точности и оперативности информации, повышает производительность труда бухгалтеров, существенно улучшает организацию процесса обработки информации. Но бюджетные учреждения не всегда в полной мере используют возможности информационной технологии.

Бюджетные учреждения, которые оприходуют основные средства по общему фонду, а также бюджетные учреждения – неплательщики НДС, приходящие основные средства по специальному фонду, отражают хозяйственные операции по приобретению таких активов в системе «Парус-Бюджет». Основной учетный раздел, предназначенный для ведения операций с основными средствами, это Инвентарная картотека. Прежде чем начать работу бухгалтера, настраивают словари. По всем счетам, задействованным в учете основных средств, в системе на первом

уровне аналитических счетов предусмотрен словарь с кодами КОСГУ – классификации операций сектора государственного управления. Процесс поступления основных средств разделяют на две хозяйственные операции – приобретение основных средств и их оприходование. Следовательно, в систему заносят два образца хозяйственных операций.

В образцах хозяйственных операций по обработке первичных документов используют определенные формулы. На панели программы спецификации добавляют проведение образца «Приобретение основных средств» согласно Типовой корреспонденции субсчетов бухгалтерского учета для бюджетных учреждений.

После сохранения хозяйственной операции в системе, информацию о капитальных инвестициях в основные средства можно увидеть в различных учетных регистрах, а именно: Оборотные ведомости/Движение средств по счетам, Движение материальных ценностей, Отчеты/Мемориальный ордер № 17, Ведомости аналитического учета и т.д. У систем существует журнал предварительной подготовки хозяйственных операций. В современных компьютерных программах бухгалтерского учета допускается использование от 3 до 5 разрезов аналитического учета по каждому синтетическому счету. Это позволяет организовать ведение аналитического учета в соответствии с требованиями утвержденного плана счетов и получать всю необходимую отчетную информацию с необходимым уровнем детализации, однако не исключает построения аналитического учета и по глубокому иерархическому принципу. В этой связи разработчики программного обеспечения также в целом придерживаются концепции, предусматривающей строгое ограничение использования субсчетов и номенклатуры аналитических счетов [4].

«Парус-Бюджет» является системой, которая обеспечивает совместную работу большого количества пользователей в вычислительной сети. Каждый пользователь может воспользоваться любой информацией, к которой он имеет право доступа для выполнения своих служебных обязанностей независимо от того, где и кем данная информация была внесена в сеть.

Заключение. Однако заметим, что достижение желаемого результата возможно только при высоком уровне качества программного обеспечения для автоматизации бюджетного учета, что обуславливает необходимость адекватного обоснования, учета и обязательного соблюдения компаниями-производителями следующих основных требований:

- разработка программы для автоматизации системы бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях, использование которой позволяет повысить уровень качества учетного процесса и эффективности деятельности учреждения;

- обеспечение перманентного усовершенствования существующих программных продуктов с учетом последних изменений методологии бюджетного учета и оперативного реагирования на изменения законодательства;

- реализация возможности корректировки учетными работниками системы базовых настроек (конфигуратора) программного продукта в соответствии с особенностями деятельности конкретного бюджетного учреждения.

Современный региональный рынок IT продукции страдает в основном от такой проблемы, как дороговизна программного обеспечения, из-за чего большое количество организаций пользуются демонстративными версиями программ или альтернативной низкокачественной продукцией, что является очень негативным фактором.

Список литературы

1. Токарев И. Н. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях. – Москва: ИД ФБК – ПРЕСС, 2013. – 503 с.
2. Хорунжак Н. М. Проблемы и перспективы компьютеризации учета в бюджетных учреждениях [Текст] / Н. М. Хорунжак, С. В. Сысюк // Экономика и регион. – 2009. – № 1 (20). – С. 142-146.
3. Цалко Ю.С. Финансовый анализ: учебник [Текст] / Ю. С. Цалко, Ю. Ю. Мороз, Л. А. Сулименко; Житомир. нац. агроэкон. ун-т. - 5-ое изд., доп. – Житомир: Рута, 2012. – 608 с.
4. Шара Е. Ю. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях и организациях [Текст]: учеб. пособ. / Е. Ю. Шара, О. М. Андриенко, Л. И. Жидеева. – Киев: Центр учебной л-ры, 2011. – 440 с.

УДК 657

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ СПРАВЕДЛИВОЙ СТОИМОСТИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТНОСТИ ПО МСФО В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Салихова И.С., д-р экон. наук, проф.

ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Москва, РФ
irinasalikhova@yandex.ru

Введение. Несмотря на проблемы, обусловленные санкциями, многие компании продолжают формировать отчетность по МСФО. Обеспечивая интересы как существующих, так и потенциальных инвесторов в объективной информации об отчитывающейся компании, отчетность, составленная по МСФО, способствует расширению

экономических связей. Можно выделить две причины, по которым компании составляют отчетность по международным стандартам: во-первых, требования российского законодательства; во-вторых, желание собственников получать отчетность, которая реально отображает результаты хозяйственной деятельности организации.

Основная часть. Учитывая сложности, возникающие в текущей ситуации при формировании отчетности по МСФО, специалисты аудиторской компании «Финансовые и бухгалтерские консультанты» дали некоторые рекомендации по формированию отдельных статей баланса, указанные в таблице 1.

Таблица 1

Применяемые МСФО к отдельным статьям баланса под влиянием текущей геополитической ситуации [1]

Статья баланса	МСФО	Влияние текущей ситуации
Активы		
Денежные средства и их эквиваленты	МСФО (IAS) 1, п.66(d)	По денежным средствам учитывается ликвидность для возможности отнесения к статье «Денежные средства и эквиваленты» и риск места хранения при формировании резерва.
Средства в финансовых учреждениях		
Ценные бумаги	МСФО (IFRS) 13, п.61-66; МСФО (IFRS) 9, п.5.5, п.5.4.3	Изменение методов оценки справедливой стоимости при отсутствии активного рынка. Учет рисков места хранения при формировании резерва. Возможна переоценка потоков в связи модификацией из-за изменения ставок.
Кредиты и авансы клиентам	МСФО (IFRS) 9, п.5.5, п.5.4.3	Учет макроэкономических показателей и прочих дополнительных рисков при формировании резерва. Возможна переоценка потоков в связи модификацией из-за изменения ставок.
Основные средства	МСФО (IAS) 16, п.6., п. 34 МСФО (IAS) 36, п.30	Переоценка основных средств. Пересмотр возмещаемой суммы (ценности использования) и ликвидационной стоимости.
Обязательства		
Выпущенные долговые обязательства	МСФО (IFRS) 9, п.3.3.2, п. B3.3.6	Возможна переоценка потоков в связи модификацией из-за изменения ставок.
Прочие заемные средства		
Гиперинфляция	МСФО (IAS) 29	Не применимо

Вопрос определения и раскрытия информации о справедливой стоимости в отчетности в условиях санкций является весьма актуальным, так как многие активы и обязательства компании оцениваются по МСФО (IFRS) 13 [2]. В ряде случаев потребуются изменить методы оценки активов и обязательств, а также пересмотреть уровни оценки справедливой стоимости.

В соответствии с Приложением А (определения) к МСФО (IFRS) 13 для оценки справедливой стоимости используются: активный рынок (первый уровень), наблюдаемые (второй уровень) и ненаблюдаемые (третий уровень) исходные данные. Понятие «активного рынка» предполагает обращение финансового инструмента на рынке (п. 68, п.В34) – биржевой рынок, дилерский рынок, брокерский рынок. Принудительное закрытие биржи или принудительное ограничение обращения инструментов не являются «неактивным» рынком, это отсутствие рынка как такового или обращение на нерыночных условиях. Таким образом, инструменты, не обращающиеся на бирже ввиду принудительных ограничений или обращающиеся с установленными ограничениями, должны оцениваться по «ненаблюдаемым исходным данным», для которых недоступна рыночная информация [1].

При необходимости компании рекомендуется доработать внутреннюю методику оценки справедливой стоимости относительно текущей ситуации. Также необходимо раскрыть информацию об изменениях в применяемых исходных данных и допущениях в финансовой отчетности.

Используя иерархию справедливой стоимости, которая определена в п.72-89 Приложения А (определения) МСФО (IFRS) 13 к первому уровню (ценовые котировки (некорректируемые) активных рынков) будут отнесены оценки ограниченного списка инструментов, обращающихся на бирже, если организация имеет доступ к торгам и может заключать сделки. Оценка по второму уровню (прямо или косвенно наблюдаемые данные) вероятнее будет сведена к третьему уровню (ненаблюдаемые исходные данные) из-за значительного использования ненаблюдаемых данных. Предполагается, что третий уровень с оценкой по доходному методу будет в текущий момент времени основным.

При использовании доходного метода (дисконтирования) при определении справедливой стоимости должна определяться расчетная оценка будущих денежных потоков (график ожидаемых поступлений/выплат) (п. В13 Приложения А). В качестве ставки дисконтирования применяется текущая безрисковая ставка, соответствующая инструменту по валюте, виду, сроку обращения (п. В14). Полученная приведенная стоимость сравнивается с балансовой стоимостью и определяется результат переоценки (корректировки) стоимости инструмента.

Межведомственная рабочая группа по применению МСФО в составе Минфина России отметила, что «для финансовых инструментов, обращающихся на финансовых рынках, наблюдаемые цены на отчетную дату отражают позицию участников рынков и должны использоваться для оценки справедливой стоимости, несмотря на повышенную волатильность

этих рынков. Повышенная волатильность финансовых рынков также оказывает косвенное влияние, если метод определения справедливой стоимости предусматривает использование данных волатильных рынков в качестве предпосылок оценки. Кроме того, кредитный риск, который учитывается в качестве одной из предпосылок при определении справедливой стоимости долговых финансовых инструментов, мог возрасти, в частности, из-за введения экономических санкций» [3]. Данная ситуация осложняет определение справедливой стоимости финансовых инструментов, но не отменяет требования МСФО к их учету по справедливой стоимости. В этой связи также следует, что может увеличиться количество финансовых инструментов, оцениваемых по третьему уровню иерархии справедливой стоимости, что приведет к увеличению объема раскрываемой информации.

Заключение. Несмотря на сложности при формировании отчетности по МСФО, на сегодняшний день данный вопрос не теряет своей актуальности. Пользователи отчетности не замыкаются на инвесторах европейских стран и США. Азиатский рынок и рынок Южной Америки остаются по-прежнему открытыми для российских компаний, что обуславливает необходимость формирования отчетности по международным стандартам. С информационной точки зрения такая отчетность является универсальной, позволяет получить более полную и прозрачную картину для анализа финансового состояния компании и оценки рентабельности бизнеса.

Список литературы

1. МСФО в текущих условиях // ФБК. – URL: fbk.ru
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 13 "Оценка справедливой стоимости". – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193740/
3. Рабочая группа по МСФО при Минфине рассказала, как сейчас оценивать справедливую стоимость финансовых инструментов // МСФО на практике. – № 4. – 2022. – URL: <https://msfo-practice.ru/967485>

МЕТОДИКА ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА ВАЛОВОЙ ПРИБЫЛИ

Сердюк В.Н.¹, д-р экон. наук, проф.,
Родионов А.В.², д-р экон. наук, проф.

¹ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

²ГОУ ВПО «Луганский государственный университет имени В. Даля», г. Луганск, РФ
serdiuk.svm@donnu.ru

Введение. Прибыль является основным показателем эффективности работы предприятия, а поскольку наибольшее влияние на ее формирование оказывает валовой финансовый результат, необходим анализ факторов, вызвавших его изменение.

Основная часть. Факторный анализ валовой прибыли предполагает наличие соответствующей информационной базы, которая формируется на основе данных бухгалтерского учета: физический объем, цена и себестоимость единицы продукции, работ, услуг (табл. 1).

Таблица 1

Исходные данные для факторного анализа валовой прибыли

Наименование продукции	Базисный период			Отчетный период		
	Объем продукции, т (q ₀)	Себестои- мость 1 т, руб. (z ₀)	Цена 1 т, руб. (p ₀)	Объем продук- ции, т. (q ₁)	Себесто- имость 1т, руб. (z ₁)	Цена 1 т, руб. (p ₁)
1	2	3	4	5	6	7
А	680,8	641,7	843,6	648,3	685,1	906,6
Б	271,7	633,4	959,6	421,5	710,2	1000,0
В	77,6	937,6	1345,8	69,1	971,9	1348,3
Г	10,4	633,4	985,7	12,5	633,4	990,0
Д	1,5	643,0	875	1,6	673,4	882,8
Е	1,2	97,9	166,7	1,0	105,2	180,4
Ж	300,1	94,3	225,6	240,2	124,5	282,2
З	173,3	91,2	258,4	185,6	114,6	278,3
И	40,2	118,9	166,7	8,6	106,4	166,7
Итого	1556,8	х	х	1588,4	х	х

Для дальнейшего анализа необходимо определить:

- 1) выручку от реализации всей продукции;
- 2) себестоимость всей реализованной продукции;
- 3) скорректированные данные – физический объем реализации за отчетный период по цене и себестоимости базисного периода.

В результате этих расчетов (табл. 2) таблица исходных данных для факторного анализа валовой прибыли приобретает следующий вид (табл. 3).

Таблица 2

Скорректированные исходные данные для факторного анализа валовой прибыли

Наименование продукции	Базисный период					Отчетный период					Скорректированные	
	Объем продукции, т q_0	Себестоимость 1 т, руб. z_0	Цена 1 т, руб. p_0	Выручка от реализации продукции, тыс. руб. $\sum_{i=1}^n p_{0_i} \times q_{0_i}$	Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. $\sum_{i=1}^n z_{0_i} \times q_{0_i}$	Объем продукции, т. q_1	Себестоимость 1 т, руб. z_1	Цена 1 т, руб. p_1	Выручка от реализации продукции, тыс. руб. $\sum_{i=1}^n p_{1_i} \times q_{1_i}$	Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. $\sum_{i=1}^n z_{1_i} \times q_{1_i}$	Выручка от реализации продукции, тыс. руб. $\sum_{i=1}^n p_{0_i} \times q_{1_i}$	Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. $\sum_{i=1}^n z_{0_i} \times q_{1_i}$
1	2	3	4	5 (к.2 × к.4 : 1000)	6 (к.2 × к.3 : 1000)	7	8	9	10 (к.7 × к.9 : 1000)	11 (к.7 × к.8 : 1000)	12 (к.4 × к.7)	13 (к.3 × к.7)
А	680,8	641,7	843,6	574,3	436,9	648,3	685,1	906,6	587,7	444,2	546,9	416,0
Б	271,7	633,4	959,6	260,7	172,1	421,5	710,2	1000,0	421,5	299,3	404,5	267,0
В	77,6	937,6	1345,8	104,4	72,8	69,1	971,9	1348,3	93,2	67,2	93,0	64,8
Г	10,4	633,4	985,7	10,3	6,6	12,5	633,4	990,0	12,4	7,9	12,3	7,9
Д	1,5	643,0	875	1,3	1,0	1,6	673,4	882,8	1,4	1,1	1,4	1,0
Е	1,2	97,9	166,7	0,2	0,1	1,0	105,2	180,4	0,2	0,1	0,2	0,1
Ж	300,1	94,3	225,6	67,7	28,3	240,2	124,5	282,2	67,8	29,9	54,2	22,7
З	173,3	91,2	258,4	44,8	15,8	185,6	114,6	278,3	51,7	21,3	48,0	16,9
И	40,2	118,9	166,7	6,7	4,8	8,6	106,4	166,7	1,4	0,9	1,4	1,0
Итого	1556,8	х	х	1070,4	738,4	1588,4	х	х	1237,3	871,9	1161,9	797,4

Таблица 3

Обобщенные данные для факторного анализа валовой прибыли (тыс. руб.)

Показатели	Базисный период	Скорректированные данные	Отчетный период
1	2	3	4
1. Выручка от реализации продукции	1070,4	1161,9	1237,3
2. Себестоимость реализованной продукции	738,4	797,4	871,9
3. Валовая прибыль (убыток) (п.1 – п.2)	332,0	364,5	365,4

Валовая прибыль за отчетный период возросла на 33,4 тыс. руб. (365,4 тыс. руб. – 332,0 тыс. руб.). Способ абсолютных разниц дает возможность определить степень влияния на это изменение следующих основных факторов:

1) изменение физического объема:

$$\left(\sum_{i=1}^n p_{oi} x q_{oi} - \sum_{i=1}^n z_{oi} x q_{oi}\right) x (J_q - 1) = 332,0 \times (1161,9 : 1070,4 - 1) = 332,0 \times (1,085 - 1) = 332,0 \times 0,085 = +28,2 \text{ тыс. руб.}$$

2) структурные сдвиги:

$$\left(\sum_{i=1}^n p_{li} x q_{li} - \sum_{i=1}^n z_{li} x q_{li}\right) - \left(\sum_{i=1}^n p_{oi} x q_{li} - \sum_{i=1}^n z_{oi} x q_{li}\right) - \left(\sum_{i=1}^n p_{oi} x q_{oi} - \sum_{i=1}^n z_{oi} x q_{oi}\right) x (J_q - 1) = (364,5 - 332,0) - 28,2 = 32,5 - 28,2 = +4,3 \text{ тыс. руб.}$$

3) изменение себестоимости:

$$\sum_{i=1}^n z_{li} x q_{li} - \sum_{i=1}^n z_{oi} x q_{li} = -(871,9 - 797,4) = -74,5 \text{ тыс. руб.}$$

4) изменение отпускных цен:

$$\sum_{i=1}^n (p_{lj} - p_{oi}) x q_{li} = +(1237,3 - 1161,9) = +75,4 \text{ тыс. руб.}$$

Баланс отклонений: $+28,2 + 4,3 + (-74,5) + 75,4 = +33,4$ тыс. руб.

Для большей наглядности факторный анализ валовой прибыли целесообразно проводить с помощью способа цепных подстановок (табл. 4).

Далее необходимо оценить влияние на валовую прибыль факторов второго порядка (при соответствующих управленческих запросах – третьего, четвертого):

факторы второго порядка: изменение объема выпуска (продажи) i -го вида продукции в физических единицах; изменение себестоимости i -го вида продукции;

факторы третьего порядка: изменение объема выпуска (продажи) из-за улучшения (ухудшения) качества продукции i -го вида; изменение объема выпуска (продажи) в связи с изменением рынков сбыта; изменение суммы постоянных затрат, отнесенной на i -ый вид продукции; изменение уровня удельных переменных затрат (суммы переменных затрат на единицу i -го вида продукции);

Таблица 4

Факторный анализ валовой прибыли способом цепных подстановок

№ подстановки	Частные показатели валовой прибыли				Обобщающий показатель – валовая прибыль, тыс. руб.	Размер влияния, тыс. руб.	Название фактора
	Физический объем	Структура реализованной продукции	Себестоимость реализованной продукции	Отпускные цены			
1	2	3	4	5	6	7	8
0	Б	Б	Б	Б	$B = 332,0$	$P1 - B = 360,2 - 332,0 = +28,2$	Изменение физического объема
1	Ф	Б	Б	Б	$P1 = B \times \text{индекс физического объема} = 332,0 \times (1161,9 : 1070,4) = 360,2$		
2	Ф	Ф	Б	Б	$P2 = 364,5$	$P2 - P1 = 364,5 - 360,2 = +4,3$	Структурные сдвиги
3	Ф	Ф	Ф	Б	$P3 = \text{скорректированная выручка - фактическая себестоимость реализованной продукции} = 1161,9 - 871,9 = 290,0$	$P3 - P2 = -290,0 - 364,5 = -74,5$	Изменение себестоимости реализованной продукции
4	Ф	Ф	Ф	Ф	$\Phi = 365,4$	$\Phi - P3 = 365,4 - 290,0 = +75,4$	Изменение отпускных цен
Балансовая проверка = $\Phi - B = 365,4 - 332,0 = +33,4$					Итого	+33,4	

факторы четвертого порядка: фактор норм (изменение норм расхода материалов, норм выработки и т.д.); фактор цен (изменение цен на потребляемые материалы, тарифных ставок, сдельных расценок, тарифов на услуги сторонних организаций, производственной себестоимости или трансфертной цены на товары, работы, услуги собственных подразделений).

Заключение. Представленная методика проведения факторного анализа валовой прибыли позволит руководящим работникам принимать обоснованные управленческие решения, связанные с повышением эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Удовикова А.А., канд. экон. наук, доц.

Старооскольский филиал ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», г. Старый Оскол, РФ
e-mail: udovikova@yandex.ru

Введение. В ходе осуществления финансово-хозяйственной деятельности производственные предприятия большое внимание уделяют правильной организации и использованию финансов. Для обеспечения эффективного управления организацией в настоящее время необходимо иметь определенные знания о ее прошлом и текущем состоянии. Благодаря использованию достоверной и более полной информации о финансово-коммерческой деятельности предприятия субъекты экономики принимают определенные управленческие решения, разрабатывают комплекс мероприятий для обеспечения развития и процветания предприятия в будущем. Своевременный анализ показателей ликвидности и платежеспособности экономического субъекта дает возможность избегать многих кризисных экономических ситуаций, повышает заинтересованность внешних контрагентов для личного инвестирования ресурсов в активы предприятия, так как чем выше уровни исследуемых финансовых параметров, тем большая вероятность своевременного погашения текущих обязательств.

Основная часть. Важнейшими характеристиками финансовой деятельности хозяйствующих субъектов являются их ликвидность и платежеспособность. Производственное предприятие, обладающее хорошим уровнем платежеспособности, способно высоколиквидными денежными ресурсами и оборотными активами в установленные сроки расплачиваться по своим платежным обязательствам [1].

Анализ ликвидности и платежеспособности предполагает:

- анализ ликвидности бухгалтерского баланса, а именно с анализа имущества и источников его формирования;
- расчет относительных показателей (коэффициентов, которые характеризуют ликвидность (платежеспособность) предприятия). Коэффициентный анализ является наиболее распространенным, однако при анализе показателей ликвидности не стоит забывать об отраслевых особенностях, и не делать сто процентный упор на нормативные значения, поскольку данные значения являются усредненными и не могут отразить действительность ликвидности компаний во всех отраслях.

Понятия показателей ликвидности и платежеспособности близки, но ликвидность является более узким. Платежеспособность предприятия зависит от степени ликвидности. С одной стороны, ликвидность можно рассматривать как способ поддержания платежеспособности предприятия. Но с другой стороны, чем выше платежеспособность предприятия, тем ему легче поддерживать ликвидность, ведь платежеспособное предприятие более привлекательно для инвесторов и кредиторов.

Сущность платежеспособности представим схематично (рис. 1).

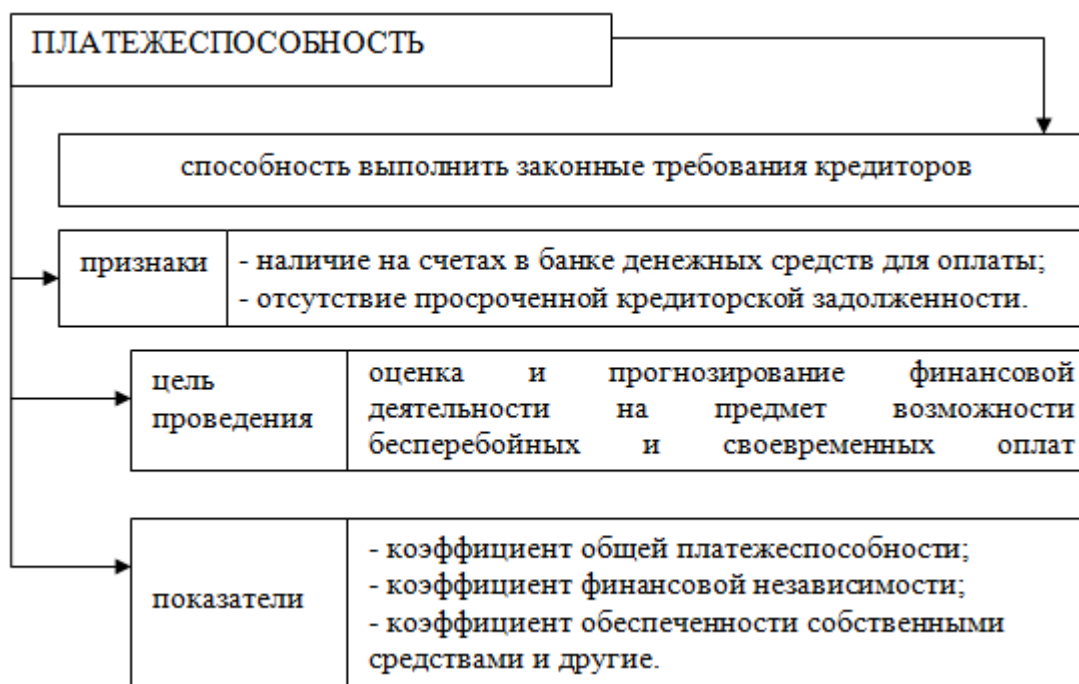


Рис. 1. Анализ платежеспособности

Таким образом, если у предприятия имеются свободные денежные средства, которых достаточно для погашения обязательств, имеющих у компании, то его можно считать платежеспособным.

Типы платежеспособности предприятия можно определить различными методами.

Первый из них – коэффициент фиксированных затрат на покрытие, который показывает, может ли организация оплатить постоянные издержки. Основная задача при повышении уровня платежеспособности предприятия – добиться изменения структуры капитала предприятия в пользу собственного, то есть увеличить объем собственного капитала или снизить объем заемного капитала за счет имеющихся резервов.

Второй метод, предложенный Н.Т. Сайлаубековым и Г.Д. Жумановой, предполагает изучение соотношения между уровнем оборотного капитала и доходностью предприятия. Авторы также указывают, что есть позитивная связь между ликвидностью и доходностью. Она может быть объяснена тем, что предприятия

используют, в первую очередь, сумму внутренних произведенных ресурсов прежде, чем искать внешние ресурсы, особенно в случае ликвидности, когда предприятия испытывают затруднения в получении внешнего финансирования [2].

Эмпирические результаты показывают, что самые значительные показатели платежеспособности – чистая доходность капитала, наличное отношение, коэффициент ликвидности, текущая ликвидность, чистый оборотный капитал, отношение RE/TA, текущий коэффициент долговой нагрузки, финансовый коэффициент долговой нагрузки и товарооборот оборотных активов. На их основе проводится анализ платежеспособности предприятия и руководством может быть принято решение о будущем дефолте предприятия.

Отдельно, при анализе платежеспособности предприятия, необходимо выделить зависимость между наличностью и платежеспособностью поскольку наличные деньги представляют определенную степень ликвидности, необходимо проводить анализ ликвидности предприятий в зависимости от показателя уровня наличных средств у предприятия.

Заключение. Таким образом, для того, чтобы добиться повышения платежеспособности предприятия, необходимо сделать акцент на изменении структуры активов в пользу высоколиквидных: реализация имеющихся запасов внеоборотных активов и основных средств. Приоритет, в данном случае, должен отдаваться высоколиквидным активам. Для улучшения значений коэффициентов ликвидности необходимо сокращать запасы готовой продукции, хранящейся на складах и объем дебиторской задолженности. Также можно снизить объем краткосрочной задолженности предприятия (так как коэффициенты ликвидности рассчитываются, исходя из оборотных средств и краткосрочной задолженности, такая мера позволит увеличить значения коэффициентов). Данные меры позволят предприятию привлечь дополнительные инвестиции, подкрепленные собственными средствами.

Список литературы

1. Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций [Электронный ресурс]: утв. Госкомстатом России 28.11.2002 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142116/ (дата обращения 28.09.2022).
2. Сайлаубеков, Н.Т. Оценка платежеспособности и ликвидности на основе динамического норматива [Текст] / Н.Т. Сайлаубеков, Г.Д. Жуманова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 1-2 (83). – С. 65-69.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АУДИТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ: ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ

Удовикова А.А., канд. экон. наук, доц., **Шторк Е.Е.**

Старооскольский филиал ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», г. Старый Оскол, РФ
udovikova@yandex.ru

Введение. Материальной основой бизнеса выступают основные средства, которые характеризуют производственно-техническую базу экономического субъекта, от них в значительной степени зависят рост производительности труда, объемы выпускаемой продукции, финансовое и имущественное состояние организации. Правильно организованный учёт основных средств позволит избежать предприятию дополнительных расходов по уплате пеней и неустоек за нарушение бухгалтерского и налогового законодательства и дает возможность обеспечить режим экономии, сокращения и ликвидации непроизводительных расходов.

Основная часть. Для подтверждения достоверности информации в системе учета основных средств экономического субъекта проводится аудиторская проверка [1], цели проведения которой, можно увидеть на рисунке 1.

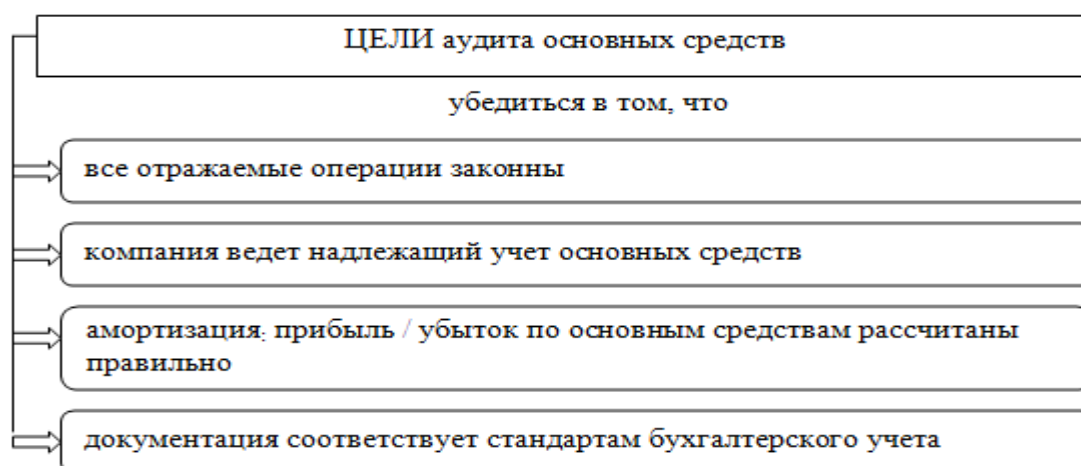


Рис. 1. Цели проведения аудиторской проверки основных средств

Задачи, которые определены аудитором в ходе планирования, следует выполнять следующим образом:

- определение задачи;
- информационная база (первичные документы: инвентаризационные описи, инвентарные карточки учета, товарные накладные, счета фактуры, акты выполненных работ, договоры на передачу в аренду, ссуду, доверительное управление, то есть документы на фактически находящихся в

организации основные средства; учетные регистры, используемые экономическим субъектом для отражения хозяйственных операций и необходимые аудитору при проверке);

- аудиторские процедуры, проводимые аудитором организации или индивидуальным аудитором с целью выражения мнения о достоверности учета для аудируемого сегмента (участка) [2].

Последовательность проведения аудиторских процедур по проверке учета основных средств представим на рисунке 2.



Рис. 2. Последовательность проведения аудиторских процедур по проверке учета основных средств

В процессе аудита экономических субъектов для формирования соответствующих выводов и обоснования мнения о состоянии учета основных средств аудиторы должны получать объективные доказательства об аудируемом объекте. Для получения доказательств аудиторами используются различные методы и процедуры, различные виды тестов. Так, для определения наличия основных средств используется методика пересчета, инвентаризации, встречная проверка и выборочная проверка уровня состояния объектов основных средств; по операциям начисления амортизации проводятся процедуры проверки арифметических расчетов, правильности определения сумм амортизации.

Завершающим этапом аудиторской проверки является процедура составления аудиторского заключения. Аудиторское заключение служит документом, свидетельствующим о финансовом состоянии организации и предназначен для внешних пользователей финансовой отчетности. В аудиторском заключении указываются объект проверки, период проверки. В ней не должна быть отражена информация об имеющихся филиалах и представительствах. В содержании заключения должно быть отражено объективное состояние дел на предприятии, все существенные отклонения, так или иначе определяющие уровень объективности отчетной информации.

При проведении аудита сохранности и наличия основных средств вскрываются проблемы и типичные ошибки, такие как:

1) неверное формирование корреспонденции счетов при отражении в учете предприятия хозяйственных операций, произошедших за проверяемый период;

2) полное или частичное отсутствие первичных документов, в том числе паспортов основных средств, отписывающих их техническое состояние;

3) недостоверное формирование информации о величине арендованного имущества (отсутствие информации на забалансовых счетах);

4) неверно ведется учет сумм начисленной амортизации по ОС и прочие ошибки допускаемые в учетном процессе.

Стоит отметить, что большинство ошибок в учете объекта аудита – основные средства влияют на конечный результат и могут привести к:

- некорректному отражению себестоимости продукции (работ, услуг), а также к неточным расчетам показателей доходности, рентабельности и прибыли;

- искажению сумм налога на прибыль и налога на имущество;

- ошибочному отражению в бухгалтерском балансе соотношения оборотных и основных средств.

Заключение. Таким образом, основные средства являются имуществом, обеспечивающим деятельность экономического субъекта, поэтому их учету и контролю следует уделять пристальное внимание. Для этой цели проводится аудит основных средств. Аудирование системы учета и формирования отчетности позволит экономическому субъекту не только оптимизировать его финансово-хозяйственную деятельность, но и предложить руководству организации мероприятия для роста ее эффективности путём консультирования и информирования, но и свести к минимуму возможность принятия нецелесообразных, невыгодных управленческих решений.

Список литературы

1. Об аудиторской деятельности [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2008 г. №307-ФЗ (в ред. от 30 декабря 2021 г. № 435-ФЗ) // СПС «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/ (дата обращения 22.09.2022).
2. О введении в действие международных стандартов аудита на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: приказ Минфина РФ от 9 января 2019 г. № 2н (в ред. от 9 ноября 2021 г. № 172н) // СПС «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_317185/ (дата обращения 22.09.2022).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПРОВЕДЕНИЮ ВНУТРЕННЕГО И ВНЕШНЕГО АУДИТА ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОГЛАСНО ФСБУ 5/2019 «ЗАПАСЫ»

Чикурова С.С., канд. экон. наук

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,
г. Москва, РФ
CHikurova.SS@rea.ru

Введение. В настоящее время, бухгалтерская (финансовая) отчетность – это не только информация, содержащая показатели об активах и обязательствах компании, но это первоочередной источник, к которому обращаются все заинтересованные пользователи (стейкхолдеры) для принятия соответствующих решений. Правила и требования меняются ежегодно, и в основу этих изменений ложатся изменения на законодательном уровне. Переход на международные принципы и стандарты ведения учета вызвал практическую потребность в пересмотре российских правил по ведению учета на территории Российской Федерации, о чем свидетельствуют вступивший в силу Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 22.02.2022 №23н.¹

В соответствии с меняющимися требованиями, меняются и методические подходы к проведению внутреннего и внешнего аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности, и как следствие меняются и подходы к оценке рисков по результатам выявленных отклонений.²

Основная часть. Данные результатов ежегодных исследований Института внутренних аудиторов в области внутреннего аудита в России за 2021 год позволили проанализировать и определить структуру участников по секторам экономики, у которых деятельность служб внутренних аудиторов является неотъемлемой частью ведения бизнеса (рис. 1). Основные критерии, вошедшие в структуру полученных результатов:

- публичные акционерные и непубличные компании;
- сфера деятельности по секторам экономики;
- штатный состав компаний;
- показатели товарооборота в стоимостном выражении.

¹ Программа разработки федеральных стандартов бухгалтерского учета на 2022-2026 г [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_412530/3f67f3ded72afd97d0a1639e3c3061d0913ab2fe/#dst100011 (дата обращения: 15.09.2022г)

² Международный стандарт аудита № 315 (пересмотренный) «Выявление и оценка рисков существенного искажения посредством изучения организации и ее окружения». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iaa-ru.ru/contact/Международный%20стандарт%20аудита%20315.pdf> (дата обращения 15.09.2022 г)

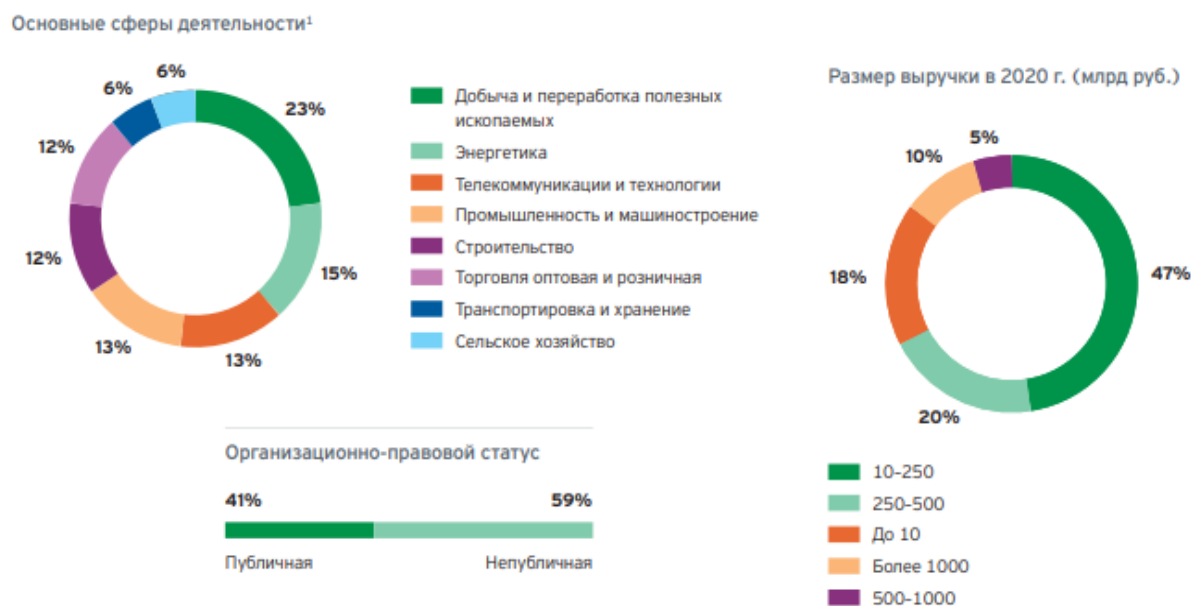


Рис. 1. Компании по секторам экономики, осуществляющие деятельность внутреннего аудита за 2021 г. (составлено автором на основе ежегодных исследований Института внутренних аудиторов)³

На базе данного исследования, можно выделить компании по признаку «организационно-правовая форма собственности», которые относятся к публичным, что составляет 41% по данным 2021 года. Это означает, что помимо работы служб внутреннего аудита, данные компании подлежат и обязательному аудиту в рамках Федерального закона «Об аудиторской деятельности».

Таким образом, общими принципами при проведении внутреннего и внешнего (обязательного) аудита можно считать:

- системный подход;
- объективность действий;
- независимое суждение;
- документирование действий без сокрытия данных.

Вопросами сравнениями внутреннего и внешнего аудита занимались как отечественные исследователи, так и зарубежные авторы: Булыга Р.П., Бычкова С.М., Казакова Н.А., Кеворкова Ж.А., Соколов Я.В., Маутц Р.К., Шерер М. и пр. На основании исследований указанных авторов, можно выделить основные отличительные особенности между внутренним и внешним аудитом, представленные на рисунке 2.

³ Исследование текущего состояния и тенденция развития внутреннего аудита в России за 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iaa.ru/contact/Исследование%20текущего%20состояния%20и%20тенденций%20развития%20внутреннего%20аудита%20в%20России%202021.pdf> (дата обращения 15.09.2022 г)

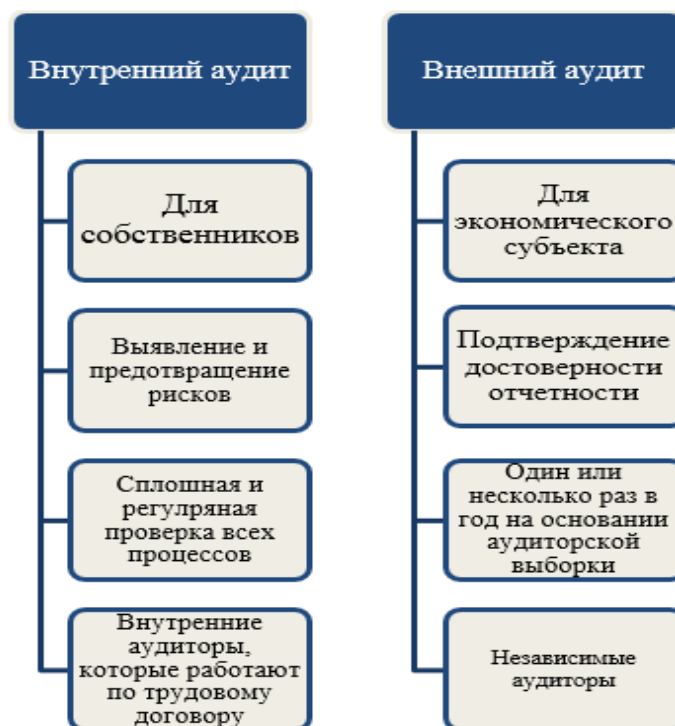


Рис. 2. Отличительные особенности внутреннего и внешнего аудита
(составлено автором [3])

Развивая авторскую позицию в отношении сложившейся разницы между внешним и внутренним аудитом, в таблице 1 представлен более детальный сравнительный подход аудита товарно-материальных ценностей компании согласно ФСБУ 5/2019 «Запасы» (далее – ФСБУ 5/2019).⁴

Руководствуясь новым ФСБУ 5/2019 структура и состав запасов (рис. 2), по сравнению с ПБУ 5/01 «Учёт материально-производственных запасов», существенно расширились, в том числе и за счет незавершенного производства.

Методические аспекты формирования и отражения запасов в бухгалтерском учете во многом зависят от принятой учетной политики компании:

- ретроспективный подход (пересчёт запасов, которые уже зафиксированы в учете, в соответствии с ФСБУ 5/2019);
- перспективный подход (учет запасов с момента применения ФСБУ 5/2019);
- упрощенный способ ведения учета запасов, в случае если компания относится к категории «микропредприятие»;

⁴ Приказ Минфина России от 15.11.2019 №180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348523/18ae7e0209c0fcd71bb531b56fe671a1c9e61af4/ (дата обращения 19.09.2022 г)

➤ отражение в составе затрат запасов, предназначенные для управленческих нужд и т.д.

Таблица 1

Сравнительный подход к проведению внутреннего и внешнего аудита товарно-материальных ценностей согласно ФСБУ 5/2019 «Запасы»

ФСБУ 5/2019 «Запасы»	Внутренний аудит	Внешний аудит	Сходство (+) / Различие (-)
1	2	3	4
Объект проверки	П.3 ФСБУ 5/2019 «Запасы»	П.3 ФСБУ 5/2019 «Запасы»	+
	Оборотно-сальдовые ведомости по счету, карточка счета, анализ счета товарно-материальных ценностей, материалов, полуфабрикатов, готовой продукции, товаров для перепродажи, незавершенного производства: Счет 10 (субсчета 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11); Счет 14 (аналитика по каждому резерву); Счет 15 (аналитика по каждому ТМЦ); Счет 20 (субсчета 20-1, 20-2, 20-3, 20-4); Счет 21 (аналитика по каждому полуфабрикату); Счет 41 (субсчета 41-1, 41-2, 41-3, 41-4); Счет 43 (аналитика по каждой номенклатуре или номенклатурной группе).	Оборотно-сальдовые ведомости по счету, карточка счета, анализ счета товарно-материальных ценностей, материалов, полуфабрикатов, готовой продукции, товаров для перепродажи, незавершенного производства: Счет 10 (субсчета 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11); Счет 14 (аналитика по каждому резерву); Счет 15 (аналитика по каждому ТМЦ); Счет 20 (субсчета 20-1, 20-2, 20-3, 20-4); Счет 21 (аналитика по каждому полуфабрикату); Счет 41 (субсчета 41-1, 41-2, 41-3, 41-4); Счет 43 (аналитика по каждой номенклатуре или номенклатурной группе).	+
Проверяющий	Внутренний аудитор – сотрудник или работа службы внутри компании. Отношения оформлены трудовым договором, расходы на фонд оплаты труда отражается в составе заработной платы по счету 70 «Сотрудники/ФИО/Подразделение»	Аудитор – внешнее независимое физическое лицо, осуществляющее свою деятельность на основании подтвержденной квалификации (аттестат аудитора) и являющийся членом саморегулируемой организации аудиторов	-
Периодичность	Ежегодно, ежеквартально, ежемесячно, еженедельно – в соответствии с установленной системой внутреннего контроля	Ежегодно – в случае обязательного аудита	-

1	2	3	4
Аудиторская выборка	Выборочная или сплошная	Профессиональное суждение о генеральной совокупности, из которой делается случайная выборка	-
Информационная база	Технологические карты, планы производства в натуральных и стоимостных единицах, должностные инструкции материально-ответственных лиц, места хранения и техническая оснащённость, договорная база, связанная с приобретением сырья, материалов, приказы по инвентаризации и начислению резервов, управленческий учет (калькуляционные карты), бухгалтерский учет и отчетность	Первичная документация на базе которой строится бухгалтерский учет и формируется отчетность в соответствии с ФЗ -402 «О бухгалтерском учете»	-
Аудиторские процедуры	Аналитические процедуры Процедуры тестирования	Аналитические процедуры Процедуры тестирования	+

Источник: составлено автором [1,2]

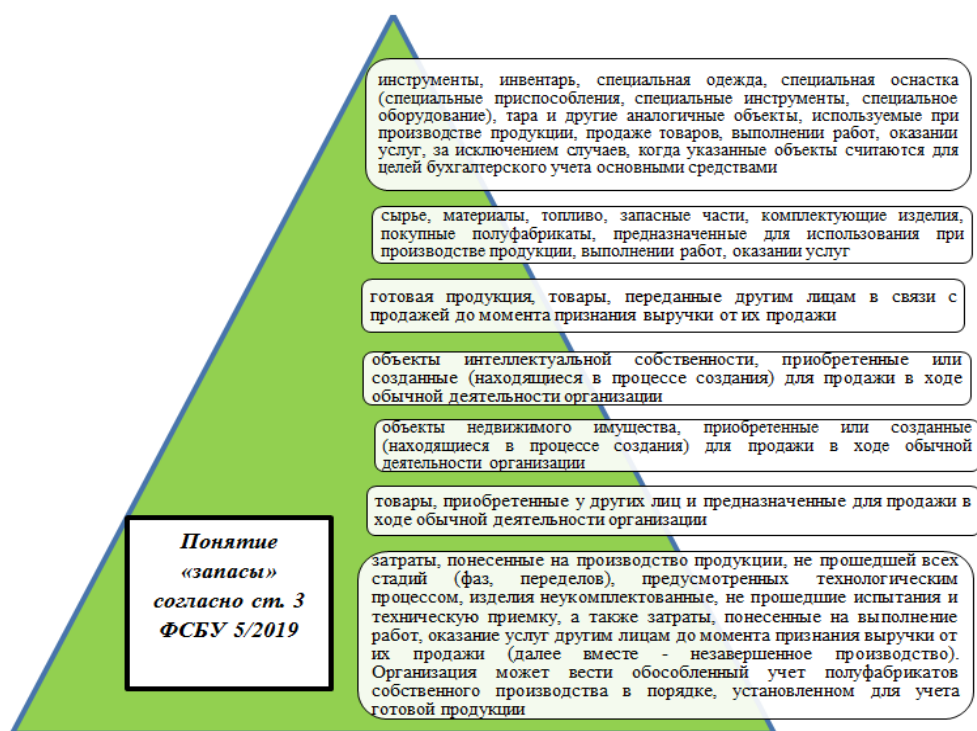


Рис. 3. Состав запасов согласно ФСБУ 5/2019 (составлено автором)

Заключение. Таким образом, результаты сравнения внутреннего и внешнего аудита материальных запасов компании показали, что сходство в методиках и подходах существует, что дает практическую возможность дальнейшему взаимодействию в целях увеличения эффективности проверок. Однако, наряду со сходством, есть и разница, которая заключается в том, что внутренний аудит нацелен на выявление и пресечение рисков корпоративного мошенничества, определение возможностей работы компании; проверить выполнение корректирующих действий бизнес-процессов и пр.

Список литературы

1. Казакова Н.А., Чикурова С.С. Контроль и управление рисками хозяйственной деятельности с использованием методов внутреннего аудита / Н. А. Казакова, С. С. Чикурова // RUSSIAN JOURNAL OF MANAGEMENT. – 2020. – Т. 8, № 1. – С. 86-90. –ISSN 2409-6024
2. Рогуленко, Т. М. Чикурова С. С. Перспективы и необходимость применения международных стандартов аудита во внутреннем аудите оценочных резервов и обязательств / Т. М. Рогуленко, С. С. Чикурова // Вестник ИПБ (Вестник профессиональных бухгалтеров). – 2016. – № 5. – С. 25-33. – ISSN 2308-9407
3. Чикурова С. С. Эволюционное развитие российской аудиторской деятельности: переход от внешнего аудита к внутреннему / С. С. Чикурова // Фундаментальные исследования. – 2015. – ч. 6. – № 11. – С. 1267-1271. – ISSN 1812-7339

Экономическая статистика

УДК 330.59+330.43

ВЛИЯЕТ ЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ ГОСУДАРСТВА НА СЧАСТЬЕ РОССИЯН?

Дадашова Т.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
Tatyana_dadashova@mail.ru

Введение. Основной задачей правительств всех стран является улучшение благосостояния населения. Все реформы, которые принимаются и процессы, которые запускаются в экономическом пространстве, имеют главную цель – защита национальных интересов и улучшение благосостояния населения. Между общегосударственными целями и целями отдельных индивидуумов в процессе развития общества возникает противоречие интересов. На сколько острыми они являются показывают опросы мнений людей. Одной из мер удовлетворенности жизнью среди населения является уровень счастья. Опросы о том счастлив ли человек достаточно точно отражают уровень субъективного благополучия. В связи с этим отдельный интерес представляют исследования о зависимости счастья людей от макроэкономической динамики.

Целью исследования является выявление зависимости между уровнем счастья населения России и экономическим ростом государства.

Основная часть. В международной практике статистическому исследованию уровня благополучия населения различных стран уделено особое внимание. При ООН с 2012 года реализуется проект международной программы «Сеть решений устойчивого развития», в рамках которого строится рейтинг стран мира по уровню счастья. В данном рейтинге помимо опроса людей учитываются также ряд других показателей – уровень ВВП на душу населения, ожидаемая продолжительность жизни, чувство безопасности и уверенности в завтрашнем дне, уровень доверия к власти, коррупции и др.

В 2021 году первое место в рейтинге по уровню счастья занимала Финляндия, второе – Дания, третье – Исландия. Россия в данном рейтинге заняла лишь 80 место, пропустив впереди себя такие страны как Перу, Парагвай, Боливия, Узбекистан. Учитывая, что часть показателей в данном рейтинге оценивалась экспертным путем с помощью бальной оценки, а также принимая во внимание отношение международных организаций к россиянам и Российской Федерации, имеет смысл провести исследование, опираясь на данные российских статистических центров.

На протяжении тридцати лет Всероссийским центром исследования мнений рассчитывается индекс счастья россиян, который строится на основе опроса, где задается один вопрос: «В жизни бывает всякое и хорошее, и плохое. Но, если говорить в целом, вы счастливы или нет?». Расчет показателя ведется как разница суммы положительных ответов («определенно да», «скорее да») и отрицательных ответов («скорее нет», «определенно нет»). Индекс измеряется в пунктах и может колебаться в диапазоне от -100 до 100. Чем выше значение индекса, тем счастливее россияне себя ощущают.

Тридцать лет назад, в феврале 1992 года, было зафиксировано наименьшее значение индекса счастья — 6 п. Доля определенно счастливых людей на тот момент составляла всего 2%. После пикового негативного значения тридцатилетней давности процент определенно счастливых россиян рос, установив максимум в 39% в октябре 2015. С этого периода значение сохранялось в коридоре значений от 31% до 39%. Важно отметить, что определенно счастливыми в марте 2022 года себя назвали 37% российских граждан, скорее счастливы еще 46%. В той или иной степени несчастливыми считают себя 14% россиян. Индекс счастья в марте текущего года составил 68 п., за год значение индекса выросло на 4 п. (64 п. в марте 2021 г.) и снизилось на 3 п. к ноябрю 2021 года [1].

В контексте нашего исследования интерес представляет вопрос: «Влияет ли экономический рост государства на счастье россиян?». Для получения ответа на данный вопрос был проведен корреляционно-регрессионный анализ, в рамках которого в качестве результативного показателя был выбран индекс счастья, а факторного – темп прироста ВВП в постоянных ценах. Исходные данные для построения модели представлены в таблице 1.

Таблица 1

Динамика показателей для построения двухфакторной модели зависимости счастья россиян от экономического роста

Годы	Индекс Семьи (Y)	Темп прироста ВВП (X ₁), %	t
2008	124,2	24,15	1
2009	104,8	-5,98	2
2010	117,3	19,33	3
2011	120,5	20,86	4
2012	123,3	13,29	5
2013	121,2	7,17	6
2014	123,5	8,28	7
2015	106,8	5,13	8
2016	113,4	3,04	9
2017	117,2	7,27	10
2018	116,0	13,09	11
2019	119,8	5,53	12
2020	116,3	-2,09	13

* составлено автором по данным ФСГС РФ [2] и ВЦИОМ [1]

По результатам анализа, проведенного в автоматическом режиме ППП Statistica 10 получено следующее уравнение регрессии:

$$\hat{y} = 109,552 + 0,521x + 0,418t$$

Для интерпретации уравнения проведем анализ полученных в протоколе регрессии показателей. Парный коэффициент корреляции равен 0,63, в соответствии со шкалой Чеддока такое значение свидетельствует о наличии заметной прямой связи между индексом счастья населения и экономическим ростом в государстве. Коэффициент детерминации R-квадрат показывает долю объясненной вариации (разброса) зависимой переменной (y_i) относительно своего среднего. $R^2 = 0,462$ означает, что 46,2 % вариации y_i – индекса счастья объясняется изменением темпов роста ВВП. Коэффициент при объясняющей переменной x_1 равный 0,521 значим, т.к. Р-значение для этого коэффициента равно 0,015 и это больше $\alpha = 5 \% = 0,01$. Константа равная 109,552 также значима на уровне значимости $\alpha = 0,05$ так как ее Р-значение = 0,0001 < 0,05 = α .

Для принятия решения о значимости уравнения регрессии в целом необходимо сравнить расчетное значение F статистики с ее критическим значением (F критическое). Расчетная статистика равная $F(k-1, n-k) = F(2, 10) = 4,3 > F \text{ критическое} = 4,1$ и мы отклоняем нулевую гипотезу о незначимости в целом уравнения регрессии и делаем вывод о статистической значимости уравнения регрессии в целом на 5 %-ом уровне значимости.

Коэффициент при переменной X_1 равный 0,521 свидетельствует о том, что при приросте объема ВВП на 0,521 п.п., индекс счастья возрастет на 1 ед. своего значения. Соответственно на вопрос «В жизни бывает всякое и хорошее, и плохое. Но, если говорить в целом, вы счастливы или нет?» положительно ответит на 1 человек больше, или на единицу снизится количество отрицательных ответов.

Заключение. Таким образом, по результатам проведенного исследования был сделан вывод, что прирост ВВП государства оказывает положительное влияние на субъективное благополучие россиян, что является подтверждением эффективности реализации курса государственной политики. Дополнительные средства, получаемые в результате экономического роста, направляются на реализацию национальных проектов и федеральных программ, что так или иначе улучшает субъективное благополучие населения.

Список литературы

1. Всероссийский центр изучения мнений (ВЦИОМ): [официальный сайт]. – URL: <https://wciom.ru/ratings> (дата обращения 02.02.2022). – Текст. Изображение: электронные.
2. Федеральная служба государственной статистики РФ: [официальный сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 02.11.2020). – Текст. Изображение: электронные.

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ДЕТЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Долгих Е.А., канд. экон. наук, доц.,

Першина Т.А., канд. экон. наук

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, РФ

Ekaterina-d@inbox.ru

Введение. Актуальность исследования качества жизни детей обусловлена тем, что дети – это будущее, от которого зависит процветание страны. Этой теме посвящены и несколько Целей устойчивого развития, среди которых следует отметить, прежде всего, Цель 3 «Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте». Как видно из названия, данная цель посвящена охране материнства, улучшению здоровья детей, и в целом снижению заболеваемости.

По инициативе Президента Российской Федерации В.В. Путина период с 2018 по 2027 гг. объявлен десятилетием детства.

План основных мероприятий, проводимых в рамках Десятилетия детства разбит на 8 категорий, касающихся здоровьесбережения, всестороннего развития, инфраструктуры детства, безопасности и пр. Всего в Плане насчитывается 129 мероприятий.

Данное исследование посвящено изучению качества жизни детей-инвалидов с целью поиска возможностей для его повышения, а также для обеспечения более комфортного нахождения таких детей в современном обществе.

Основная часть. Источником информации о детях инвалидах является Пенсионный фонд Российской Федерации, который на ежегодной основе предоставляет данные по форме федерального статистического наблюдения №1-ЕДВ «Сведения о ежемесячных денежных выплатах отдельным категориям граждан в связи с изменением формы предоставления льгот по расходным обязательствам Российской Федерации».

По состоянию на 1 января 2021 г. численность детей-инвалидов, получающих социальные пенсии, в целом по стране составляла 703,7 тыс. человек. Следует отметить негативную тенденцию роста значения данного показателя. Так, по сравнению с предыдущим годом его возросло на 2,3% (16 тыс. человек). А если сравнивать с 2010 г., то рост составил 35,6% (184,7 тыс. человек).

Одним из важных показателей, характеризующих уровень жизни детей-инвалидов, является средний размер назначенных социальных

пенсий, который составлял в начале 2021 г. 14500,3 руб. Рост значения показателя по сравнению с прошлым годом составил 6%, или 824,4 руб.

Если сравнить значения среднего размера назначенных социальных пенсий детям-инвалидам с величиной прожиточного минимума, установленной для детей, то можно заметить, что размер социальных пенсий превышал прожиточный минимум за период с 2010 по 2021 гг. При этом если в 2020 г. превышение составило всего 1,2%, то в 2021 г. оно было равно 28,3%.

С целью более подробного анализа было рассчитано соотношение средней месячной начисленной заработной платы и размера назначенных пенсий детям-инвалидам. В 2021 г. разрыв между показателями составил 3,4 раза. При этом, в 2010 году разрыв был таким же, в 2015 г. отмечается его снижение до значения в 2,8 раз, а затем наметилась тенденция к стабильному росту. Таким образом несмотря на то, что размер назначенных социальных пенсий детям-инвалидам превышает прожиточный минимум, он заметно не дотягивает до уровня средней заработной платы по стране. [3]

Дети инвалиды имеют право на получение ежемесячной денежной выплаты (ЕДВ). По состоянию на 1 января 2021 г. данным правом воспользовались 703,9 тыс. человек. Следует отметить, что их численность имела тенденцию к ежегодному росту за период с 2015 по 2021 гг. на 16,8 тыс. человек (2,6%).

Что касается среднего размера назначенных ЕПД, то на начало 2021 г. он был равен 2189 р., увеличившись по сравнению с 2015 г. на 2021 г. на 30,3%. Так, если в 2015 г. на выплату ЕПД Пенсионный фонд России тратил 1 млрд рублей, то в 2021 г. – уже 1,5 млрд рублей. [3]

Для более подробной оценки уровня жизни детей-инвалидов следует обратить на данные, предоставляемые Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, об организациях, осуществляющих стационарное социальное обслуживание детей-инвалидов. [2]

Следует отметить, что в составе рассматриваемых организаций выделяются дома-интернаты для умственно отсталых детей и для детей с физическими недостатками. Совместное проживание на одной территории детей из разных категорий недопустимо.

За период с 2008 по 2016 г. число организаций, осуществляющих стационарное обслуживание детей-инвалидов в Российской Федерации, варьировало в пределах от 132 ед. в 2012 г. до 148 в 2009 г. В 2017 г. отмечается резкий рост значения рассматриваемого показателя (на 78%). Это связано с особенностями статистического учета, а именно с тем, что в составе организаций выделилась еще одна категория – иные организации, осуществляющие стационарное социальное обслуживание. В 2018 г. произошло снижение числа организаций по сравнению с предыдущим

годом на 9,2%, после чего наметилась тенденция к ежегодному росту значения рассматриваемого показателя вплоть до 2020 г. Так, в 2020 г. число организаций, осуществляющих стационарное социальное обслуживание детей-инвалидов, составило 243 ед. [3]

Заключение. Таким образом, детская инвалидность сегодня является одной из самых сложных социальных проблем, которую не может решить ни одно общество., несмотря на то что современные медицинские технологии позволяют сохранить беременность, а также поддержать детей с различными нарушениями здоровья.

Увеличение числа детей-инвалидов приводит к увеличению расходов государственного бюджета на лечение и медицинскую реабилитацию детей-инвалидов, социально-экономическую поддержку семей, воспитывающих инвалидов детей и детей с ограниченными возможностями, создание современной интегрированной инфраструктуры для реабилитации и образовательной помощи детям-инвалидам внедрение технологий инклюзивного образования, специальных рабочих мест и т.д. [1].

В настоящее время детская инвалидность больше не является чисто медицинским явлением. Это требует социальных, экономических, политических и психологических ресурсов общества, особенно семьи.

Профилактика детской инвалидности, включая медико-санитарные и социальные мероприятия, имеет важное значение для сохранения интеллектуального, трудового и репродуктивного потенциала страны.

Список литературы

1. Дрожжина А.М. Характеристика качества жизни инвалидов в странах с высоким уровнем жизни // Научная гипотеза. – №19. – 2019. – С. 46-52.
2. Потапова О.Н. Феномен детской инвалидности в контексте качества жизни населения // Современные исследования социальных проблем. – №4. – 2015. – С. 524-536. DOI: 10.12731/2218-7405-2015-4-46
3. Федеральная служба государственной статистики. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Semia_i_deti.pdf (дата обращения: 05.09.2022)

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РФ: РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Киосак Я.В., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

kiosak.kyv@donnu.ru

Цифровизация здравоохранения обеспечивает доступность и качество услуг без увеличения расходов на здравоохранение. На современном этапе развития общества решение проблемы социально-экономической безопасности (СЭБ) здравоохранения является условием создания атмосферы стабильности развития экономики и благополучия населения. Основой устойчивости развития, повышения эффективности функционирования здравоохранения является её цифровизация, статистическая оценка влияния которой позволит разработать управленческие решения в сфере обеспечения СЭБ здравоохранения регионов ее повышения.

Для успешной реализации государственной программы «Цифровая экономика» на 2011–2024 гг. предусматривается развитие цифрового здравоохранения в рамках государственной программы «Здоровая нация – здоровая Россия» и национального проекта «Цифровая медицина», и, в частности, федеральной программы создания единого цифрового контура на основе Единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения. Процесс информатизации здравоохранения реализуется уже достаточно давно и во многих регионах страны постепенно решаются поставленные задачи.

В ходе анализа последних исследований и публикаций [1] и изучения понятия СЭБ на разных уровнях административно-территориального деления определено, что под СЭБ региона необходимо понимать состояние защищенности жизненно важных интересов населения региона от угроз системе здравоохранения, условием достижения которого является обеспечение устойчивости стабильного функционирования системы здравоохранения в кризисных ситуациях, доступности (физической, экономической и социальной) для всего населения региона необходимой медицинской помощи, технологической и технической мобильности, выполнения необходимых требований и мер для поддержания защищённости социально-экономической сферы от биологических и техногенных катаклизмов в соответствии с объёмом ресурсов региона.

Для исследования СЭБ здравоохранения разработана система статистических показателей регионов РФ, объединяющая 23 показателя в шесть индексов:

- индекс расходов на здравоохранение - отображает степень обеспечения СЭБ здравоохранения региона и уровень стимулирования развития здравоохранения.

- индекс демографического развития – степень изменения численности населения за счет естественных факторов, а также эффективность медицинской помощи.

- индекс эффективности здравоохранения – обеспеченность населения стационарными местами и персоналом, характеризует качество здоровья человеческого капитала в текущем периоде.

- индекс экономического развития – экономическое положение населения региона.

- индекс окружающей среды (экзогенные факторы) – состояние окружающей среды и эффективность экологической политики.

- индекс цифровизации – обеспеченность отрасли цифровыми сервисами, электронного документооборота, телемедицинских технологий, электронной записи и пр.

С помощью метода многомерной средней были рассчитаны оценки по каждому блоку показателей в разрезе регионов, с помощью которых рассчитан интегральный индекс СЭБ здравоохранения ФО РФ за 2020 и 2021 годы (табл. 1). Распределение ФО по уровню обеспечения экономической безопасности системы здравоохранения характеризуется неравномерностью ($K_{\text{вар.}} = 0,693$).

Таблица 1

Статистическая оценка влияния индексов системы показателей на уровень социально-экономической безопасности здравоохранения федеральных округов РФ

№ п/п	Федеральный округ	Изменение интегрального показателя СЭБЗ, в т.ч.:					
		И цифрови зации	И окружа ющей среды	И экономи ческого развития	И эффективнос ти здравоохран ения	И демогр афии	И расход ов
1	Южный	1,693	-0,498	-0,425	0,681	0,923	3,295
2	Приволжский	1,271	-0,217	0,036	0,927	1,062	0,986
3	Северо-западный	0,625	-0,512	-0,038	0,740	0,140	0,924
4	Дальневосточный	0,450	-0,083	-0,737	0,805	-0,186	1,140
5	Центральный	0,262	0,189	0,067	0,866	1,548	-0,787
6	Сибирский	0,230	0,000	0,110	0,951	0,193	-1,136
7	Уральский	0,155	0,215	0,096	0,826	0,478	3,017
8	Северо-Кавказский	0,089	3,010	0,027	0,089	0,783	4,760

составлено автором на основе данных [2]

Большинство регионов имеют уровень обеспеченности СЭБ здравоохранения средний и ниже среднего. Для регионов первой десятки характерна высокая сосредоточенность ресурсов для обеспечения СЭБ здравоохранения, а для регионов последней десятки необходимы значительные преобразования в политике обеспечения СЭБ. В 2021 г. по

сравнению с 2020 г. по всем ФО РФ уровень СЭБ здравоохранения снизился, что объясняется условиями второй волны пандемии COVID-19.

Для оценки влияния внутренних составляющих (отдельных признаков) на относительное изменение интегрального показателя СЭБ здравоохранения ФО был использован метод пропорционального деления. Рассчитано относительное влияние индекса цифровизации на изменение интегрального показателя СЭБ здравоохранения ФО РФ.

Анализ показал (таблица 1), что федеральные округа с наибольшим влиянием индекса цифровизации ($I_{ц} > 0,45$) имеют разный уровень обеспечения СЭБ здравоохранения. Однако индекс экономического развития отрицательно влияет на относительное изменение СЭБ здравоохранения (низкие показатели ВРП на душу, высокий уровень безработицы). Это объясняется относительно равномерной интеграцией процесса цифровизации здравоохранения по всей территории РФ.

Федеральные округа со средним влиянием индекса цифровизации ($0,25 < I_{ц} < 0,45$) характеризуются слабой зависимостью интегрального показателя СЭБ здравоохранения от изменений внутри индексов, что характеризует устойчивость функционирования системы здравоохранения к экономическим и неэкономическим процессам.

Федеральные округа с наименьшим влиянием индекса цифровизации ($I_{ц} < 0,25$) характеризуются относительно низким уровнем обеспечения СЭБ здравоохранения (и самым большим отрицательным ростом), индекс расходов в здравоохранение имеет высокое влияние, что характеризует прямую взаимосвязь между уровнем цифровизации системы здравоохранения и её социально-экономической безопасностью.

Таким образом, процессы цифровизации повышают СЭБ здравоохранения ФО РФ. Высокий уровень цифровизации здравоохранения обеспечивает гибкость и устойчивость СЭБ от внешних и внутренних угроз. Процесс цифровизации здравоохранения не может быть максимально эффективным без комплексного подхода к развитию СЭБ региона, реорганизации его расходов, повышения качества жизни населения.

Список литературы

1. Головкин М. В. Неэкономические факторы экономической безопасности / М.В. Головкин, В.А. Плотников. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2019. – Т. 15, №1 (370). – С. 35-52. – URL: <https://doi.org/10.24891/ni.15.1.35> (дата обращения 28.09.2022)
2. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. – URL: <https://rosstat.gov.ru>. (дата обращения 28.09.2022).
3. Цифровизация здравоохранения: опыт и примеры трансформации в системах здравоохранения в мире / Е. И. Аксенова, С. Ю. Горбатов. – М.: ГБУ «НИИОЗММ ДЗМ», 2020. – 44 с.

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Кухенная М.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

kukhenna.kma@donnu.ru

Введение. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. №203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» гласит о том, что информационное общество – это общество, в котором информация и уровень ее применения и доступности кардинальным образом влияют на экономические и социокультурные условия жизни граждан [1]. Основными блоками показателей информационного общества являются:

- доступность телекоммуникационных услуг;
- использование информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей в домашних хозяйствах, населением, в организациях, в социальной сфере.

Основная часть. С развитием информатизации общества появляются новые точки доступа к сети. В этой связи Росстат группирует пользователей сети Интернет на тех, которые пользуются интернетом через фиксированный и через мобильный широкополосный доступ. На основании данных Росстата [2] расчет базисных и цепных аналитических показателей динамики говорит о том, что в динамике числа активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет наблюдается устойчивая тенденция роста, о чем свидетельствуют нарастающие абсолютные приросты показателя. Максимальный прирост показателя по отношению к предыдущему году зафиксирован в 2019 г. – прирост на 10,2 ед. или 11,8%. Это обусловлено возрастающим интересом населения к различным мобильным приложениям, социальным сетям, а также развитием электронной коммерции и возможности осуществления мобильных платежей, ростом числа гаджетов и их пользователей. В этот период потребителям услуг связи всё активнее поступают предложения от мобильных операторов пакетных тарифов с проплаченными гигабайтами Интернета, вследствие этого – отказ многих абонентов от фиксированного доступа к сети Интернет.

Средний абсолютный прирост показал, что ежегодно за анализируемый период число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет возрастало на 5,7 ед. Ежегодно в среднем число активных «мобильных» абонентов сети Интернет в расчете на 100 человек населения увеличивалось в 1,076 раза или на 7,6%

согласно значению среднего темпа прироста. Следовательно, на каждый процент прироста показателя приходилось 0,751 ед.

С целью сопоставления темпов развития широкополосного доступа к сети Интернет различными способами (мобильный и фиксированный доступ) проведен анализ динамики числа активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет. Значения рассчитанных аналитических показателей динамики данного показателя также свидетельствуют также об устойчивой тенденции роста. Это обусловлено ежегодно возрастающим спросом населения на интернет-услуги, расширением ассортимента предлагаемых провайдерами интернет-услуг и пр. Рост онлайн-технологий и основанных на них формах обучения в последние годы стали полноценной частью учебного процесса в университетах.

Средний абсолютный прирост показал, что ежегодно за анализируемый период число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет возрастало на 0,9 ед. Ежегодно в среднем число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет в расчете на 100 человек населения увеличивалось в 1,048 раза или на 4,8% согласно значению среднего темпа прироста. На каждый процент прироста показателя приходилось 0,193 ед.

Рассчитанные средние темпы роста позволили определить коэффициент опережения, который показал, что скорость увеличения «мобильных» абонентов сети Интернет в 1,027 раз опережала скорость увеличения абонентов фиксированного доступа.

При условии сохранения сложившейся тенденции развития рассмотренных показателей в работе на основе метода аналитического выравнивания выполнена их перспективная оценка. Визуальный анализ эмпирических значений исследуемых показателей позволил в качестве теоретической линии аппроксимации выбрать прямую линию. Параметры линейных функций определены по методу наименьших квадратов.

Для числа абонентов мобильного широкополосного доступа в Интернет теоретическое уравнение имеет вид:

$$\hat{y} = 78,2 + 2,98 \cdot t.$$

Статистическая точность выбранной линейной функции оценена на основе относительной ошибки аппроксимации:

$$\varepsilon = \frac{\sum |y - \hat{y}| \cdot y}{n} \cdot 100\% = 0,201:8 \cdot 100 = 2,5\%.$$

Так как значение относительной ошибки аппроксимации не превысило 15%, то можно сделать вывод о статистической точности выбранного уравнения тренда.

Таким образом, при сохранении сложившихся условий формирования информатизации общества в 2022 г. число абонентов мобильного широкополосного доступа в Интернет в расчете на 100 человек населения в Российской Федерации может составить 111,0 ед.

Для числа абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет теоретическое уравнение имеет вид:

$$\hat{z} = 19,8 + 0,50 \cdot t.$$

Статистическая точность выбранной линейной функции также оценена на основе относительной ошибки аппроксимации, которая составила:

$$\varepsilon = 0,137:8 \cdot 100 = 1,7\%.$$

Таким образом, при сохранении сложившихся условий формирования информатизации общества в 2022 г. число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет в расчете на 100 человек населения в Российской Федерации может составить 25,3 ед.

Заключение. В последние годы в России идет динамичное распространение широкополосного мобильного и фиксированного Интернета как системообразующего элемента цифрового развития. По данным исследовательской компании Mediascope, аудитория Рунета в феврале 2020 г. составила 96,7 млн. чел. (сюда входят пользователи, которые пользуются интернетом хотя бы раз в месяц), что в относительно выражении составляет 79% населения страны. По сравнению с аналогичным периодом 2019 г. рост составил 4,2%. При этом 90% пользователей интернета заходят в сеть каждый день [3]. Следовательно, можно утверждать, что цифровые технологии развиваются и распространяются стремительными темпами, что позволяет Интернету все прочнее входить в жизнь и деятельность населения.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы». – URL: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201705100002.pdf>.
2. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. – URL: <https://rosstat.gov.ru>.
3. Информационное агентство городских новостей «Москва». – URL: <https://www.mskagency.ru/materials/2994215>.

МОНИТОРИНГ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Масич Л.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
masych.mlo@donnu.ru

Реализация масштабных социально-экономических преобразований в стране требует проведения не только макроэкономических исследований общественного развития, но и всестороннего изучения воспроизводства населения, факторов его определяющих и последствий возникающих при складывающемся режиме воспроизводства.

Зависимость социально-экономического развития страны от количественных и качественных характеристик населения определяет особое значение изучения населения, закономерностей его воспроизводства и изменений, на основе современной системы научных знаний о народонаселении. Сложный характер процессов воспроизводства, многообразие их связей и отношений предопределяют необходимость комплексного подхода к изучению населения.

В выяснении конкретного механизма воспроизводства населения, важная роль принадлежит анализу половозрастной структуры населения. Особое значение такой анализ приобретает в условиях постарения населения. За последние десятилетия коэффициент старости населения России растет, и доля лиц в возрасте 60 лет и старше в общей численности населения страны превысила 20%.

Для количественного отображения состояния «межпоколенческого баланса» проанализирована динамика коэффициента соотношения третьего и первого поколений. Расчёты показали, что численность детей отстает от численности населения старших возрастов. И хотя среди сельского населения анализируемое соотношение заметно ниже, чем у городского населения, но и оно свидетельствует о неблагоприятных тенденциях – величина показателя за последние годы практически стабильно возрастает. Выявленные закономерности позволяют заключить, что меры демографической политики, направленные на смягчение последствий постарения населения, должны быть дифференцированы и по типу поселений.

Эволюционные последствия изменения возрастной структуры населения закономерно приводит к вовлечению в различные сферы экономики лиц, находящихся за пределами верхней границы

трудоспособного возраста. Для обеспечения посильной трудовой активности населения старших возрастов следует предусматривать для него определенные изменения в существующем законодательстве (предоставление дополнительных льгот, возможность получить дополнительное образование, сокращение продолжительности рабочей недели и др.).

Изменение возрастного состава населения оказывает прямое влияние на процессы воспроизводства, так как интенсивность рождений и смертей тесно связана с возрастом человека. Так, увеличение в общей численности женского населения лиц старших возрастов приводит к снижению численности активно рождающего контингента и, следовательно, числа рождений. За рассматриваемый период общий коэффициент рождаемости снизился на 35% по городскому и почти на 37% по сельскому населению.

Ещё больший темп снижения отмечается по специальному коэффициенту рождаемости, что вызвано также снижением на 3,7 п.п. удельного веса женского населения в детородном возрасте.

Самым адекватным измерителем, как уровня рождаемости, так и уровня воспроизводства населения (замещения поколений), является суммарный коэффициент рождаемости. Привязка суммарного коэффициента рождаемости к режиму замещения поколений обусловлена тем, что при существующем уровне смертности простое замещение поколений родителями поколениями детей реально достижимо при значении суммарного коэффициента рождаемости в пределах 2,15-2,17. Однако, сравнение реального значения данного показателя со шкалой его оценки относительно режима воспроизводства населения свидетельствует, что в стране сложилось устойчивое суженное воспроизводство населения.

В изучении проблем, связанных с негативным течением демографических процессов, в частности уровня рождаемости, не обеспечивающего даже простое воспроизводство, нельзя обойти вопросы женской занятости, рост которой вызывает целый ряд проблем как социально-экономического, так и демографического характера.

Достигнутый уровень женской занятости, по мнению многих исследователей, приводит, наряду с другими факторами, к негативному протеканию демографических процессов и, в частности, к значительному снижению рождаемости [1,2,3]. В этих условиях возрастает значение создания для женщин, имеющих детей, более широких возможностей работать на дому, а также сокращенный рабочий день или неполную рабочую неделю. Однако существенным аргументом в пользу полного рабочего дня по-прежнему продолжает оставаться более высокая при этом заработная плата.

Динамика общего коэффициента смертности населения страны свидетельствует, что в рассматриваемый период складывался практически постоянно отрицательный естественный прирост населения. При этом у

сельского населения величина показателя остается более высокой, чем у городского, что связано с различиями в возрастном составе населения.

Анализ повозрастных коэффициентов смертности показал их очевидное снижение (как у мужского, так и у женского населения), особенно в последние 10 лет. Однако нельзя не отметить, что среди мужского населения повозрастная смертность во всех возрастных группах в несколько раз превышает значение этих показателей по женскому населению.

Особенно в трудоспособном возрасте показатели смертности мужчин в 3-4 раза выше, чем у женщин этих же возрастных групп. Такие различия можно видеть в любой год анализируемого периода. Именно названные обстоятельства являются причиной того, что ожидаемая продолжительность жизни при рождении у мужчин заметно отстает от этого показателя для женщин почти на 10 лет [4].

Исходя из этого можно заключить, что резервы повышения ожидаемой продолжительности жизни при рождении для мужского населения страны заключены в обеспечении сокращения высокой повозрастной смертности в активных трудоспособных возрастах. Однако, материалы доступной официальной статистики не позволяют в рамках проводимого исследования детальнее проанализировать повозрастную смертность мужского населения в сочетании с причинами их смерти.

Данная ситуация усугубляется недостаточной пропагандистской работой и личной мотивацией для самосохранительного поведения, особенно среди мужчин. Решение таких задач возможно уже на региональном уровне через проведение комплексных обследований условий и охраны труда на предприятиях с участием местных органов здравоохранения и профессиональных союзов.

Таким образом, сложная демографическая ситуация в стране требует активных мер в области демографической политики и повышает интерес к методологии и практике проведения статистико-демографических исследований. Это предопределяет актуальность подобных исследований и способствует формированию эффективной социально-экономической политики развития страны.

Список литературы

1. Борисов В.А. Перспективы рождаемости / В.А. Борисов. – М.: Статистика, 1976. – 286 с.
2. Липатова Л.Н. Формирование трудового потенциала предприятий региона в условиях демографического кризиса / Л.Н. Липатова, В.Н. Градусова, А.А. Солдатов // Регионоведение. – 2009. – № 1. – С. 184-186.
3. Практическая демография / Под ред. Л.Л. Рыбаковский. – М.: ЦСП, 2005. – 280 с.
4. Российский статистический ежегодник. 2019: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019. – С. 84-108.

АНАЛИЗ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДНР ПУТЕМ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ ИМПОРТОПОТРЕБЛЕНИЯ

Романюк В.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
v.romanyuk@donnu.ru

Введение. Формирование условий для роста промышленности в Донецкой Народной Республике играет важную роль в достижении экономического роста. Особенно это важно в настоящее время, когда наше молодое государство стало самостоятельным в ходе военного конфликта и столкнулось с рядом экономических ограничений: эмбарго, санкции, экономические и финансовые блокады и иные ограничения. Поэтому экономическая политика, а именно промышленная политика взяла курс на импортозамещение.

Основная часть. Для более подробной характеристики применения политики импортозамещения Донецкой Народной Республики предлагается построить модель импортопотребления по трем отраслям промышленности, а именно машиностроение, промышленность строительных материалов и пищевая промышленность, которые являются приоритетными для разработки отраслевых стратегий импортозамещения.

Предложенная модель будет содержать зависимость объема импортной продукции по данным отраслям от внутренних ресурсов, таких как объем реализованной продукции по заданным отраслям, индексы цен производителей продукции, сальдо торгового внешнеторгового баланса, среднесписочная численность работников по заданным отраслям, объем капитальных инвестиций по заданным отраслям. Модель будет построена на базе авторегрессионной модели распределительного лага. Это обусловлено учетом в модели влияния текущих и предыдущих значений показателей, которые будут использованы для построения модели импортопотребления Донецкой Народной Республики.

На первом этапе дадим обоснование выбора переменных. В качестве эндогенных переменных для построения модели были взяты: объем импорта машиностроения для первого уравнения; объем импорта пищевой промышленности для второго уравнения; объем импорта промышленности строительных материалов для третьего уравнения. Выбор зависимых переменных был обусловлен возможностью в комплексе, с позиции капитала, трудовых ресурсов и общих показателей внутренних ресурсов оценить заданные показатели.

Выдвинута гипотеза, что на объем импорта заданных отраслей оказывают влияние такие показатели, как объем реализованной продукции

по заданным отраслям, индексы цен производителей продукции, сальдо внешнеторгового баланса, среднесписочная численность работников по заданным отраслям, объём капитальных инвестиций по заданным отраслям.

Представим все эндогенные и экзогенные переменные, на основании которых будем строить уравнения. Полученная система уравнений будет представлять собой модель импортопотребления Донецкой Народной Республики (таблица 1).

Таблица 1

Эндогенные и экзогенные переменные модели

Эндогенные факторы	Экзогенные факторы					
Y_t^1	Y_{t-1}^1	x_{t-1}^1	x_{t-1}^4	x_{t-1}^7	x_{t-1}^{10}	x_{t-1}^{13}
Y_t^2	Y_{t-1}^2	x_{t-1}^2	x_{t-1}^5	x_{t-1}^8	x_{t-1}^{11}	x_{t-1}^{14}
Y_t^3	Y_{t-1}^3	x_{t-1}^3	x_{t-1}^6	x_{t-1}^9	x_{t-1}^{12}	x_{t-1}^{15}

Система уравнений модели импортопотребления имеет вид:

$$\begin{cases} Y_t^1 = a_1 Y_{t-1}^1 + a_2 x_{t-1}^1 + a_3 x_{t-1}^4 + a_4 x_{t-1}^7 + a_5 x_{t-1}^{10} + a_6 x_{t-1}^{13} \\ Y_t^2 = b_1 Y_{t-1}^2 + b_2 x_{t-1}^2 + b_3 x_{t-1}^5 + b_4 x_{t-1}^8 + b_5 x_{t-1}^{11} + b_6 x_{t-1}^{14} \\ Y_t^3 = c_1 Y_{t-1}^3 + c_2 x_{t-1}^3 + c_3 x_{t-1}^6 + c_4 x_{t-1}^9 + c_5 x_{t-1}^{12} + c_6 x_{t-1}^{15} \end{cases}$$

При осуществлении регрессионного анализа были сформированы коэффициенты при экзогенных переменных в уравнениях полученной системы. В результате была определена модель импортопотребления Донецкой Народной Республики, которая отражает структуру импортопотребления Республики, а также влияние факторов внутреннего потребления на изменение импорта заданных отраслей.

Таким образом, модель импортопотребления Донецкой Народной Республики имеет следующий вид:

$$\begin{cases} Y_t^1 = 0,03 Y_{t-1}^1 + 2,2 x_{t-1}^1 + 0,01 x_{t-1}^4 + 0,16 x_{t-1}^7 + 0,28 x_{t-1}^{10} + 0,19 x_{t-1}^{13} \\ Y_t^2 = 0,04 Y_{t-1}^2 + 1,77 x_{t-1}^2 + 0,02 x_{t-1}^5 + 0,47 x_{t-1}^8 + 0,37 x_{t-1}^{11} + 0,21 x_{t-1}^{14} \\ Y_t^3 = 0,05 Y_{t-1}^3 + 3,3 x_{t-1}^3 + 0,09 x_{t-1}^6 + 0,35 x_{t-1}^9 + 0,59 x_{t-1}^{12} + 0,32 x_{t-1}^{15} \end{cases}$$

Анализ импорта отдельных отраслей промышленности и факторов на нее влияющих является одной из частей механизма импортозамещения. Из системы уравнений можно сделать вывод, что наибольшее влияние на импорт отраслей оказывает объём реализованной продукции по данным отраслям. Это свидетельствует, что одним из направлений политики импортозамещения должно быть поддержка внутреннего товаропроизводителя с использованием конкретных протекционистских инструментов политики и импортозамещения и разработки для этих отраслей стратегии импортозамещения.

Исходя из проведенного анализа, можно предложить механизм реализации политики импортозамещения и представить следующим образом:

1. Анализ импорта по следующим категориям:

- неконкурирующий импорт – ввозимая продукция, не производимая в Республике;
- конкурирующий импорт – ввозимая продукция, которая может быть замещена продукцией, производимой в Республике;
- критический импорт – ввозимая продукция, не производимая в Республике (или производимая в недостаточном количестве), но жизненно важная для решения социально-экономических задач.

2. Определение уровня импортозависимости: допустимый (замещаемый собственными силами или при помощи инвестиций) или критический, когда импорт невозможно заместить.

3. Анализ и обоснование объемов и стоимости необходимых ресурсов для организации процесса импортозамещения.

4. Разработка стратегий импортозамещения по отдельным отраслям промышленности (в отдельных случаях предприятиям). На уровне отрасли определяются возможности концентрации, локализации и кооперации предприятий в соответствии с их специализацией, а также возможность диверсификации их производства. Стратегии должны учитывать современные экономико-политические реалии (географическое положение, политическую ситуацию, ресурсную базу, уже существующие производства, развитость инфраструктуры и др.), определяющую для конкретного временного периода, последовательность и направления импортозамещения.

5. Определение ответственных за реализацию стратегий импортозамещения (Правительство, отраслевые министерства) и разработку нормативных документов, содействующих импортозамещению.

Заключение. Государственная экономическая система требует содействия повышению конкурентоспособности республиканских предприятий как на внутреннем, так и на внешних рынках. При этом защита интересов отечественных производителей не должна сводиться к ограничению допуска иностранных товаров на внутренний рынок. Поэтому политика импортозамещения должна быть многоуровневой и включать все уровни от предприятий, отраслей до национальной экономики Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Романюк В.В. Импортозависимость и самообеспечение: механизм экономического развития Донецкой Народной Республики // Менеджер». – № 2 (87). – С. 238-246.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИНДИКАТОРЫ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА ГОРОДОВ (НА ПРИМЕРЕ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)

Сухинин С.А., канд. пед. наук, доц., **Чернышенко Д.О.**
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»,
г. Ростов-на-Дону, РФ
suhmax@mail.ru

Введение. Состояние рынка труда является важной характеристикой социально-экономического развития национальной экономики в целом, ее отдельных регионов и населенных пунктов. При этом исследование особенностей рынка труда применительно к отдельным городам, мы сталкиваемся с проблемой ограниченности статистических показателей, которые выступают важными индикаторами определения и анализа сложившейся ситуации по уровням занятости, безработицы, наличия вакансий, величине заработной платы [3]. Тем не менее отечественная система муниципальной статистики фиксирует ряд показателей, из которых можно сформировать информационно-аналитическую базу для оценки состояния рынка труда отдельных городских поселений и определить их пространственную дифференциацию [4]. В качестве таких индикаторов, применительно к объекту нашему исследованию – городам Архангельской области – мы рассматривали прежде всего численность лиц, занятых в организациях и учреждениях города, на основе которой рассчитывались и анализировались другие производные показатели.

Основная часть. Данные о среднесписочной численности работников организаций в системе муниципальной статистики Росстата доступны для анализа и интерпретации только начиная с 2017 года (таблица 1). Их анализ позволяет выявить прежде всего снижение числа работников в рассматриваемых городских образованиях. Только два муниципальных образования в изучаемой совокупности – Новая Земля и Северодвинск демонстрируют рост среднесписочной численности занятых к 2021 году. Эту положительную динамику мы можем объяснить стабильным функционированием крупных промышленных предприятий, входящих в состав оборонно-промышленного комплекса, а расширение занятости в них связано с ростом оборонного заказа в последние годы. Остальные города области демонстрируют нисходящую динамику. Причем наибольшее снижение индикатора отмечается в Новодвинске (на 8,1% в 2021 г. в сравнении с 2017 г.), Коряжме (на 7,5%), Архангельске (на 5,2%). Отметим, что данный индикатор не учитывает деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, поэтому может характеризовать

ситуацию на рынке труда в этих городских образованиях только отчасти. Но тем не менее сложная ситуация в системе занятости населения большинства этих городов сохраняется.

Таблица 1

Среднесписочная численность работников организаций (без субъектов малого предпринимательства) в городских округах Архангельской области, 2017-2021 гг., чел.

Городские округа	2017	2018	2019	2020	2021	2021 г. к 2017 г., %
Архангельск	88604	87466	84824	83768	83972	94,8
Коряжма	12319	12258	12153	11964	11397	92,5
Котлас	18909	18578	18094	17660	18004	95,2
Новая Земля	833	862	886	768	1017	122,1
Новодвинск	10948	10773	10550	10371	10058	91,9
Северодвинск	69849	70839	71483	72502	72830	104,3
Нарьян-Мар	12143	12159	12066	12633	12008	98,9
Всего	213605	212935	210056	209666	209286	98,0

Составлено по данным Росстата [1]

Сам по себе показатель среднесписочной численности работников организаций носит просто информативный характер, поскольку отражает масштаб занятых трудовых ресурсов в городе. Для того, чтобы повысить аналитическое значение данного показателя его надо увязывать с численностью населения города. Так, А.М. Булкина предлагает рассчитывать долю занятых от общей численности населения муниципального образования относительно среднесписочной численности работников организаций [2]. Мы представили данные расчеты в таблице 2.

Таблица 2

Доля занятых в общей численности населения городских округов Архангельской области, 2017-2021 гг., чел.

Городские округа	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение 2021 г. в сравнении с 2017 г., %
Архангельск	24,8	24,6	23,9	23,7	24,0	-0,8
Коряжма	33,4	33,6	33,8	33,7	32,5	-0,9
Котлас	25,4	25,0	24,3	23,7	24,1	-1,2
Новая Земля	28,0	27,8	27,0	22,1	28,1	0,0
Новодвинск	28,4	28,2	27,8	27,7	27,2	-1,2
Северодвинск	37,8	38,5	39,0	39,8	40,2	2,4
Нарьян-Мар	49,1	49,0	48,3	49,8	46,8	-2,3
Всего	29,7	29,7	29,4	29,5	29,6	-0,1

Рассчитано по данным Росстата без учета занятых в субъектах малого предпринимательства [1]

Фактически, данный индикатор представляет собой по сути коэффициент занятости горожан. Однако, он имеет один важный

недостаток: в соответствии с методологией учета среднесписочная численность работников организаций Росстата, с 2017 г. она определяется без субъектов малого предпринимательства. В ряде же малых городов, не имеющих каких-либо крупных градообразующих предприятий, в условиях постиндустриализации, большая часть занятых может приходиться именно на субъекты малого и среднего предпринимательства, т.е. этот «пласт» в населении города может быть очень значителен. Его недоучет снижает объективность данных и результатов исследования.

На основании данных муниципальной статистики мы рассчитали также относительный индикатор доли среднесписочная численность работников организаций в среднегодовой численности населения этих городов. Выводы по анализу данных расчетов совпадают с выше выявленной закономерностью о том, что более позитивной отличается ситуация на рынке труда Северодвинска и Новой Земли, а все остальные городские округа находятся в более сложной ситуации, что требует разработки и принятия специальных более действенных мер содействия развития занятости в корпоративном секторе.

Заключение. Таким образом, мы наблюдаем достаточно проблемную ситуацию на рынке труда городов Архангельской области, выраженную в относительно невысокой доле занятых в общей численности населения, которая к тому же и имеет тенденцию снижения в последние годы, что указывает на негативные процессы, формирующие процесс занятости. Это еще более усугубляется сокращением численности занятых и трудовых ресурсов как в настоящее время, так и в перспективе, в связи с неблагоприятной демографической ситуацией из-за суженного типа воспроизводства населения и миграционного оттока жителей. Сложившаяся ситуация требует актуализации мер демографической политики по стимулированию создания новых рабочих мест и привлечения на вакансии местных жителей, в том числе посредством развития предпринимательской инициативы и самозанятости населения.

Список литературы

1. База данных «Показатели муниципальных образований» // Федеральная служба государственной статистики (Росстат): официальный сайт. – 2022. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Munst.htm> (дата обращения 24.09.2022).
2. Булкина, А. М. Статистический анализ дифференциации социально-экономического развития муниципальных образований: автореферат дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.12 / А.М. Булкина. – Новосибирск, 2017. – 23 с.
3. Гузенко, О. И. Экономика труда: учеб. пособие / О. И. Гузенко, О. Е. Иванова. – Ростов-н-Д.: Изд-во Донской гос. техн. ун-та, 2018. – 187 с.
4. Иванова, О. Е. Экстерналии человеческого капитала в контексте развития городской среды / О. Е. Иванова, С. В. Беликова // Инженерный вестник Дона. – 2015. – № 4 (38). – С. 102.

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Юрина Н.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

yurina.yno@donnu.ru

Введение. Статистические исследования показателей деятельности субъектов малого предпринимательства обеспечивают объективность в систематизации, оценке и обосновании полученных результатов; дают возможность выявить основные тенденции и закономерности развития индикаторов; предложить и реализовать мероприятия активизации приоритетных направлений их деятельности.

Недостаточно разработанными в научной литературе являются особенности применения статистических методов для изучения показателей деятельности малых предприятий, что и определило цель работы, которая состоит в статистической оценке показателей малого предпринимательства для разработки актуальных направлений развития деятельности.

Основная часть. Предпринимательский сектор выполняет важные функции в экономике Российской Федерации, подтверждает свою значимость в современных условиях, обеспечивая устойчивую занятость работников, увеличение числа самозанятого населения, доступ к разнообразным товарам и услугам, обозначая роль субъекта инновационной деятельности и гибкой системы управления (табл.1).

Таблица 1

Показатели сектора малого и среднего предпринимательства
Российской Федерации, 2010-2020гг.

Годы	Удельный вес малого и среднего предпринимательства в ВВП, %	Удельный вес занятых в секторе малого и среднего предпринимательства, %	Удельный вес предпринимательских доходов в доходах населения, %
2010	19,9	27,0	21,0
2015	19,9	28,0	17,5
2016	21,6	26,0	17,4
2017	21,9	27,0	17,3
2018	20,2	27,0	17,1
2019	20,8	26,0	17,0
2020	19,8	27,0	15,5

Составлено по данным [1, с.6; 2, с. 7].

За 2010-2020 гг. показатели удельного веса малого и среднего предпринимательства в ВВП, удельного веса предпринимательских доходов в доходах населения в среднем ежегодно снижались соответственно на 0,1% и 0,9%. Удельный вес занятых в секторе малого и среднего предпринимательства в среднем за анализируемый период не изменился. При этом заметный прирост, на 3,8% отмечен в 2017 г. по сравнению с 2016г. и в 2020г. по сравнению с 2019г., значительное снижение, на 7,1% наблюдается в 2016г. по сравнению с 2015г. В 2021 г. по сравнению с 2020г. следует отметить прирост числа самозанятых в предпринимательской сфере, в 2,638 раза.

За период 2019-2020 гг. снижение показателей деятельности малых предприятий объясняется последствиями распространения коронавирусной инфекции COVID-19, замедлением экономической активности, сокращением реальных доходов населения, снижением спроса на товары и услуги малого предпринимательства, высокой арендной платой, повышением цен на сырье и тарифы, усилением налогового контроля, повышением НДС, уходом в теневой бизнес.

Следует отметить, что негативные последствия Пандемии в Российской Федерации затронули 68,9% компаний сектора малого и среднего предпринимательства. Во время карантина не работало 56,1% компаний. В 2020 г. падение спроса продукции коснулось 80% компаний, до настоящего момента спрос не восстановился у 52,6% компаний. Оборот малых предприятий за 2020 г. снизился на 3,1 трлн руб. (на 51,6%). Удельный вес малых предприятий, имеющих задолженность по кредитам (включая просроченную), от общего числа малых предприятий, вырос в 2020 г. по сравнению с 2019г. с 20% до 30 % [1, с.9].

Показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в основном развиваются опережающими темпами по сравнению с показателями субъектов хозяйствования России. Это объясняется тем, что малые предприятия максимально используют экономический потенциал территориальных единиц; развиваются в приоритетных для регионов видах экономической деятельности; стабилизируют рынок, используя в обороте местные сырьевые ресурсы; производят продукцию под заказ, в совершенстве владея уровнем спроса на федеральных и региональных рынках; располагают конкурентными преимуществами, имея небольшие капиталовложения в расчете на одного работника, быстрый оборот наличных денежных средств.

Результаты анализа динамики основных показателей малых и средних субъектов предпринимательской деятельности России за 2017-2021 гг. представлены в таблице 2. За 2017-2021 гг. количество малых и средних субъектов предпринимательской деятельности в среднем ежегодно увеличивалось на 0,4%, численность занятых на них снижалась на 0,8%. Заметный прирост по показателям отмечен в 2018г. по сравнению с 2017г., соответственно на 6,9% и 4,0%. Значительное снижение

количества отмечено в 2020г. по сравнению с 2019г. на 4,3%, численности занятых в 2021г. по сравнению с 2020г. на 4,1%.

Таблица 2

Динамика показателей малых и средних субъектов
предпринимательской деятельности России, 2017-2021гг.

Годы	Количество МСП, млн. ед.	Ежегодные коэффициенты изменения	Численность занятых на МСП, млн. чел.	Ежегодные коэффициенты изменения
2017	5,54	-	18,59	-
2018	5,92	1,069	19,34	1,040
2019	5,84	0,986	18,77	0,971
2020	5,59	0,957	18,78	1,001
2021	5,62	1,005	18,01	0,959

Составлено и рассчитано по данным [2, с.8].

Развитие предпринимательства на современном этапе во многом связано с цифровизацией. Интенсивность использования цифровых технологий бизнесом – важнейший показатель цифровизации бизнес-процессов. Население стало чаще прибегать к онлайн-услугам (заказывать еду и различные товары на дом); использовать интернет-банкинг; наблюдается расширение сферы удаленной занятости и др.

Несмотря на положительные тенденции в развитии малого бизнеса, существует ряд проблем, сдерживающих его развитие [2, с.17]: административное давление и высокие штрафы; несбалансированность налоговой системы; ограниченность возможностей для беззалогового кредитования; отсутствие единого окна в общении с бизнесом.

Заключение. Результаты проведенного исследования показателей деятельности субъектов малого предпринимательства Российской Федерации дали возможность выделить основные мероприятия для поддержки их развития [1, с.45]: совершенствование законодательства, способствующего развитию делового климата; устранение административных и организационных барьеров; льготное рефинансирование и реструктуризация кредитов, лизинга для субъектов МСП. Реализация указанных направлений государственной поддержки должна обеспечить эффективное развитие сферы предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Малое и среднее предпринимательство/ Постковид. Время для системных решений: Специальный доклад Президенту Российской Федерации/ под ред. Б.Ю. Титова. – Москва: Институт экономики роста им. Столыпина П.А., 2021. – 60с.
2. Малый и средний бизнес в регионах России: тренды, драйверы и антикризисная политика: Национальный доклад/ под ред. В.А. Бариновой, А.С. Гладкого, К.В. Демидовой и др. – Москва: РАНХиГС, 2022. – 67с. – ISBN 978-5-85006-399-3
3. Россия в цифрах. 2021: Краткий статистический сборник/П.В. Малков. – Москва: Росстат, 2021. – 275 с. – ISBN 978-5-9906962-5-9

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ СФЕРЫ ПЛАТНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Юрина Н.А., канд. экон. наук, доц., **Чухман Ю.И.**
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
yurina.yno@donnu.ru

Введение. Статистическое изучение показателей сферы услуг дает возможность собрать, обобщить и систематизировать информацию; выявить и оценить основные тенденции и закономерности; разработать и реализовать направления их перспективного развития в экономике Российской Федерации.

Информация обеспечивает данными, необходимыми для статистического исследования состояния и развития изучаемых объектов; является базой для разработки системы статистических показателей; способствует комплексному анализу их количественных и качественных характеристик; ориентирована на реализацию интересов государства в области информатизации и цифровизации; является основой для принятия и реализации управленческих решений.

Недостаточно разработанными в научной литературе являются направления применения статистических методов для изучения показателей сферы платных услуг, что и определило цель работы.

Цель исследования – информационно-аналитическое обеспечение статистического изучения сферы платных услуг населению для формирования направлений ее развития.

Основная часть. Значение сферы услуг в современной экономической системе проявляется в ускорении экономического развития; увеличении удельного веса объемов оказанных услуг в валовом внутреннем продукте страны; создании новых рабочих мест; формировании значительной части государственного бюджета; решении социальных проблем; повышении уровня и качества жизни населения.

Выполнение комплексного исследования показателей объема платных услуг населению осуществляется на основе своевременно получаемой достоверной и качественной информации. Основные элементы информационно-аналитического обеспечения по сфере услуг представлены в таблице 1. При этом обобщенная и систематизированная информация формируется на основе данных форм статистической отчетности: № 1 – услуги (годовая) «Сведения об объеме платных услуг населению»; № II – услуги (месячная) «Сведения об объеме платных услуг населению по видам»; Форма № 1 - ДА услуги – (квартальная) «Обследование деловой активности в сфере услуг».

Таблица 1

Информационно-аналитическое обеспечение для статистического изучения
сферы услуг Российской Федерации

Название статистических сборников	Показатели	Статистические методы
«Платное обслуживание населения в России»	Платные услуги населению по видам услуг: бытовые; транспортные; услуги почтовой связи и курьерские; услуги в сфере телекоммуникаций; жилищные услуги; коммунальные услуги; медицинские услуги и услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам; услуги физической культуры и спорта; услуги в области туризма; услуги в области образования; услуги культуры; юридические услуги; деловая активность в сфере услуг.	Статистическое наблюдение; сводка и группировка; кластерный анализ; метод обобщающих показателей; анализ динамических рядов; индексный метод; корреляционно-регрессионный анализ; табличный и графический методы.
«Регионы России. Социально-экономические показатели» (Раздел 16 «Торговля и услуги населению»)	Объем платных услуг населению; индексы физического объема платных услуг населению; объем платных услуг на душу населения; структура платных услуг населению; общий объем и объем на душу населения по видам услуг.	
«Российский статистический ежегодник» (Раздел 19 «Торговля и услуги населению»)	Объем платных услуг населению; индексы физического объема платных услуг населению; распределение платных услуг населению по видам; объем, индексы физического объема, распределение по видам бытовых услуг.	

Составлено по данным [2, 3, 4].

Проведенный анализ показал, что объем платных услуг населению в среднем ежегодно за 2010-2020гг. возрастает на 3,1%. За период 2015-2020гг. ежегодно наблюдался прирост показателя, в 2020г. отмечено снижение на 12,1%. Объем платных услуг на душу населения за 2010-2020гг. в среднем ежегодно увеличивается на 2,9%. За 2015-2020гг. наблюдается ежегодный рост показателя, однако в 2020г. снижение составило 11,9%. Индекс физического объема платных услуг населению показывает изменение их объема (в процентах) в результате влияния его физического объема при исключении влияния ценового фактора. За 2015-2020гг. только в 2020г. отмечено снижение показателя, что объясняется последствиями распространения коронавирусной инфекции COVID-19: замедлением экономической активности, сокращением реальных доходов населения, снижением спроса на товары и услуги, практически полным запретом на оказание гостиничных, туристических, санаторно-курортных

услуг и проведение массовых мероприятий, сокращением пассажирских перевозок, высокой арендной платой, повышением цен на сырье и тарифы, усилением налогового контроля, повышением НДС, уходом в теневой бизнес [5, с.112] .

В 2020г. значительный удельный вес приходится на коммунальные – 23,5%, транспортные – 15,2%, телекоммуникационные –15,5% и бытовые – 10,7% услуги. Наименьший удельный вес занимают услуги, предоставляемые пожилым гражданам и инвалидам (0,3%). Высокий удельный вес коммунальных услуг можно объяснить тем, что они формируются за счет денежных средств, фактически уплаченных потребителем за услуги электроснабжения; холодного и горячего водоснабжения; водоотведения (канализации); газоснабжения; теплоснабжения (отопления) и другие услуги. Рост показателя обусловлен постоянным увеличением тарифов на различные виды коммунальных услуг.

Заключение. Результаты проведенного исследования показателей платных услуг населению России дали возможность выделить комплекс мероприятий по поддержке предприятий сферы услуг, представленный в Едином плане по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024г. [1, с.199-203]: формирование условий для легкого старта и комфортного ведения бизнеса субъектами малого и среднего предпринимательства и самозанятыми гражданами; прямая поддержка, реализуемая в виде: финансовых и нефинансовых инструментов инструментов; формирование и развитие единой цифровой среды и др.

Реализация указанных направлений государственной поддержки должна обеспечить эффективное развитие сферы услуг, усиление её роли в экономике Российской Федерации.

Список литературы

1. Деловой климат в сфере услуг в I полугодии 2020 года. Информационно-аналитический материал Института статистических исследований и экономики знаний. / под ред. Липкинд Т.М. – Москва: НИУ ВШЭ, 2020 – 27 с.
2. Платное обслуживание населения в России. 2021: Статистический сборник / под ред. С.М. Окладникова. – Москва: Росстат, 2021. – 114 с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: Статистический сборник / под ред. С.М. Окладникова. - Москва: Росстат, 2021. – 1112 с.
4. Российский статистический ежегодник. 2021: Статистический сборник/под ред. П.В. Малкова. – Москва: под ред. П.В. Малкова. – Москва: Росстат, 2021. – 692 с. – ISBN 978-5-9906962-5-9
5. Юрина Н.А. Статистическая составляющая в анализе платных услуг населению Российской Федерации / Н.А.Юрина, Ю.И.Чухман // Финансы, учет, банки. – 2021. – № 3-4(36– 37). – С.109 – 116.

Экономическая теория

УДК 316.344.233

БЕДНОСТЬ В УСЛОВИЯХ РОСТА ЭКОНОМИКИ: СОСТОЯНИЕ И ПРИЧИНЫ ПРОТИВОРЕЧИЯ

Арабаджи Ю.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
arabadzhi_i@mail.ru

Введение. Современное состояние мировой экономики, несмотря на различные катаклизмы 2019-2022 годов, включая пандемию COVID-19, характеризуется позитивной динамикой основных макроэкономических показателей. Так, по данным Международного валютного фонда (МВФ), в 2021 году по сравнению с 2020 годом глобальный ВВП, рассчитанный по паритету покупательной способности, возрос на 12,6% [1]. А по прогнозу МВФ, в период 2021-2026 годов среднегодовые темпы роста мировой экономики составят 4,1% [2]. Подчеркнём, что в связи с ситуацией в мире, обусловленной специальной военной операцией России, прогнозные показатели существенно снижены: в 2022 году ожидается сокращение темпов роста мировой экономики до 2,9% [3]. И всё-таки, рост экономики будет продолжаться, хотя и значительно меньшими темпами по сравнению с прогнозными данными.

В условиях экономического роста представляется закономерным рост благосостояния населения планеты. Однако такая постановка вопроса некорректна, если учитывать факторы, противодействующие этому, механизмы распределения результатов экономической деятельности (особенно в условиях ограниченности доступа подавляющей части общества к экономическим ресурсам), а также, если учитывать конкретные показатели, характеризующие экономическое положение народов мира.

Целью данного исследования является анализ состояния и причин бедности в условиях экономического роста.

Основная часть. Проанализируем динамику экономического развития (ВВП по ППС) на уровне глобальной экономики и по отдельным регионам мира, сгруппированным по методологии Всемирного Банка (табл. 1).

Данные таблицы, включая прогнозы, в целом характеризуют достаточно позитивно перспективы и глобальной экономики, и экономики регионов. Так, несмотря на ожидающийся в 2022 году спад с 5,7% до 2,9% темпа роста мирового ВВП (под влиянием известного фактора), всё-таки в перспективе рост будет (в 2023 и в 2024 годах ожидается в 3%).

Хуже обстоит дело в странах с развитой экономикой. В 2022 году относительно 2021 ожидается спад темпов роста ВВП почти в 2 раза (с 5,1% до 2,6%), а в перспективе – до 1,9% в 2024 году.

Таблица 1

Темпы роста мировой экономики (ВВП в ППС)*

Регионы мира	Годы					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Мир	2.6	3.3	5.7	2,9	3.0	3.0
Страны с развитой экономикой	1.7	4.6	5.1	2.6	2.2	1.9
Страны с формирующимся рынком и развивающиеся страны	3.8	1.6	6.6	3.4	4.2	4.4
Восточная Азия и Тихоокеанский бассейн	5.8	1.2	7.2	4.4	5.2	5.1
Европа и Центральная Азия	2.7	1.9	6.5	2.9	1.5	3.3
Латинская Америка и Карибский бассейн	0.8	6.4	6.7	2.5	1.9	2.4
Ближний Восток и Северная Африка	0.9	3.7	3.4	5.3	3.6	3.2
Южная Азия	4.1	4.5	7.6	6.8	5.8	6.5
Африка к югу от Сахары	2.6	2.0	4.2	3.7	3.8	4.0

* Составлено по данным Всемирного Банка [3]

Страны с формирующимся рынком и развивающиеся страны демонстрируют большую устойчивость экономического роста: несмотря на ожидающийся в 2022 году спад темпов роста ВВП почти в 2 раза по сравнению с 2021 годом (с 6,6% до 3,4%), в перспективе показатель достигнет 4,4%.

Хорошие перспективы в странах региона Южной Азии и Африки к югу от Сахары: в Южной Азии перспективный показатель – 6,5%, а в странах, расположенных южнее Сахары – 4%, что в 2 раза выше показателя 2020 года.

Итак, экономический рост мировой экономики (даже при снижении его темпов) – хорошее основание предполагать повышение благосостояния населения планеты. Однако рассмотрим реальную картину богатства и бедности на планете. Подчеркнём, что достаточно подробный её анализ уже отражён в наших исследованиях, в частности в работе “Противоречия в системе отношений «богатство – бедность»” [4]. Нами установлено, что с ростом мировой экономики растёт противоречие между богатством и бедностью. Проявляется это противоречие в росте разрыва между группами богатых и бедных людей планеты. Достаточно сказать, что в 2009 году, согласно данным Oxfarm, 1% самых богатых людей планеты владел 44% мирового богатства, в 2014 году этот показатель возрос до 48%, а в 2020 – до 82% [5]. В настоящее время 11% мирового богатства сосредоточено в руках 0,01% населения Земли [6].

Согласно данным Credit Suisse, численность так называемого условного нижнего среднего класса возросла более чем в три раза

с 507 млн. человек в 2000 году до 1,715 млрд. человек в 2020 году. Аналитики объясняют рост этого показателя стремительной тенденцией к росту благосостояния жителей Китая и других развивающихся экономик мира. При этом подчёркивают рост бедности в Индии и Латинской Америке. Что касается стран Африки, то они «сумели за прошедшие годы несколько снизить численность беднейших слоёв населения». Это связано с позитивной динамикой экономического роста в основном стран, расположенных к югу от Сахары [6]. В развитых странах наблюдается «усреднение» доходов населения. Это относится к США, где наблюдается более равномерное распределение богатства между различными категориями граждан.

Причины обеднения населения в ситуации экономического роста не только в катаклизмах типа «финансовые кризисы», «пандемия COVID-19» и т.п., но в государственной политике распределения доходов и политике обеспечения доступа к экономическим ресурсам. Последняя определяет возможность эксплуатации труда, что проявляется во многих аспектах, в том числе – в отрыве уровней оплаты труда от результатов труда. А это уже вопрос государственной политики распределения в целом.

Заключение. Исследование показывает, что для повышения благосостояния народа, противодействия распространению бедности, для оказания поддержки уязвимым слоям населения в мире и в конкретных странах в условиях экономического роста необходима целенаправленная экономическая политика, содержащая конкретные мероприятия международных организаций и государств, обеспечивающие сокращение бедности, нищеты и искоренение этого явления как такового.

Список литературы

1. Список стран по ВВП (ППС), в миллиардах международных долларов. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 20.09.2022).
2. Основные показатели развития мировой экономики. – URL: <https://www.imemo.ru/publications/electronic-resources/oprme/archive/2021/mir-v-2020-g> (дата обращения: 20.09.2022).
3. Глобальная экономика: прогноз. Всемирный Банк. – URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/publication/global-economic-prospects> (дата обращения: 20.09.2022).
4. Арабаджи Ю.В. Противоречия в системе отношений «богатство – бедность» /Ю.В.Арабаджи // Донецкие чтения 2021: Образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы VI Международной научной конференции (Донецк, 26-27 октября 2021 г.) – Том 5: Экономические науки. Ч. 2: / под общей редакцией проф. С.В.Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2021. – 317 с.
5. Oxfam: 82% мирового богатства – в руках 1% людей. – URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-russian-42780664> (дата обращения: 18.09.2021).
6. Новые средние. Как изменилось распределение богатства в мире в XXI веке. – URL: <https://sber.pro/publication/novye-srednie-kak-izmenilos-raspredelenie-bogatstva-v-mire-v-xxi-veke#:~> (дата обращения: 22.09.2022).

НАСКОЛЬКО ГЛУБОКО ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ МИРОПОРЯДКА НА ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКИЙ РЕГИОН?

Аржаев Ф.И., канд. экон. наук

ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, г. Москва, РФ
arzhaevfedor@gmail.com

Введение. Государства Центральной Азии в теории Х.Дж. Маккиндера – часть Хартленда, контроль над которым обеспечивает доминирование в Евразии [1]. Однако, как и большинство ученых своего времени, Маккиндер не предполагал, что в геополитике могут играть роль малые государства. Изменилось ли что-то за прошедшие 120 лет для региона?

Сложно отрицать глобальные трансформации миропорядка, которые происходят на наших глазах – это и быстрое возвышение азиатских стран, и постепенная деградация европейских интеграционных институтов, сопровождающаяся радикализацией либеральных ценностей и превращением их в деструктивные [2], нельзя не заметить и повышение пассионарности внешней и внутренней политики России и стран «русского мира». Как европейское (англо-саксонское), так и азиатское и российское влияние в Центральной Азии остается исключительно высоким. При этом сами страны региона нельзя отнести в полной мере ни к одному цивилизационному типу из вышеперечисленных, тогда как влияние арабских и тюркских стран на регион тоже значимо. Центральная Азия оказалась между цивилизациями в эпоху их столкновений, и стратегия создания мостов в этих условиях не работает – на войне мосты принято сжигать.

Основная часть. Страны региона столкнулись с экзистенциальным выбором стороны противостояния и пытаются получить наилучшие условия для решения своих внутренних проблем, но влияют ли они сами на диспозицию сил или просто оказались в очередной раз пешками в «Большой игре»? Хотя культурно-исторические особенности играют важную роль в принятии таких решений, доминанта остается экономической. Ранее уже много рассматривались вопросы выгод сотрудничества центральноазиатских стран с различными акторами, включая институты развития, связанные с наиболее влиятельными странами [3 и мн.др.]. Резюмируя результаты таких исследований: европейские страны вместе со Всемирным банком, МВФ и аффилированными проектами развития нацелены на формирование в регионе системы институтов и управления, схожей с европейской, и

никоим образом не на борьбу с проблемами развития стран Центральной Азии. Прокитайские инициативы – важный элемент стратегии китайской экспансии в этих государствах, «Один пояс, один путь», Азиатский банк инфраструктурных инвестиций в большей мере содействуют развитию региона, но все же остаются инструментами влияния КНР. Евразийская интеграция представляется наиболее мягким форматом развития для стран Центральной Азии, однако не может в ее текущей форме предоставить преимущества, аналогичные китайским инициативам.

Центральноазиатские страны исключительно зависимы от внешних кризисов – даже уровень бедности в них во многом определяется кризисными явлениями на соседних рынках. Отсутствие экономической возможности реализовывать независимую политику и частично закрытый характер экономики Туркменистана и до недавнего времени изоляционистская политика Узбекистана на международной арене ограничивают не только возможности этих стран в рамках международной кооперации, но и влияние внешних факторов на их институты (что в современных условиях скорее плюс). Казахстан обладает достаточно устойчивой экономикой, как и Узбекистан, обе страны реализуют многовекторную внешнюю политику, тогда как менее экономически сильный Кыргызстан примкнул к российскому вектору, Таджикистан на современном этапе колеблется в своем выборе и ищет баланс между Россией и КНР.

С учетом вышесказанного теория Х.Дж. Маккиндера действительно верна, но только для сверхдержав, тогда как для Центральной Азии все сводится к попыткам выбора наиболее выгодного партнера из сверхдержав, так как балансирование между ними сегодня становится все сложнее. Меняющийся миропорядок в большей мере изменил не саму ситуацию для стран региона, скорее стал катализатором сокращения времени выбора стороны и отказа от возможности долго пользоваться поддержкой всех региональных акторов попеременно. Прогнозирование изменений ситуации для стран Центральной Азии – попытка предсказать, кто окажется победителем в новом цивилизационном конфликте, что априори не может быть точным прогнозом.

Выделим основные сценарии. В случае сохранения доминирования англо-саксонского миропорядка для стран региона острее встанут проблемы развития, произойдет откат к ситуации непосредственно после развала Советского союза – ни Россия, ни КНР в этой ситуации не будут в силах поддерживать развитие Центральной Азии. В случае доминирования Китая центральноазиатские государства превратятся в сырьевой придаток экономики Поднебесной, однако ряд задач развития все же будет решен – как минимум, крайняя бедность в регионе исчезнет [4]. В случае роста влияния России и Китая, что в современных условиях возможно только совместно, центральноазиатские державы снова вернутся к ситуации

балансирования между двумя суперсилами, однако уже с учетом выбора стороны, которую они поддерживали в текущем кризисе.

В контексте современной ситуации масштабного давления на Россию у стран региона появляются первые возможности сформировать единый подход к интеграции. ШОС, как элемент структуры евразийской безопасности, стал первой площадкой действия которой в 2022 году снизили значимость европейского и англо-саксонского векторов для центральноазиатских государств. Важным элементом вовлечения региональных держав в пророссийский трек стали механизмы параллельного импорта. При этом сами страны, например Таджикистан и Узбекистан, сменили внешнеэкономический курс на более открытый. Все вышесказанное ни в коем случае не должно умалять значение китайского вектора интеграции.

Кризисные явления в сопредельных великих державах (для КНР таким кризисом стал COVID-19 и предшествующая ему торговая война с США) сводят выбор дальнейшего трека развития стран ЦА до дуального выбора между РФ и КНР. На текущем этапе формирование единого подхода к интеграции в регионе в большей степени означает окончательное формирование центральноазиатского типа институтов, основанных на принципах приоритета иерархичности подчинения, централизации принятия решений, значимости культурных, семейных, клановых связей и т.п. [5]. На сегодняшний день нет примеров развития таких институтов на международной арене. Попытки сформировать центральноазиатскую интеграционную модель помимо необходимости создать новый тип интеграционных институтов, столкнется с такими проблемами как: низкая аттрактивность самой модели вследствие отсутствия единого лидера и сопротивления интеграции со стороны сверхдержав, низкий потенциал расширения интеграции, нехолистический характер региона и сложности в поиске общих интересов, неоднородность развития центральноазиатских стран, высокие риски безопасности. Тем не менее, на уровне хотя бы нижней ступени интеграции начало центральноазиатской интеграции должно быть положено именно сейчас, когда условия наиболее благоприятны для консолидации усилий стран региона в расширении экспортно-импортного сотрудничества как с РФ, так и с КНР и Индией. Последнее позволит не только нивелировать доминирующее экономическое влияние Китая, но и использовать фундамент старой геополитической конструкции – треугольника Китай-Индия-Россия для целей балансировки сил и развития региона и региональной интеграции.

Заключение. Фактически, изменение миропорядка не влияет на положение стран, которые находятся вне региональных или глобальных ядер, меняется только набор возможностей развития для них.

Список литературы

1. Маккиндер, Х. Географическая ось истории / Х. Маккиндер. – М. : АСТ. – 2021. – 228 с.
2. Milevsky, L. Modern liberal wars, illiberal allies, and peace as the failure of policy / L. Milevsky // Defense & Security Analysis. – 2020. – Т. 36, № 3. – С. 300 – 313.
3. Гарбузарова, Е.Г. Центральная Азия в современных мирополитических процессах / Е.Г. Гарбузарова. – М. : Аспект Пресс. – 2019. – 192 с.
4. Connecting Central Asia with Economic Centers. – Токио: ADB. – 2014. – 123 с.
5. Buranelli, F.C. Central Asian Regionalism or Central Asian Order? Some Reflections / F.C. Buranelli // Brill. – 2021. – № 8. – С. 1 – 26.

УДК 330.101

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИДЕИ В ТРУДАХ Д. И. МЕНДЕЛЕЕВА

Батракова Л.Г., д-р экон. наук, проф.

ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского», г. Ярославль, РФ
batrakova_L@rambler.ru

Введение. Всемирно известный русский ученый Д.И. Менделеев 36 работ посвятил теоретической экономике. Его авторитет как ученого в Российской империи и в мире был огромен.

Менделеев занимался проблемами развития промышленности, сельского хозяйства, образования, науки и др. В своих трудах он писал о губительности для России сырьевого пути, указывал на необходимость ускорения индустриального развития. Однако Царская Россия была экономически отсталой, поэтому замыслы Менделеева не могли осуществиться, но многие его положения в настоящее время являются актуальными и представляют большой интерес для экономистов.

Основная часть. Выдающийся русский ученый-энциклопедист, химик, экономист, педагог, профессор Императорского Санкт-Петербургского университета (1865-1890), член-корреспондент Петербургской АН (1876) Дмитрий Иванович Менделеев (1834-1907) не только создал периодическую систему химических элементов, но был известен и как автор трудов по экономике. Он написал 431 научную работу, из которых 36 на экономические темы. Сам Дмитрий Иванович считал себя в первую очередь экономистом и писал: «Какой я химик, я – политико-эконом! Что там „Основы химии“, вот „Толковый тариф“ – это другое дело!». Менделеев был горд, что служит России на трех поприщах: научная и педагогическая деятельность, а также «на пользу роста русской промышленности».

Д.И. Менделев написал много работ по теоретической экономике, но наиболее важной из которых является «Толковый тариф, или исследование о развитии промышленности в России, в связи с ее общим таможенным тарифом 1891 года» (1892).

В работах «Об условиях заводского дела в России» (1882), «Приемы естествознания в изучении цен» (1897), «Учение о промышленности» (1900) и «Заветные мысли» (1903-1905) он писал о работе фабрик и заводов, народонаселении, учебных заведениях и др., обобщив свои идеи по развитию экономики и промышленности России [1].

Экономическими вопросами развития промышленности Менделеев занимался с начала 60-х гг. В эти годы он много писал о нефтяной промышленности («Где строить нефтяные заводы?», «По нефтяным делам» и др.), стараясь привлечь внимание к развитию Донецкого и Кузнецкого угольных бассейнов.

По предложению министерства государственных имуществ в 1888 году он посетил Донецкий кряж для оценки природных запасов топлива, условий его добычи и перевозки и представил доклад «О мерах для развития Донецкой каменноугольной промышленности». Он посвятил краю значительную часть своей научной работы и заявил о его высочайшем ресурсном потенциале Донбасса. Сделанные Менделеевым выводы были важны для экономики Российской империя, которая могла экспортировать уголь, отказавшись от его импорта.

Уже в начале XX в. он писал об использовании не только Сибири и Дальнего Востока, но и Северного Ледовитого океана.

Менделеев первым назвал сырьевой путь развития России губительным и писал, что необходимо начать ускорение индустриального развития страны с создания тяжелой промышленности на основе передовой технологии [2, с. 58-69]. Кроме того, он писал о развитии сельского хозяйства, транспорта, а также образования и науки. Как педагог, говоря о целях высшего образования, Д.И. Менделеев указывал на необходимость применять полученные знания в практической деятельности. Он считал, что целью Вузов является соединение абстрактно-бесконечного с конкретной действительностью.

В последней своей работе «К познанию России» (1906) Менделеев кроме характеристик отдельных отраслей, провел анализ промышленного развития России в целом, разработав учение о народном хозяйстве.

Среди его наиболее значимых теоретико-экономических достижений Менделеева можно выделить теорию размещения производительных сил по территориям, закон опережающего развития производства средств производства, концепцию стимулирующего налогообложения и др. В области таможенной политики идеи Д.И. Менделеева были положительно оценены Ф. Энгельсом.

Учение о труде, где Менделеев отметил диалектическую связь труда и капитала является важным аспектом общей экономической теории. Значительный интерес представляют взгляды ученого на вопросы творческого труда, особенно его организации. Его выводы важно анализировать в настоящее время, в период дальнейшего развития интеллектуального труда [4, с. 51-58].

В своих работах Менделеев выделил факторы, оказывающие влияние на развитие России, большое внимание уделял проблемам народонаселения. По данным переписи Всероссийской Империи 1897 г. он рассчитал, что жители Царской России в возрасте до 30 лет составляли 64 % всего населения страны, и провел сравнительный анализ демографической ситуации по сравнению с другими странами мира [5, с. 47-52]. В 1897 г. Российское государство состояло из 97 губерний и областей, в которые входило 816 уездов. Менделеев разделил их на 19 краев.

На основе переписи населения в России в 1897 г. Менделеев разделил жителей по способам существования, которые:

- добывают сырье (рыболовы, земледельцы, горнодобытчики и др.) – «добыватели»,
- перерабатывают сырье (рабочие, ремесленники и др.) – «промышленники»,
- дают «нечто иное, чем хлеб насущный» (врачи, учителя и др.).

Интересно, что сейчас принято выделять сектора именно по видам деятельности:

- первичный – добывающий;
- вторичный – индустриальный (производящий);
- третичный – сервисный (обрабатывающий);
- четвертичный – информационно-управленческий (информационные технологии, образование и наука, управление) [2, с. 58-69; 3, с. 66-69].

Заключение. Д.И. Менделеева называют буржуазно ограниченным экономистом, т.к. он до конца не понимал законы экономического развития общества [6]. Поставленные им задачи не могли осуществиться, т.к. Царская Россия была экономически отсталой страной, сельское хозяйство и другие отрасли не могли достигнуть высокого уровня развития.

Однако многие экономические идеи Д.И. Менделеева позволяют по-другому взглянуть на развитие экономики России. Практический интерес представляют мысли ученого о приоритетном подходе к развитию новых отраслей промышленности.

Список литературы

1. Антонов М. Экономисты милостью Божьей: Дмитрий Менделеев – URL: <https://triaplast.ru/pregnancy-and-childbirth/ekonomisty-milostyu-bozhei-dmitrii-mendeleev-dmitrii-mendeleev.html> (дата обращения 30 июля 2022).
2. Батракова Л.Г. Особенности постиндустриальной экономики и перспективы ее развития в регионах России / Л.Г. Батракова // Социально-политические исследования. – 2021. – № 1 (10). – С. 58-69.

3. Батракова Л.Г. Эволюция социально-экономических систем / Л.Г. Батракова // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – Т. 1, № 2. – С. 66-69.
4. Батракова Л.Г. Человеческий капитал в экономике 21 века: политэкономический аспект / Л.Г. Батракова // Теоретическая экономика. – 2021. – № 7 (79). – С. 51-58.
5. Гердт Я.Д. И. Менделеев о влиянии природных условий на историю, развитие и политику государства / Я.Д. Гердт // Вестник Челябинского государственного университета. – 2007. – № 23. – С. 47-52.
6. Тарлавский В. Дмитрий Менделеев – гениальный русский экономист – URL: <https://www.eg-online.ru/article/262887/> (дата обращения 30 июля 2022).

УДК 330.59:330.567.22:36

СОЦИАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Глухова Е.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
glukhovahelen@mail.ru

Введение. Реализация государственной экономической политики в качестве основной цели предполагает обеспечение надлежащего качества жизни населения территории. При этом критерии качества жизни достаточно разнообразны, а контрольные показатели в зависимости от степени устойчивости экономической системы могут сдвигаться в сторону вершины или основания общеизвестной пирамиды потребностей. В частности, кризисные явления в экономике переводят в отдалённый план вопросы достижения социальных ориентиров – здравоохранения и физического воспитания, образования и охраны окружающей среды, социальной и правовой защиты. В то же время в стратегической перспективе отсутствие должного внимания к социальным аспектам в качестве возможных последствий предполагает конкретные негативные явления экономического характера в виде: сокращения численности трудоспособного населения, увеличения нагрузки на пенсионный фонд, снижения рождаемости, негативных миграционных процессов. Следовательно, акцентирование внимания на решении социальных задач при проведении экономической политики государства позволяет выполнить условия обеспечения надлежащего качества жизни населения с положительным влиянием на экономическую составляющую.

Целью исследования является теоретическое обобщение и практическое применение основных положений, касающихся обоснования социальных ориентиров государственной экономической политики для обеспечения надлежащего качества жизни населения, формирования соответствующих направлений нивелирования социальной напряжённости.

Основная часть. Кризисные явления в экономике на современном этапе развития актуализируют проблемы экономического обеспечения минимальных потребностей человека для формирования соответствия качества жизни населения и уровня социально-экономического развития системы. При фиксации взаимосвязи между качеством жизни населения и уровнем социально-экономического развития территорий отмечается, что экономический, социальный, человеческий потенциал под влиянием соответствующих потребностей обеспечивают функционирование экономических систем, опираясь на периодические изменения стратегического значения составляющих цепи производственных ресурсов: «человеческие ресурсы – материальные ресурсы – финансовые ресурсы» [1].

Современные исследования позволяют наделить государство обязательством создавать благоприятные условия для благополучной жизни людей, обеспечивая экономический рост и стабильность общества [2]. Концентрация внимания на социальных ориентирах экономической политики при обеспечении надлежащего качества жизни населения отвечает классической концепции «базовых потребностей», предложенных Международной организацией труда в 1970 году. Положение данной концепции подробно рассмотрено во многих научных исследованиях, где подчёркивается актуальность и первоочерёдность социальной ориентации государственной экономической политики с последующим обязательным контролем результативности по направлениям развития: финансовое обеспечение населения; забота о состоянии здоровья; возможность получения желаемого образования; занятость и качество трудовой жизни; свободное время и досуг; благоприятная окружающая среда; соответствующее социальное окружение; обеспечение безопасности правосудия; участие в общественной жизни [3].

Влияние значительного количества негативных явлений обостряет проблему безработицы, сокращает доступ широких слоев населения к качественным образовательным и медицинским услугам, ограничивает продолжительность жизни, провоцирует погружение в бедность. При этом бедность, согласно определению по методике ООН, трактуется как: «...сокращение продолжительности жизни, недоступность образования, ограниченные возможности реализации трудовой активности, недоступность качественных продуктов и услуг, в том числе медицинских, растущая изолированность слоев населения от общественной жизни» [4]. Следовательно, вопросы достижения соответствующих социальных ориентиров при реализации государственной экономической политики должны быть одной из основных задач на макроуровне. Социальные ориентиры экономической политики государства должны состоять в достижении реальных положительных сдвигов в потребительской и социально-трудовой сфере; сферах здравоохранения и социальной защиты,

образования и культуры; охраны окружающей среды [5]. Перечисленные сферы предоставляют направления корректировки социальной политики – повышение заботы о состоянии здоровья и духовном состоянии населения; оптимизация демографических характеристик и личных условий жизни населения. Представленная последовательность не случайна – состояние здоровья индивидуума выступает одним из основных показателей качества жизни населения: доступ к качественным медицинским услугам определяет продолжительность жизни, интенсивность трудовой деятельности, направленность демографических процессов и т.д. При решении вопросов здравоохранения заслуживает внимания проблематика увеличения продолжительности жизни, сокращения уровня смертности, внедрение мер, направленных на профилактику заболеваний. Связь программ повышения качества жизни населения и программ здравоохранения является непосредственной, поскольку минимизация влияния негативных факторов на здоровье населения (политическое, экономическое и социальное напряжение, состояние окружающей среды, духовный вакуум, нехватка физической активности) будет способствовать конечному росту качества жизни населения.

В **заключении** следует отметить, что экономические и социальные потребности населения проявляются в формировании соответствующего уровня и качества жизни. Концентрация внимания государства на стабилизации экономической составляющей качества жизни населения оставляет без внимания ряд проблемных вопросов, связанных с потребительской, социально-трудовой сферами; сферами здравоохранения и социальной защиты, образования и культуры; охраны окружающей среды. Необходимость фиксации социальных ориентиров экономической политики государства при обеспечении надлежащего качества жизни населения определяется потребностью корректировки социальной политики – повышение заботы о состоянии здоровья и духовном состоянии населения; оптимизация демографических характеристик и свойства личных условий жизни населения. Перспективы исследований по данному направлению заключаются в обосновании условий и критериев обеспечения надлежащего качества жизни населения в социальном аспекте с одновременным положительным влиянием на экономическую составляющую.

Список литературы

1. Навачыган А.-Х.А. Проблемы управления уровнем и качеством жизни населения [Электронный ресурс] / А.-Х.А. Навачыган // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – №1-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-upravleniya-urovнем-i-kachestvom-zhizni-naseleniya> (дата обращения: 20.09.2022).
2. Данцигер Д.Г. Качество жизни населения глазами организатора здравоохранения / Д.Г. Данцигер, С.Н. Филимонов, Б.П. Андриевский, К.В. Часовников // МвК. – 2022. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-zhizni-naseleniya-glazami-organizatora-zdravoohraneniya> (дата обращения: 21.09.2022).

3. Белоусов А.В. Об управлении качеством жизни населения / А.В. Белоусов // РСЭУ. – 2020. – №4 (51). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-upravlenii-kachestvom-zhizni-naseleniya> (дата обращения: 22.09.2022).
4. Подсушная М.В. Модель принятия решений по формированию стратегии устойчивого развития Донецкой Народной Республики / М.В. Подсушная // Вестник Института экономических исследований. – 2022. – №1(25). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-prinyatiya-resheniy-po-formirovaniyu-strategii-ustoychivogo-razvitiya-donetskoj-narodnoy-respubliki> (дата обращения: 22.09.2022).
5. Хамурадов М.А. Инвестиционная политика как фактор социально-экономического развития государства / М.А. Хамурадов, А.Ж. Керимов, Х.С.-А. Давлатбиева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – №4-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-politika-kak-faktor-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-gosudarstva> (дата обращения: 26.09.2022).

УДК 338.246

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ В РЕГУЛИРОВАНИИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ ДОМОХОЗЯЙСТВ

Гучмазова Д.А.,

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
d.guchmazova@donnu.ru

Введение. Дифференциация доходов домохозяйств принадлежит к числу фундаментальных проблем экономической теории. В условиях происходящих трансформационных процессов, неравенство доходов населения в настоящее время имеет место в большинстве стран мира. Исследования, проводимые различными международными организациями, в том числе Организацией Объединенных Наций и Всемирным Банком, показывают, что в последние годы в мире наблюдаются процессы усиления доходного неравенства населения. Однако опыт многих стран мира демонстрирует, что достичь более равномерного распределения доходов возможно при помощи соответствующей системы социальной защиты населения, основанной на существенной доле социальных расходов в государственном бюджете.

Отдельные вопросы снижения дифференциации доходов населения посредством мероприятий социальной защиты были освещены в работах Л. В. Костылева [1], К. А. Туманянц [2], Ф. И. Ниналаловой [3], И. М. Блохина, И. А. Неводова и А. З. Атажаховой [4].

Целью данной работы является обоснование необходимости осуществления социальных расходов для регулирования дифференциации доходов домохозяйств.

Основная часть. О ключевой роли системы социальной защиты в борьбе с проблемой неравенства населения по доходам свидетельствует

тот факт, что более высокая доля расходов на социальную защиту в ВВП стран мира связана с более равномерным распределением доходов среди членов общества (рис. 1). Для подтверждения данного тезиса, на основе использования метода корреляционного анализа, выявим наличие, тесноту и направления взаимосвязи между расходами на социальную защиту, коэффициентом Джини и уровнем бедности населения.

Анализируемые страны были сгруппированы в зависимости от доли расходов на социальную защиту (в процентах от ВВП): *в первую группу* вошли страны с расходами на социальную защиту от 0,5 % до 5,0 % от ВВП; *во вторую группу* – страны с расходами на социальную защиту от 5,5 % до 10 % от ВВП; *в третью группу* – страны с расходами на социальную защиту от 10,1 % до 15,0 % от ВВП; *в четвертую группу* – страны с расходами на социальную защиту от 15,1 % от ВВП и более.

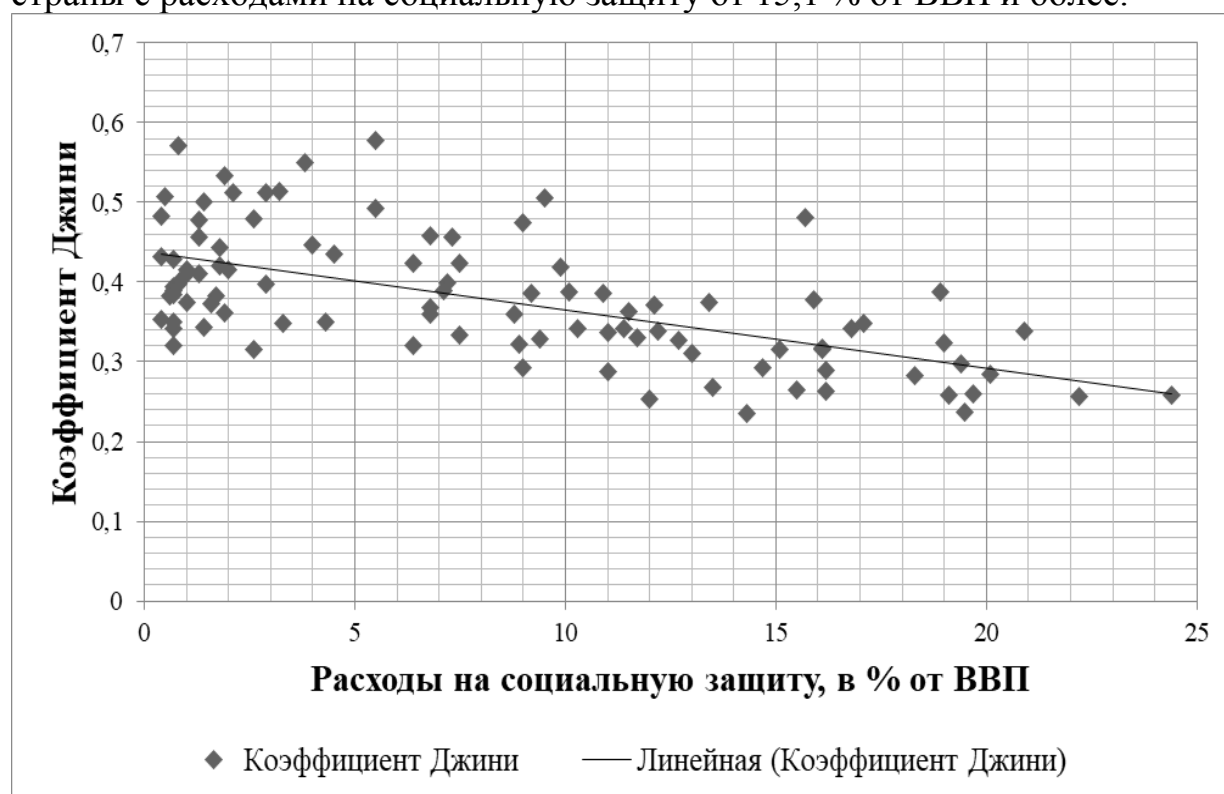


Рис. 1. Государственные расходы на социальную защиту и степень неравенства в распределении доходов домохозяйств по ряду стран мира [5]

В таблице 1 представлены рассчитанные коэффициенты корреляции для стран всех четырех групп.

В первой группе стран корреляционная связь между коэффициентом Джини и расходами на социальную защиту практически отсутствует (-0,00446), что объясняется низкой долей социальных расходов в ВВП анализируемых стран. Однако между расходами на социальную защиту и уровнем бедности населения прослеживается обратная высокая корреляционная связь (-0,50932).

Таблица 1

Коэффициенты корреляции между расходами на социальную защиту
и показателями неравенства доходов населения и уровня бедности

Показатель	<i>Первая группа стран</i> (с расходами на социальную защиту от 0,5 % до 5,0 % от ВВП)	<i>Вторая группа стран</i> (с расходами на социальную защиту от 5,5 % до 10 % от ВВП)	<i>Третья группа стран</i> (с расходами на социальную защиту от 10,1 % до 15,0 % от ВВП)	<i>Четвертая группа стран</i> (с расходами на социальную защиту от 15,1 % от ВВП и более)
Коэффициент Джини	-0,00446	-0,58281	-0,62519	-0,52136
Уровень бедности, % населения	-0,50932	-0,73713	-0,51474	-0,40778

В странах второй группы корреляционная связь между коэффициентом Джини и расходами на социальную защиту обратная заметная (-0,58281). Между расходами на социальную защиту и уровнем бедности населения прослеживается обратная высокая корреляционная связь (-0,73713).

В третьей группе стран наблюдается самая высокая обратная корреляционная связь между коэффициентом Джини и расходами на социальную защиту (-0,62519). Между расходами на социальную защиту и уровнем бедности населения прослеживается обратная заметная корреляционная связь (-0,51474).

В странах четвертой группы прослеживается заметная обратная корреляционная связь между коэффициентом Джини и расходами на социальную защиту (-0,52136). Между расходами на социальную защиту и уровнем бедности населения корреляционная связь обратная умеренная (-0,40778).

Заключение. Проведенный корреляционный анализ по четырем группам стран мира показал, что в большинстве анализируемых групп стран корреляционная связь между расходами на социальную защиту и дифференциацией доходов населения заметная и высокая. На основании этого можно утверждать, что от уровня расходов на социальную защиту в ВВП стран зависит степень неравенства населения по доходам.

Список литературы

1. Костылева Л. В. Неравенство населения России: тенденции, факторы, регулирование [Текст]: монография / под рук. д.э.н., проф. В.А. Ильина; Л.В. Костылева. – Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2011. – 223 с.
2. Туманянц К. А. Социальная политика в Российской Федерации: необходима смена приоритетов [Текст] / К. А. Туманянц // Финансы и кредит. – 2011. – № 15 (447). – С. 38-45.
3. Ниналалова Ф. И. Социальные расходы как приоритет бюджетной политики

- государства [Текст] / Ф. И. Ниналалова // Финансы и кредит. – 2013. – № 36 (564). – С. 16-21.
4. Блохина И. М. Социальная сфера – приоритет федеральных расходов России и Германии [Текст] / И. М. Блохина, И. А. Неводова, А.З. Атажахов // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 4 (39). – С. 413-422.
5. WORLD SOCIAL PROTECTION REPORT 2020-22 [Electronic resource]. – URL: <https://www.social-protection.org/gimi/ShowWiki.action?id=629>, free. – Title from the screen. – Date of access: 19.03.2022.

УДК 339.9

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Дегтярев С.В., Химченко А.Н., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
sergey_degtyarev97@mail.ru

Введение. Современный этап развития корпоративных отношений характеризуется усилением противоречий в процессе функционирования международных корпоративных структур (МКС) и стейкхолдерами в т.ч. и государством. Противоречия между МКС и государствами можно сгруппировать в три группы: противоречия экономических интересов МКС и принимающих стран, противоречия дипломатических изменений взаимодействия, организационно-экономические противоречия. Одним из механизмов разрешения противоречий выступает корпоративное управление.

Основная часть. В Российской Федерации, 5 апреля 2002 года был принят первый Кодекс корпоративного поведения, носивший рекомендательный характер. В 2014 году Кодекс корпоративного поведения был пересмотрен и получил новое название – Кодекс корпоративного управления (далее – Кодекс) [1]. 13 февраля 2014 года он был одобрен Правительством Российской Федерации, а 21 марта 2014 года одобрен Советом директоров Банка России для акционерных обществ, государственных корпораций и компаний. Впоследствии Правительство Российской Федерации приняло решение о приоритетном внедрении Кодекса в 13 компаниях с государственным участием из перечня, утвержденного распоряжением Правительства № 91-р [2].

Ежегодно Банк России проводит обзор практик внедрения принципов Кодекса и оценку качества объяснений причин несоблюдения (частичного соблюдения) принципов и рекомендаций акционерным обществам, акции которых включены в котировальные списки ПАО Московская биржа.

Согласно результатам анализа Отчетов, средний уровень внедрения принципов Кодекса по сравнению с 2019 годом существенно не изменился и составил 77% от общего числа принципов Кодекса (рис. 1).

На протяжении 2016–2020 годов наблюдается увеличение числа принципов Кодекса, которые полностью соблюдают ПАО: в 2016 году – 69, а в 2020 году – 77. В тоже время происходит снижение числа ПАО, которые частично или не соблюдают принципы Кодекса.

Средний уровень качества объяснений причин несоблюдения (частичного соблюдения) принципов Кодекса, приведенных обществами, акции которых включены в котировальные списки ПАО Московская Биржа, как и в прошлом году, сохраняется на уровне 63%.



Рис. 1. Среднее число принципов Кодекса, которые ПАО из КС1 и КС2 соблюдают, частично соблюдают и не соблюдают, % (разработано авторами по материалам [3])

Сформированная на современном этапе модель корпоративного управления все больше становится похожей на континентально-европейскую (стейкхолдерскую), которая основана на соблюдении баланса интересов различных стейкхолдеров корпорации, а не только интересы ключевого собственника.

Система корпоративного управления в России прошла путь от появления в процессе приватизации государственной собственности акционерных компаний, их становления и развития до крупных корпораций, выхода их на международный финансовый рынок. Геополитические и экономические вызовы последних лет заставляют задуматься над новыми механизмами эффективности российских корпораций.

С целью нивелирования угроз национальной безопасности, а также увеличения экономического роста в Российской Федерации рационально создание благоприятных условий для отечественных и иностранных инвесторов, так как обеспечение «качества» экономического роста возможно исключительно при целесообразном использовании отечественных и иностранных инвестиций. МКС владеют инновациями, современными технологиями, эмпирической базой и знаниями, необходимыми для форсированного и качественного развития экономики Российской

Федерации. Акцентируя внимание на текущей геоэкономической и геополитической ситуации, в частности, влияния последствий происходящих процессов на экономику Российской Федерации и функционирование МКС на её территории необходимо усовершенствовать Кодекс корпоративного управления и принятие его на законодательном уровне.

В таблице 1 представлены этапы совершенствования Кодекса корпоративного управления в Российской Федерации.

Таблица 1

Этапы совершенствования Кодекса корпоративного управления
в Российской Федерации (разработано автором)

Название этапа	Содержание
Подготовительный	Комплексное исследование корпоративного управления в современных условиях
Организационный	Организация площадок, круглых столов, подиумных дискуссий по вопросам совершенствования Кодекса корпоративного управления при участии органов государственной власти, Союза предпринимателей, а также представителей МКС
Нормативный	Создание нормативной и методической базы, позволяющей осуществить широкое внедрений и продвижение Кодекса корпоративного управления, включая концепцию нефинансовой отчетности
Законодательный	Утверждение Кодекса корпоративного управления на законодательном уровне
Практический	Утверждение обновленного перечня организаций, обязанных публиковать нефинансовую отчетность, а также ряд других отчетов

Обновленный Кодекс, принятый Правительство и Банком Российской Федерации в 2014 году, носит рекомендательный характер исключительно для компании, торгуемых на фондовой бирже. Предлагается разработать общий Кодекс для всех ПАО и утвердить его на законодательном уровне. Целью обновленного Кодекса должен стать экономический рост государства за счет устойчивого финансового развития ПАО (МКС), а также достижение баланса интересов внешних и внутренних стейкхолдеров. В связи с этим предлагаются следующие направления Кодекса:

- разработка общих правил функционирования российских и зарубежных ПАО (МКС);
- определение стратегии развития и задач на долгосрочную перспективу, системы внутреннего контроля и механизмов эффективного взаимодействия исполнительных органов власти с акционерами и инвесторами;
- повышение прозрачности деятельности акционерных обществ, публикацию ими информации на основе международных стандартов в т.ч. интегрированной отчетности;

- определить в качестве стратегических целей акционерного общества поддержание финансовой устойчивости, повышение производительности труда, рост показателей производства и экспорта, достижение энергоэффективности, осуществление модернизации, технического и технологического обновления производств, ведущие к повышению стоимости акций;

- разрабатывать положение о порядке действий при конфликте интересов для предотвращения возникновения и урегулирования спорных ситуаций, связанных с конфликтом интересов;

- реализовать меры по переходу акционерного общества к публикации интегрированной отчетности на основе международных стандартов аудита и финансовой отчетности;

- разработка положений концепции социальной ответственности корпораций.

Также, Кодекс корпоративного управления должен выступать эффективным инструментом согласования интересов многочисленных стейкхолдеров и недопущение злоупотребления правом, защиты прав акционеров при осуществлении корпоративных действий. Необходима постоянная актуализация Корпоративного кодекса управления как механизма разрешения и предотвращения конфликтов интересов стейкхолдеров.

Необходимо отметить, что некоторые крупнейшие МКС России имеют Кодексы корпоративного управления, а также осуществляют практику публикации интегрированной отчетности, а именно «Отчет об устойчивом развитии», например, такие как ПАО «Газпром», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «НОВАТЭК», ПАО «Транснефть», ПАО «ГМК «Норильский никель», ПАО «Магнит», ПАО «Аэрофлот» и др.

Заключение. Корпоративное управление является неотъемлемой частью функционирования корпораций. В большинстве стран мира принимаются Кодексы корпоративного управления. В Российской Федерации в 2014 году был одобрен Правительством Российской Федерации и принят Банком Российской Федерации новый Кодекс корпоративного управления. Кодекс носит рекомендательный характер исключительно для компании, торгуемых на фондовой бирже. С целью совершенствования корпоративных отношений, а также нивелированию рисков и угроз национальной безопасности предлагается разработать общий Кодекс корпоративного управления для всех ПАО (МКС) и принятие его на законодательном уровне.

Список литературы

1. Кодекс корпоративного управления // Центральный банк Российской Федерации. – URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 12.09.2022 г.).

2. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 23.01.2003 г. № 91-р. – URL: <http://government.ru/> (дата обращения: 12.09.2022).
3. Обзор практики корпоративного управления в российских публичных обществах по итогам 2020 года // Центральный банк Российской Федерации. – URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 12.09.2022 г.).

УДК 331.108

РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Диброва Е.Н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
ya-di.katya@yandex.ru

Введение. В современной экономике высоких технологий и высокой конкуренции прирост конкурентоспособности становится ключевой задачей для управленцев не только в частном, но и в государственном секторе.

Целью данного исследования является определение роли образования в формировании человеческого капитала.

Основная часть. С появлением такого термина как «обучающиеся организации», т.е. организации, которые создают, приобретают, передают и сохраняют знания, ведущим фактором конкурентоспособности становится человеческий капитал. Понятие человеческого капитала было сформулировано Нобелевским лауреатом Г.С. Бэкером еще в XX в. и с тех пор не претерпело существенных изменений [1, с. 16]. Современные исследователи, подобно их предшественникам, соглашаются с тем, что человеческий капитал формируют образование, медицинские расходы (здоровье), общий уровень культуры, а также иные специфические характеристики, соответствующие эпохе (например, умение работать за компьютером) [1, с. 16].

Большинство современных исследователей согласны с тезисом, который гласит, что формирование человеческого капитала начинается в детстве и школьные годы, когда закладывается базис последующего увеличения человеческого капитала (навыки чтения, письма, устной речи, основы культуры и т.п.) [2]. Именно поэтому образовательная система должна отвечать современным вызовам высокотехнологичного конкурентного мира, предоставляя учащимся не только знания, но и навыки поиска и критической оценки информации, умения отстаивать свою точку зрения.

В законодательстве Донецкой Народной Республике имеется полное определение термина «образование», согласно которому его представляют

в качестве единого целенаправленного процесса воспитания и обучения, который является общественно значимым благом и осуществляется в интересах человека, семьи, общества и государства, а также как совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностно-смысловых установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях физического, интеллектуального, личностного, духовно-нравственного, творческого, социального и профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов [3].

В последнее время происходит смена основных компонентов образовательных парадигм, которая связана с переходом от образовательной парадигмы индустриального общества к образовательной парадигме постиндустриального общества. В результате этого акцент смещается на самообразование и саморазвитие человека в рамках обучения. Подобный процесс ни в коем случае не нивелирует значение классического образования в эпоху глобализации и интернационализации – напротив, образование выходит на новый уровень, отвечая вызовам современности. К примеру, если в индустриальном обществе основным источником знаний являлись учебники, то в настоящее время книги, зачастую содержащие так называемую «вчерашнюю информацию», дополняются актуальными сведениями, черпаемыми из средств массовой информации и сети Интернет.

Значимость образования для формирования человеческого капитала уже давно была отмечена зарубежными и отечественными исследователями, что во многом определило подходы к оценке человеческого капитала государства, которая осуществляется с помощью индекса человеческого развития (ИЧР), публикуемого ежегодно (с 1980 года) Программой развития ООН. Согласно представленным указанной организацией в докладе о человеческом развитии данным в 2019 году Российская Федерация занимала 52 место в рейтинге стран по ИЧР и относилась к группе стран с очень высоким уровнем человеческого развития. Одним из компонентов для расчета данного индекса является индекс уровня образования, скорректированный с учетом неравенства (таблица 1) [4].

Таблица 1

Рейтинг стран по уровню ИЧР (по состоянию на 2019 год)

Место в рейтинге	Страна	Значение ИЧР	Индекс уровня образования
1	Норвегия	0,957	0,908
2	Ирландия	0,955	0,892
2	Швейцария	0,955	0,883
4	Гонконг, Китай (САР)	0,949	0,793
52	Российская Федерация	0,824	0,789

Представленные данные свидетельствуют, что несмотря на 52-е место в рейтинге по ИЧР, у России довольно высокий индекс образования, практически сопоставимый по значению с Гонконгом, занимающим 4-ю строчку в рейтинге по ИЧР. Однако по результатам исследований, проведенных Высшей школой экономики, можно сделать заключение о том, что несмотря на высокие результаты в международных олимпиадах, показанные российскими школьниками, четверть учащихся не достигает базового уровня функциональной грамотности и отстает от большой группы стран в уровне развития современных компетенций [5]. Приведенные результаты исследования свидетельствуют о недостаточном качестве образования, что в дальнейшем может оказать влияние на ИЧР, понизив место Российской Федерации в общем рейтинге стран.

Повышение качества образования является приоритетной задачей государственной политики Российской Федерации в данной сфере общественной жизни. В Донецкой Народной Республике важность оценки качества образования подчеркивается выделением и включением в структуру системы образования в качестве самостоятельных элементов организаций, осуществляющих оценку качества образования [3]. Именно качественное образование позволит в дальнейшем достичь более высокого уровня человеческого капитала государства, что окажет значительное влияние на экономику государства в целом.

Заключение. Образование является одним из основных элементов, формирующих человеческий капитал, поэтому для повышения качества человеческого капитала следует уделять особое внимание повышению качества образования, что невозможно без осуществления соответствующих инвестиций в данную сферу общественной жизни.

Список литературы

1. Becker, Gary S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education / Gary Stanley Becker. – Текст : непосредственный. – 3rd ed. – Chicago and London: The University of Chicago Press, 1994. – 392 p.
2. Авраамова, Е. М. Роль школьного образования в развитии человеческого капитала / Е. М. Авраамова, Д. М. Логинов. – Текст : непосредственный // Экономика региона: социально-экономические проблемы регионов. – 2014. – №2. – С. 53-62.
3. Донецкая Народная Республика. Законы. Об образовании : Закон Донецкой Народной Республики №55-ІНС : Принят Постановлением Народного Совета 19 июня 2015 года // Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. – URL: <https://dnrsouet.su/zakon-dnr-ob-obrazovanii/> (дата обращения 09.09.2022). – Текст : электронный.
4. Доклад о человеческом развитии 2020: резюме // Human Development Reports. – URL: https://hdr.undp.org/system/files/documents/hdr2020overviewrussianpdf_1.pdf (дата обращения: 07.09.2022). – Текст : электронный.

КАЧЕСТВО ЭЛИТ: МЕТОДОЛОГИЯ АНАЛИЗА СУЩНОСТИ И РОЛИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Дмитриченко Л.И., д-р экон. наук, проф.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
dmytrychenko.dli@donnu.ru

Введение. Глобальный характер социально-экономических и политических процессов, происходящих в современном мире, повышает требования к качеству управленческой составляющей любого уровня экономического звена, любого даже самого малого социума. В связи с этим закономерно возникает вопрос о качестве элит, равно как и об определении сущности понятия «элита», которое, на наш взгляд, по своей сути является не только социологической, политической, но экономической категорией. Это подтверждают исследования учёных, изучающих влияние качества элит на эффективность производства, распределения и присвоения созданного в обществе продукта, на качество жизни граждан. Актуальность проблемы качества элит обусловлена существенным влиянием элит на основные показатели, характеризующие уровень развития общества (прежде всего – каждого государства, но, как показывает современность – всего общества).

Основная часть. На глобальном уровне проблема качества элит особенно ярко «засветилась» в докладе «Качество элит – 2020», подготовленном коллективом учёных Университета Санкт-Галлена (Швейцарии) и Московской школы управления «Сколково». В докладе дана уникальная интерпретация национальных экономик 32-х стран мира и обоснованы их среднесрочные и долгосрочные перспективы. Несмотря на то, что авторы доклада «не могут гарантировать, что информация в базовом наборе данных верна, что в ней нет ошибок или что расчеты и описанные методологии применялись последовательно», тем не менее, заслуживает одобрения сама постановка вопроса о методологии исследования [1, с. iv]. Мы выделили следующие её особенности:

- *во-первых*, анализ основан на методологии сбора и сопоставления соответствующих актуальных наборов данных из различных организаций и источников: оценка дана по 72-м социально-экономическим показателям;
- *во-вторых*, учёные ставят вопрос о стоимости и накопленном богатстве и его распределении на уровне исследуемых стран и в мировой экономике;
- *в-третьих*, исследование фундаментально по самой сути, поскольку базируется на методологии фундаментальной экономической науки – политической экономии;

- *в-четвёртых*, доклад разработан «с целью поддержки бизнес-моделей создания ценности ... и стимулирования принципов политической экономии, которые способствуют развитию таких моделей» [1, с.iv];

- *в-пятых*, собственно постановка проблемы качества элиты, её функций и роли в современном обществе назрела настолько, что приобрела, можно сказать, революционный характер.

Подчеркнём, что сама по себе проблема не нова. Её корни уходят вглубь истории и имеют место ещё в трудах философов античного периода. Практически все они делали *акцент на необходимости качественного управления обществом, связывая это с соответствующим уровнем образованности и культуры управленческой элиты*. Например, Платон в сочинении «Государство» сформулировал эту идею следующим образом: «Пока в государствах не будут царствовать философы, либо <...> нынешние цари и владыки не станут благородно и основательно философствовать и это не сольется воедино – государственная власть и философия, <...> до тех пор <...> государствам не избавиться от зол» [2].

Современная действительность убедительно демонстрирует актуальность этого положения и актуальность собственно проблемы качества элит, что подтверждается активизацией её исследования многими учёными, в том числе российскими. Заметим, что до настоящего времени проблему элит поднимали главным образом философы, политологи и социологи [3-4]. И только с опубликованием вышеупомянутого доклада стало понятно, что проблема качества и роли элит в обществе – это проблема экономического характера. Этот вывод обусловлен не только постановкой вопроса о том, что «действия элит и их подходы к формированию благосостояния ускоряют или замедляют развитие стран», но расчётом ряда показателей, в том числе – индекса качества элит, основанного, как уже говорилось, на анализе 72-х социально-экономических показателей. Как подчёркивает В.Гринкевич, «качество элит определяет качество всего: экономики, политики, конкурентоспособности, образования, технологий... В этом смысле качество элит – не просто одна из основных тем, а самая главная. Других столь же важных векторов развития у России нет» [5]. Однако до сих пор практически отсутствует научная литература, в которой бы исследовался экономический аспект проблемы. Исключение составляют отдельные интервью представителей бизнес-элиты [5-6].

Что же это за феномен такой – «элита», и почему от неё зависит благополучие/загнивание общества? Этимология слова берёт начало от латинского «*electus*», английского «*elite*», французского «*élite*», что означает «избранный, лучший». В этом смысле элита общества должна представлять собой самую интеллектуальную, высокообразованную, высококультурную его часть, что естественно должно проявляться в её высокой ответственности за всё, происходящее в обществе.

Разумеется, элита неоднородна по сфере её действия и влияния на общество. В соответствии с этим различают научную элиту, бизнес-элилу, политическую элиту и т.д. При всей важности названных категорий элит, очевидно важнейшей категорией является политическая элита — относительно немногочисленная социальная группа, которая концентрирует в своих руках большой объём политической власти.

С позиции материалистической философии и политической экономии такая постановка вопроса кажется некорректной. Прерогатива должна быть за бизнес-элитой. Однако, на наш взгляд, некорректности нет, поскольку именно политическая элита, как правило, формируется на экономической основе: так называемую политическую элиту составляют богатые люди (причём не только занимающиеся производством, бизнесом, но богатые спортсмены, артисты и т.п.). В результате формируются целевые ориентиры этой правящей верхушки общества. (Справедливости ради, надо учитывать уровень воспитания и культуры отдельных представителей элиты, стремящихся давать объективную оценку происходящим в обществе событиям и принимать решения, направленные на созидание развитие, на защиту интересов государства и его народа). В соответствии с этим элиты (и политические, и другие) реализуют себя по-разному в условиях демократических и недемократических режимов, что проявляется в отношениях с народом, в сплочённости, в составе, целях и задачах элиты. Кроме того, роль элит проявляется в отношении к власти, в компетентности, в эффективности и сферах влияния на общество.

Заключение. Сегодня качество российской элиты признано низким. Оно соответствует уровню африканской Ботсваны: из 32-х стран Россия на 23-м месте. Это при том, что Китай — на 12-ом, Польша — на 13-ом, Казахстан — на 19-ом [1]. А значит надо повышать интеллектуальную составляющую деятельности политической элиты России.

Список литературы

1. Elite quality report 2020. 32 country scores and global rank. Value Creation fundamentals in societies: Global metrics for long-term economic and human development / Tomas Casas i Klett, University of St.Gallen (FIM-HSG) Guido Cozzi, University of St.Gallen (FGN-HSG). – Switzerland, 2020. – 100 p.
2. Платон. Государство / Платон. – V, 473 с. URL: <https://ru.citaty.net/avtory/platon/?page=3> /(дата обращения: 20.09.2022).
3. Власть и элиты / Гл. ред. А.В. Дука. Т. 1. СПб.: Интерсоцис, 2014. – 455 с.
4. Кочетков А.П. Влияние транснациональных элит на мировой политический процесс /А.П.Кочетков // Власть, 2017, Том 25, № 8, С. 10-17. – URL: <http://lawinrussia.ru/content/vliyanie-transnacionalnyh-elit-na-mirovoy-politicheskii-process> (дата обращения: 20.09.2022).
5. Гринкевич В. Гнилые элиты — конец государства / В.Гринкевич. – URL: <https://dzen.ru/media/id/5e274bc843863f00acd7ed97/gnilye-elity--konec-gosudarstva-5f59657255f5fd69c0828ccb> (дата обращения: 21.09.2022).
6. Гринкевич В. Справедливость превыше всего / В.Гринкевич // Газета «Завтра». – URL: https://zavtra.ru/blogs/spravedlivost_previshe_vsego (дата обращения: 21.09.2022).

НАПРАВЛЕНИЯ ГАРМОНИЗАЦИИ ФИСКАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ СУБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВА

Карпукхно И.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

karpukhno.kio@donnu.ru

Постановка проблемы. В условиях трансформирующейся системы хозяйствования актуальна проблема выявления причин возникновения, особенностей и последствий противоречий фискальных интересов государства и социально-экономических интересов других субъектов экономики.

Целью данного исследования является рассмотрение направлений гармонизации фискальных интересов государства и социально-экономических интересов субъектов общества.

Основная часть. Процесс согласования фискальных интересов государства и общества предполагает оптимальное распределение ресурсов, которые аккумулируются в бюджете государства, между отраслями экономики, социальными группами населения, территориями [1, с. 54].

При разработке направлений гармонизации фискальных интересов государства и социально-экономических интересов субъектов общества следует учитывать многоаспектность экономической категории «бюджет», его функции. Как экономическая категория, государственный бюджет представляет собой систему экономических отношений, складывающихся в обществе в процессе формирования, распределения и использования централизованного денежного фонда страны, предназначенного для удовлетворения общественных потребностей [1, с. 52-53].

По организационной структуре государственный бюджет является центральным звеном финансовой государственной системы. Особенностью бюджета как финансового плана есть то, что он имеет силу закона. Законодательный характер бюджета обеспечивает надлежащие условия для контроля над использованием бюджетных средств и усилением его влияния на эффективность общественного производства [2, с. 37]. После анализа исполнения государственного бюджета может проявиться расхождение между намерениями правительства и фактическими потоками расходов и доходов.

Реализация общественного назначения бюджета выражается посредством функций бюджета, оказывающих влияние на экономические процессы:

- перераспределение национального дохода;
- создание условий для государственного регулирования и стимулирования экономики;
- обеспечение финансирования государственной социальной политики;
- структурная перестройка экономики;
- стабилизация процесса общественного воспроизводства [3].

Основных функций две – распределительная и контрольная. Однако в экономической литературе выделяют также и дополнительные функции, например, прогностическую, обеспечение экономической безопасности государства, обеспечение существования государства и т.п.

Бюджет является эффективным инструментом регулирования темпов и пропорций развития экономики государства в целом потому, что государство сосредоточивает все источники бюджетных поступлений и распределяет их:

- по вертикали (между министерствами, ведомствами, главными распорядителями бюджетных средств);
- по горизонтали (между отраслями экономики, блоками отраслей, территориями) благодаря системе расходов, которые должны осуществляться в интересах экономического и социального развития государства и удовлетворять потребности населения.

Необходимость такого перераспределения обусловлена:

- межотраслевым и территориальным перераспределением средств в интересах эффективного и рационального использования доходов и накоплений предприятий и организаций;
- потребностью перераспределения доходов между разными социальными группами населения;
- потребностью финансирования непроизводственной сферы общества;
- обеспечением государства финансовыми ресурсами для выполнения возложенных на него функций [3, с. 18].

Опосредованное влияние бюджета на экономические процессы осуществляется в рамках контрольной функции, которая заключается в том, что специфические государственные или негосударственные структуры контролируют сбор бюджетных средств, их распределение и выравнивают бюджетные распределения.

Государственный бюджет отражает сущность и основные принципы государственной политики с точки зрения общенациональных интересов и интересов каждого гражданина страны.

Таким образом, бюджет, как главный финансовый план страны, отражает не только приоритеты расходования государственных денежных средств, но и источники финансирования мероприятий, в рамках государственной политики [2, с. 40].

Следовательно, определение направлений гармонизации фискальных интересов государства и социально-экономических интересов субъектов

общества должно включать рассмотрение основных способов мобилизации и использования бюджетных средств на перспективу и текущий период:

- источники формирования государственных доходов;
- приоритетные направления и структуру государственных расходов;
- допустимые пределы разбалансированности бюджетов;
- принципы взаимоотношений между составляющими бюджетной системы и распределение налоговых поступлений по уровням бюджетной системы.

Функционирование рыночной экономики предполагает, что частный интерес формирует определённый образ действий экономических субъектов, при реализации ими свободы выбора. При этом основой рыночной экономики выступает принцип экономической заинтересованности, выгоды экономических поступков.

Частный интерес придаёт направление и упорядоченность экономической системе в целом, которая без него оказалась бы чрезвычайно хаотичной.

Л. Якобсон отмечает, что «общенациональные интересы, несомненно, существуют. Однако они непосредственно реализуются в основном в сферах обеспечения безопасности, экономической конкурентоспособности страны, экологической и культурной жизнеспособности и т.д. [4, с. 75].

В основе гармонизации социально-экономических интересов в целом должно лежать концептуальное понимание того, что общенациональные интересы задают формат для реализации частных интересов. Такая иерархия интересов создаёт определённые условия решения противоречий интересов.

Заключение. Таким образом, в основе гармонизации социально-экономических интересов в целом должно лежать концептуальное понимание того, что общенациональные интересы задают формат для реализации частных интересов.

Список литературы

1. Карпухно И. А. Государственный бюджет как инструмент регулирования экономических процессов [Текст] / И. А. Карпухно, Ю. Д. Кобзарь // Сборник научных трудов Sworld. Выпуск № 3 (36). – Иваново: Маркова АД, 2014. – С. 51-55.
2. Карпухно И. А. Бюджетная политика и бюджетный процесс Украины в современных условиях [Текст] / И. А. Карпухно // Вісник Донецького університету економіки та права: Зб. наук. пр. / Ред. кол. В. К. Мамутов, О. І. Амоша, Н. Ю. Брюховецька та ін.; гол. ред. Я. Г. Берсуцький. – Донецьк: ДонУЕП, 2005. – № 2. – С. 35-40.
3. Васин Ю. Ф. Бюджетная политика: проблемы государственного долга западных стран и мировой финансово-долговой кризис / Ю. Ф. Васин // Финансовый бизнес. – 2012. – № 5. – С. 13-19.
4. Якобсон Л. И. Социальная политика: попечительство или солидарность? [Текст] / Л. И. Якобсон. // Общественные науки и современность. – 2008. – № 1. – С. 69-80.
5. Динмухаметов И. Ф. Инструменты фискальной политики государства [Текст] / И. Ф. Динмухаметов // Журнал «Science Time». – 2014. – № 8 (8). – С. 93-98.

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ПОНЯТИЮ ПОТЕНЦИАЛА

Краснова Г.Н.

Ярославский филиал ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации», г. Ярославль, РФ
g.krasnova@mail.ru

Введение. Современное развитие общества, стремящееся к цифровой эпохе, к опережающему развитию и благосостоянию общества в целом, приводит к исследованию развития потенциала каждого его члена. Термины, которые употребляются в современных научных исследованиях, отображают сложности в понимании сущности явления цифрового общества, общества знаний, в том числе развития потенциала его членов.

Цель исследования проанализировать подходы к понятию потенциала.

Основная часть. В современной научной литературе понятие потенциала рассматривается в разных аспектах, которые стремятся к раскрытию его сущности. Однако в настоящее время нет его однозначной трактовки, на текущий момент развития науки оно многозначно и неоднозначно.

В научный оборот термин «потенциал» (от латин. *Potentia* — возможность, сила) ввел Аристотель. Его учение раскрывает сущность бытия, в котором развитие рассматривается как изменение от «потенциального» к «актуальному». Потенциал употребляется в способности вещи «быть не тем, что она есть в категории субстанции качества, количества и места». В то же время, согласно философии Аристотеля, реальность есть первостепенное в реализации возможности и предваряет ее [1; 3]. Потенциал выступает в роли того, благодаря чему возможность «*potentia*» переходит в действительность «*actus*», потенциальность в актуальность [2].

Потенциал изучали многие ученые, такие как Аристотель, Платон, И. Кант, Г. В. Ф. Гегель, Ф. Ницше, П. Лаплас, Ф. Энгельс и др. Из их трудов видно, что понятие «потенциал» многовариативное понятие, которое рассматривается с различных позиций деятельности человека, его бытия и происходящих в нем процессов.

Приведем некоторые подходы к понятию «потенциал», которые можно рассмотреть с точек зрения различных наук, уточняющие его сущность.

Философия определяет потенциал, как «способность вещи быть не тем, что она есть, в категории: субстанции, качества, количества, места», т.е. возможность воплощать движение в жизни [3, с. 14-15; 2, с. 18].

В психологии потенциал рассматривается как изменения, которые связаны с нервными импульсами.

В биологии это понятие употребляется в отношении изменений используемой человеком энергии от потребления им продуктов питания.

Педагогика определяет потенциал как скрытые, определенные возможности человека, его способности, его ресурсы, которые активизируются при определенных обстоятельствах (условиях) и влияют на развитие (становление) человека как личности.

В социологии потенциал – совокупность имеющихся средств, возможностей, резервов.

Обществознание под потенциалом понимает «возможности, средства, запасы, которые могут быть использованы для решения какой-либо задачи, достижения определенной цели, возможности отдельного лица, общества государства в какой-либо сфере» [1; 3].

Потенциал (социально-экономический потенциал) с точки зрения экономики является основной экономической категорией, которая определяет деятельности человека по планомерному развитию общества.

Физика определяет потенциал как количество «потенциальной энергии в определенной точке пространства» [3, с. 14-15].

Общественно-гуманитарные науки под потенциалом понимают ресурсы, резервы, возможности человека: личностный, человеческий, профессиональный, психофизиологический, базовый, деятельностный, интеллектуальный, инновационный, социально-экономический и др.

В теории управления потенциал рассматривается как совокупный потенциал персонала, являющийся одним из видов ресурсов предприятия, без которого не осуществима деятельность самого предприятия (кадровый потенциал предприятия). В данном понимании потенциал можно накапливать, распределять и использовать в целях выполнения обязательств предприятия.

Потенциал выступает интегрированным понятием, тесно переплетенным со всеми его сущностями, без которых его раскрытие невозможно.

Россия в настоящее время реализует национальные проекты в сфере образования, одной из важнейших целей которых является создание условий для самореализации личности и раскрытие талантов, т.е. развитие потенциальных возможностей личности для дальнейшего их использования.

Заключение. Анализируя различные теории, мы убедились в мновариативности подходов к рассматриваемому понятию. Термин «потенциал» является многозначным понятием, который требует более детального изучения в зависимости от аспектов его изучения. Так, например, в условиях цифровой экономики структура рынка труда быстро меняется, в этой нестабильной тенденции трудоустройство населения

затруднено из-за многих причин поэтому необходимо исследовать более подробно подходы и теории развития личностного потенциала человека, который в настоящее время с точки зрения развития цифровой экономики страны является носителем инновационного потенциала, мобильного трудового ресурса и как стратегического ресурса страны.

Список литературы

1. Батова, Т.Н. Маркетинговый потенциал предприятия: монография / Т. Н. Батова, В. А. Крылова; Российская акад. естествознания, Изд. дом Акад. естествознания. – Москва: ИД "Акад. естествознания", 2016. – 233 с. – ISBN 978-5-91327-400-7. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32603297> (дата обращения 04.04.2022).
2. Митрахович, В. А. Потенциал как педагогическая категория / В. А. Митрахович // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2008. – № 9(33). – С. 16-20. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11903256&>, с. 17 (дата обращения 04.04.2022).
3. Реанович, Е. А. Смысловое значение понятия "потенциал" / Е. А. Реанович // Международный научно-исследовательский журнал. – 2012. – № 7-2(7). – С. 14-15. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18725533> (дата обращения 29.08.2022).

УДК 33

РАЗВИТИЕ ЭВОЛЮЦИОННОГО ПОДХОДА КАК МЕТОДОЛОГИИ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Крылова Е.В., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», г. Вологда, РФ
krylovaev@vogu35.ru

Ведение. Социально-экономическое развитие народного хозяйства предполагает процесс достижения поставленных в процессе государственного управления целей и эволюционное улучшение социально-экономических показателей и институтов. Можно утверждать, что данный процесс можно рассматривать как результат целенаправленных действий государства, общества и человека, а также можно исследовать как результат эволюции экономики.

Основная часть. Огромный потенциал исследования социально-экономического развития как эволюции экономики несёт в себе такое направление новой политической экономии как эволюционная экономика. Эволюционная экономика (эволюционный подход) исследует роль знаний и трудовых ресурсов в процессе социально-экономического развития народного хозяйства.

Формирование эволюционного подхода можно условно разделить на два этапа, которые неразрывно связаны друг с другом:

во-первых, наращивание теоретических знаний, которые в определенный момент времени позволили определить эволюционную экономику как самостоятельное направление;

во-вторых, разработка методологического аппарата, который позволил по-новому исследовать уже известные экономические объекты.

Можно с уверенностью утверждать, что ещё в XVIII веке «отец» экономической науки А. Смит и первый доктор экономики Т. Мальтус заложили основы эволюционного подхода к исследованию экономических объектов.

Идеи А. Смита и Т. Мальтуса оказали сильное воздействие на развитие очень многих наук. Заставили ученых задуматься о важных вопросах бытия и подтолкнули к поиску ответов на них.

В XIX веке большой вклад в развитие эволюционного подхода внесла неоклассическая экономическая теория в целом и теория утилитаризма в частности. Именно поиск частных экономических методов исследования создал фундамент методологии эволюционной экономики. Так, например, равновесный анализ, предполагает, что равновесие – это идеальное состояние, к которому стремятся экономические субъекты и любое вмешательство в этот идеальный процесс, будет сопряжено с возникновением дефицита либо излишков.

Неоклассическая экономическая теория базируется на следующих фундаментальных принципах и методах. Основным принципом, лежащим в основе неоклассических исследований, является методологический индивидуализм. Он предполагает, что частные интересы экономических агентов первичны. Именно динамика частных экономических интересов определяет социально-экономическое развитие, которое детерминировано поведением и чередой выбора индивида. Частные экономические интересы определяют формальные и неформальные правила, помогающие экономическому агенту максимизировать полезность.

Ещё одним важным принципом неоклассического направления является полная рациональность, предполагающая, что экономический агент, осуществляющий выбор обладает всей полнотой информации, поэтому из всех альтернатив выбирает наиболее полезную для него.

Методологический индивидуализм и полная рациональность во многом объясняют эволюционное развитие экономики, когда каждый экономический агент, получая наилучший результат, стремится его улучшить. Рост и улучшение состояния экономических агентов приводит к тому, что в целом экономика улучшает свои показатели. Для понимания неоклассической логики отметим, что условия, в которых действуют люди определены рынком, основой которого кроме доминирования частного экономического интереса является частная собственность. В обществе не существует ресурсов, которые находятся не имеют собственника. Данная абстракция к действительности имела бы отношение, если бы все люди имели в собственности экономические ресурсы. Но, как известно,

ресурсами обладают не все. Поэтому неоклассическое направление само эволюционировало в сторону признания социально-экономического пространства, где возникают «провалы рынка».

Ученые макроэкономической науки, родоначальником которой стал Дж. М. Кейнс, большое внимание уделяют исследованию роли психологических факторов в социально-экономических процессах [1]. Здесь уточним следующее: домохозяйство на микроэкономическом и на макроэкономическом уровнях реагируют одинаково, так как оно обладает достаточно высокой степенью свободы. Домохозяйство при принятии решений в условиях неопределенности опирается на ожидания. Ожидания домохозяйства формируются интуитивно, на основе своего и чужого опыта и в поиске новых способов решения задач, которые сопровождают процессы экономического выбора и установления соотношения между потреблением и сбережением.

В XX веке развитие эволюционного подхода можно разделить на два периода:

- первая половина XX века;
- вторая половина XX века – по настоящее время.

В первой половине XX века следует отметить вклад Т. Веблена «Почему экономика не является эволюционной наукой?» [2] и Й. Шумпетера в работе «Теория экономического развития» [3].

Й. Шумпетер сформулировал особенность эволюционной экономики как нового направления экономической науки. Ученый считал, что данный процесс является следствием воздействия внешних и внутренних факторов на поведение экономических агентов, в результате чего меняется структура народного хозяйства. Большую роль в процессе эволюции, по мнению Й. Шумпетера играют инновации как новый фактор производства, собственниками которого являются предприниматели.

Т. Веблен является родоначальником традиционного институционализма. Основным принципом исследования традиционных институционалистов является холизм, который является противоположностью атомизма. В соответствии с атомизмом, индивиды первичны, а институты вторичны, а в соответствии с холизмом наоборот первичны институты. Причем институты определяют потребности и мотивы индивидов [4]. Институты в свою очередь являются следствием социально-экономической эволюции.

Основные работы, в которых сформулированы идеи эволюционной экономики: Д. Норт «Институты и экономический рост», А. Алчиан «Неопределенность, эволюция и экономическая теория», а также Р. Нелсон, С. Уинтер «Эволюционная теория экономических изменений».

Заключение. Эволюционный подход как методология научного исследования, прошёл длительный путь становления и развития. Подход

применяется при исследовании социально-экономических процессов помогает систематизировать, понять, уточнить, объяснять эволюционные свойства экономики, а также разрабатывать способы управления этими свойствами в целях повышения темпов и качества экономического роста, благосостояния общества и уровня жизни людей.

Список литературы

1. Кейнс, Дж. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. Кейнс. – Москва: Бизнеском, 2013. – 402 с.
2. Веблен, Т. Почему экономика не является эволюционной наукой? / Т. Веблен. – Текст: электронный // Пространство экономики. – 2006. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pochemu-ekonomika-ne-yavlyaetsya-evolyutsionnoy-naukou> (дата обращения: 25.07.2022).
3. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. – Москва: Прогресс, 1983. – 455 с.
4. Бережной, И. В. Институциональные основания экономической эволюции / И. В. Бережной. – Текст: электронный // Пространство экономики. – 2009. – № 4–2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnye-osnovaniya-ekonomicheskoy-evolyutsii> (дата обращения: 04.08.2022).

УДК 330

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ ДОНБАССА

Мамбетшаева А.Э.,

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ», г. Москва, РФ
Mambetshaeva18@gmail.com

Введение. Прошло более 8 лет с начала вооруженного конфликта на Донбассе и более полугода с момента начала специальной военной операции России по защите Донбасса.

За это время, экономика области пережила существенные скачки: от наиболее развитого промышленно и экономически региона Украины, в котором было сосредоточено 13% всех природных богатств страны до стагнации, деградации, высокого уровня безработицы, закрытия предприятий, экономической блокады и начало пути восстановления.

Основная часть. 19 сентября 2022 года в связи с обострением вооруженного конфликта на Донбассе общественные палаты ДНР и ЛНР обратились к главам республик с призывом о срочном проведении референдумов с целью вхождения в состав России. 20 сентября 2021 г. глава ДНР Д. Пушилин представил на выездном заседании Народного совета проект закона о референдуме. 21 сентября 2022 г. президент

Российской Федерации В.В. Путин выразил готовность поддержать решение регионов и их право на самоопределение. 30 сентября 2022 г. по итогам референдумов в Кремле состоялась церемония подписания договоров о принятии в Россию ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областей и образовании новых субъектов РФ.

Присоединение регионов к России дает перспективу новой политической, геополитической и юридической реальностей и изменению хода событий на Украине.

Необходимо отметить, что регионы после восстановления экономики и инфраструктуры станут самостоятельными и значимы для России.

Преимуществом Херсонской и Запорожской областей является особенность географического положения – выход к Азово-Черноморскому бассейну и Днепропетровской водной магистрали, что дает возможности развитию водного транспорта и индустрии отдыха. Херсонская область является важным сельскохозяйственным регионом, на ее территории выращивается пшеница, кукуруза, рис, подсолнечник, есть подрабатывающая промышленность. До разрыва экономической связи в 2014 г. Херсонская область была тесно связана с Крымом представляя собой фактически единый экономический район. Запорожская АЭС была крупнейшей атомной станцией в Европе, производила пятую часть электричества украинских атомных станций.

Экономический потенциал ЛДНР составляет машиностроение, энергетика, химическая промышленность. Формированию тяжелой индустрии способствовали запас топливно-энергетических, минерально-сырьевых ресурсов, запасы каменного угля, близость железорудных месторождений, выход к морю, большое количество заводов и высокая степень урбанизации.

С 2014 г. экономика ЛДНР функционировали в тяжелых условиях, вызванных отложенным политическим статусом территорий, военными действиями, экономической изоляцией. Наблюдается сокращение промышленного производства по отношению к довоенному периоду, сниженные экономические показатели, разрушенная инфраструктура. Тем не менее, в последние годы увеличивается экономическая активность республик: развито мелкое предпринимательство, сократился уровень безработицы, восстановлена работа части закрывшихся в 2014 г. предприятий.

В целях укрепления политической системы ЛДНР взято направление синхронизацию республиканского законодательства с российским, воспроизводится социально-экономическая и политико-административная модель современной России, российский рубль введен в оборот в качестве основной валюты.

Одна из задач РФ – интеграция Донбасса в экономическое пространство, перестроение торговых потоков, модернизация экономики.

Преградой является небольшой бюджет республик, не позволяющий в короткие сроки достигать целей, поэтому изменение внутренних экономических процессов протекает довольно медленно. В связи с этим, есть потребность в инвестициях извне. Предполагается, что крупные российские инвесторы могут интегрировать прибыльные и рентабельные предприятия Донбасса в свои производственные цепочки, например, спрос на уголь в мире и в России имеет большой спрос и тенденцию к росту ввиду интенсивного развития. Экономисты считают, что антрацитовым углем можно окупить всю экономику региона. Стала актуальна и добыча лития из законсервированных месторождений, для которой нужны новые технологии. Сохранился потенциал металлургических и химических предприятий, не подвергавшиеся явной модернизации за время существования Украины, несмотря на то, что их производительность упала до символических объемов, а предприятия, находящиеся в зоне обстрелов, прекратили свою работу, в том числе по причине деиндустриализации.

Другой проблемой в восстановлении экономики становится дефицит высококвалифицированных кадров, связанный с высоким уровнем миграции и мобилизацией граждан.

Руководство ЛДНР обращалось к России с просьбой «оказать содействие в восстановлении объектов социальной и инженерной инфраструктуры, социальных объектов и жилой части соответствующих населённых пунктов». Предполагается включение республик в международные экономические связи, легализации интеграции экономик, перспектива модернизации производств подразумевает замену старого оборудования, привлечение высококвалифицированных кадров, ликвидацию нерентабельных и устаревших производств.

Для достижения стабильного экономического роста необходимо изменения структуры экономики, увеличение производительность труда. Первоочередное развитие сырьевой экономики, обеспечение этих сфер соответствующим техническому прогрессу оборудованием имеет большие шансы к положительной тенденции развития. Угольный комплекс уже подвергается модернизации, реализуются программы по укрупнению сектора, увеличению производительности, снижению аварийности, замене отслужившего свой срок техники. Машиностроительная отрасль предполагает усиление инвестиционной активности и возрождение института госзаказа, стимулирование потребления продукции малым бизнесом. Актуально стимулирование собственного технологического потенциала. Перспективным направлением является производство железнодорожного транспорта и оборудования для заводов, создание наукоемких производств. До 2014 г. регион Донбасса был центром концентрации сфер применения научных разработок и передовым регионом Украины в сфере науки.

Обеспечение устойчивого экономического развития невозможно без высокой предпринимательской активности. Сейчас в ЛДНР развито мелкое

предпринимательство, обеспечивающее нужды жителей. Важнейшая задача государства – стимулировать такую активность: устранять барьеры, упрощать налогообложение. Это позволит преодолеть сложившееся за годы войны негативных тенденций отставания в социально-экономическом развитии.

Заключение. Необходимо активизировать деятельность на государственном уровне. Необходимо создание планов, проектов, с четким определением целей, приоритетов, средств и векторов развития. Политика модернизации и восстановления экономики должна быть направлена на извлечение максимальной выгоды из преимуществ территории и богатства природных ресурсов земель, задействовать управленческие ресурсы высшего порядка.

Список литературы

1. Министерство экономического развития ДНР. – URL: <https://mer.govdnr.ru/> (дата обращения 20.09.2022)
2. Министерство развития экономики, торговли и сельского хозяйства Украины. – URL: <https://www.me.gov.ua/> (дата обращения 17.09.2022)

УДК 330.16

СОГЛАСОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА И ОБЩЕСТВА В АСПЕКТЕ ИНСТИТУТА ОБРАЗОВАНИЯ

Панасюк Е.А., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

panaseka@gmail.com

Введение. Интерес – одна из базовых категорий науки, которая характеризует отношение индивидуума к окружающей его действительности. Семантическое содержание категории «интерес» показывает его многогранность, сложность и зависимость от области изучения – философии, экономики, социологии, психологии, педагогики и права, т. е. имеет общенаучный характер. Это подтверждает следующая трактовка термина: интерес – это реальная причина социальных действий, событий, свершений, стоящая за непосредственными побуждениями – мотивами, помыслами, идеями и т. д. – участвующих в этих действиях индивидов, социальных групп, классов [1].

Следовательно, интерес является движущей силой поступков людей, в том числе долгосрочных – определяющих их дальнейшую, в том числе профессиональную, деятельность. При этом одним из основных факторов, влияющих на формирование интересов конкретного индивида (поколения) и общества (нескольких поколений) является институт образования.

Именно он является ключевым для развития экономики, в силу своего предназначения – образования и воспитания, подготовки кадров для рынка труда. Таким образом, именно в его «стенах» происходит сопоставление интересов индивидуумов и экономической системы (государства, бизнеса, домохозяйств).

Целью исследования является выявление и сопоставление интересов государства и общества в аспекте института образования.

Основная часть. Национальные интересы Российской Федерации сформулированы в Стратегии национальной безопасности (Указ Президента РФ №400 от 02.07.2021 г.).

Формирование интересов индивидов зависит от большого количества факторов, в том числе от уровня образования, месте, времени и форме его получения, традициях образовательной системы и т. д. В свою очередь, их реализация – это сложный механизм, основу которого составляют различные социально-экономические институты. С этой точки зрения образование – один из элементов социально-экономических отношений, отражающих взаимодействие социальных групп и общностей для достижения целей и выполнения задач обучения, социализации, воспитания, развития личности, профессиональной подготовки, удовлетворения иных образовательных потребностей индивидов [2, с. 12].

В настоящих социально-экономических и политических условиях требования к образованию существенно меняются, что отражается изменениями на всех уровнях образовательной системы. Так, летом ГД РФ приняла изменения в Закон «Об образовании» заменив термин «образовательные услуги» на «освоение образовательных программ», а в сентябре в первом чтении рассмотрела введение в школах единых общеобразовательных стандартов, в том числе федеральных образовательных и воспитательных программ, учебников (порядка их подготовки).

Такой подход, подтверждает тезис о необходимости согласования интересов государства, которое заинтересовано в выпускнике образовательного учреждения «определенного качества» и индивида (его представителей – родителей/опекунов), который имеет собственные ожидания от конкретного образовательного уровня. В целом, интересы общества можно представить двумя-тремя словам – мир (там, где его нет), здоровье, благополучие. Их достижение, во многом, зависит от уровня образованности людей, их умения анализировать и сопоставлять информацию. Так, ЮНЕСКО уже в 1992 г. подчеркивало, что образование является фундаментом устойчивого развития (чем выше удельный вес образованных граждан в стране, в том числе имеющих высшее образование, тем выше темпы развития экономики и устойчивее эта тенденция).

В таблице 1 сделана попытка сопоставить интересы государства и общества через институт образования, как ретранслятора государственной

политики. Обобщенно интересы общества представлены в виде целей и соотнесены с целями устойчивого развития (ЦУР) [3], отражающими направления развития мирового сообщества.

Таблица 1

Сопоставление интересов государства и общества в аспекте института образования

Интересы государства	Интересы общества / ЦУР	Институт образования
1	2	3
Сбережение народа России, развитие человеческого потенциала, повышение качества жизни и благосостояния граждан.	Повышение уровня доходов, качества жизни, благосостояния (ЦУР 1, 2, 3, 8, 10).	Повышение качества образования, количественный и качественный учет требований рынка при подготовке специалистов.
Защита конституционного строя, суверенитета, независимости, государственной и территориальной целостности РФ, укрепление обороны страны.	Стабильное развитие, возможность долгосрочного планирования, уверенность в завтрашнем дне (ЦУР 16).	Патриотическое воспитание, доступность основ правового образования, обязательность изучения философии как основы логического мышления, обучение основам информационной безопасности (родителей/представителей) и детей.
Поддержание гражданского мира и согласия в стране, укрепление законности, искоренение коррупции, защита граждан и всех форм собственности от противоправных посягательств, развитие механизмов взаимодействия государства и гражданского общества.	Уверенность в соблюдении своих законных интересов, чувство «защищенности» (ЦУР 5, 10, 16).	
Развитие безопасного информационного пространства, защита российского общества от деструктивного информационно-психологического воздействия.	Свободное получение информации позволяющей долгосрочное планирование (ЦУР 3, 9, 16).	
Устойчивое развитие российской экономики на новой технологической основе.	Высокооплачиваемая престижная востребованная работа, свобода предпринимательства (ЦУР 4, 7, 8, 9 11, 12, 16)	Основы экономических и юридических знаний, развитие фундаментальных наук и их популяризация.
Охрана окружающей среды, сохранение природных ресурсов и рациональное природопользование, адаптация к изменениям климата.	ЗОЖ, качественные социальные услуги за счет перераспределения доходов от использования природных ресурсов (ЦУР 3, 6, 7, 9, 11-16).	
Укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей, сохранение культурного и исторического наследия народа России.	Познавательные, в том числе возможность предпринимательской деятельности (ЦУР 4, 14, 15, 16)	Историческое, экономическое, юридическое образование. Воспитание

1	2	3
Поддержание стратегической стабильности, укрепление мира и безопасности, правовых основ международных отношений.	Долгосрочное планирование и развитие, возможность путешествовать (ЦУР 16, 17).	мультикультурного гражданина с четкой традиционной системой ценностей. Патриотическое воспитание.

Заключение. Институт образования удовлетворяет не только потребности общества и государства в образовании, но и формирует интересы индивидуума (поколения), что в свою очередь создает интересы общества, которые отражаются на интересах государства. И здесь проявляется активная обратная связь, т.к. власть имущее поколение определяет интересы государства и делает заказ институту образования.

Список литературы

1. Интерес. Большая советская энциклопедия. – URL: <https://gufo.me/dict/bse/Интерес> (дата обращения: 20.09.2022).
2. Василенко Н. В. Институциональные подходы к образованию: автореф. 08.00.05 на соискание д.э.н. / Н.В. Василенко. – СПб: РГПУ им. А. И. Герцена 2009. – 50 с.
3. Цели устойчивого развития. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Цели_устойчивого_развития (дата обращения: 20.09.2022).

УДК 336.13.051

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СУВЕРЕННЫХ ФОНДОВ В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Плаксина А.М.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
plaksina.nastya777@gmail.com

Введение. На современном этапе развития мирового хозяйства возрастает роль государственного предпринимательства, как ключевой формы обеспечения устойчивого экономического роста. Одной из форм государственного предпринимательства выступает деятельность государственных инвестиционных фондов. В данной связи особое внимание необходимо уделить деятельности суверенных фондов, которые представляют собой сферу рыночного предложения государственного капитала.

Целью исследования является обоснование существенного влияния государственных суверенных фондов на развитие национальной экономики.

Результат. Суверенные фонды рассматриваются как государственные инвестиционные фонды, финансовые активы которых включают акции, облигации, имущество, драгоценные металлы и другие финансовые инструменты. Они принадлежат государству и, как правило, включены в структуру центрального банка или управляются им [1]. Их активы формируются за счет сверхдоходов от экспорта сырьевых товаров, бюджетных профицитов и деятельности государственных компаний.

Ученые полагают, что суверенные фонды различных государств представляют ключевую управляемую государством структуру в глобальном финансовом и экономическом ландшафте. Согласно классификации Международного форума суверенных фондов благосостояния (IFSOF) они подразделяются на сберегательные (34,3% от общего количества), стабилизационные (12,9%), стратегические (34,3%) и гибридные (18,6%) [2]. В 2008 г. в мире функционировало 37 суверенных фондов, сумма активов, находящихся под их управлением, составляла 2,6 трлн. долл. США. В 2020 г. их количество увеличилось до 64, а общая стоимость активов достигла 8,1 трлн. долл. США [2].

Крупнейшими суверенными фондами в мире являются Государственный пенсионный фонд Норвегии (1,1 трлн. долл. США) и Китайская инвестиционная корпорация (1,05 трлн. долл. США) [2].

В 2020 г. объем инвестиций, осуществлённых суверенными фондами стран мира составил 65,9 млрд. долл. США. Это примерно в 2 раза превышает объем инвестиций в предшествующем году и является рекордным значением за последние 5 лет (рис. 1).

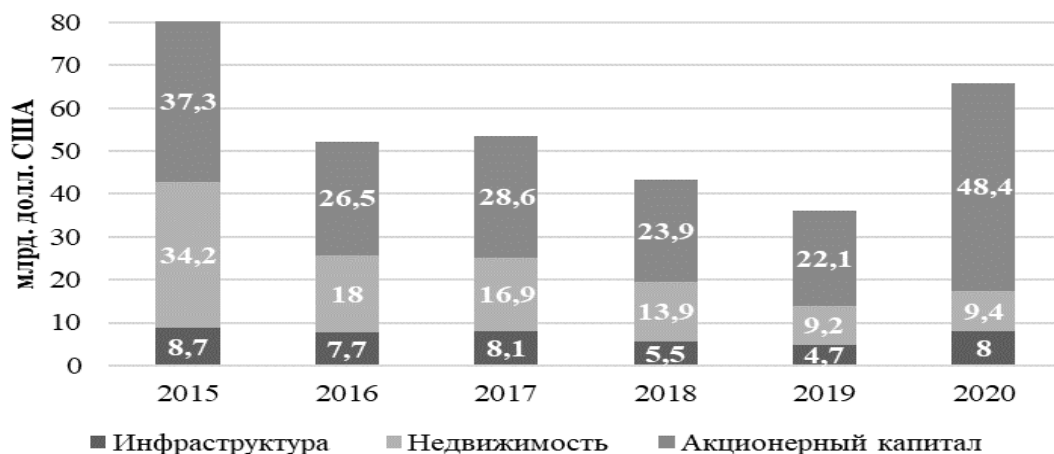


Рис. 1. Динамика прямых инвестиций суверенных фондов стран мира по направлениям инвестирования за 2015-2020 гг., млрд. долл. США [1]

Таким образом, в период пандемии 2020 г., на фоне кардинального снижения деловой активности во всех странах мира, объемы прямых инвестиций, осуществленных суверенными фондами стран значительно возросли. Отчасти это было связано с действиями некоторых гибридных суверенных фондов приобретающих акции крупнейших компаний в момент

падения фондового рынка в марте 2020 г. Среди них можно выделить Государственный инвестиционный фонд Саудовской Аравии и Инвестиционную компанию *Mubadala* в Абу-Даби [3].

Однако, кроме спекулятивного поведения некоторых суверенных фондов, следует отметить существенные объемы инвестиций, направленных на поддержку наиболее пострадавших секторов экономики. В 2020 г. суверенные фонды инвестировали в рамках своих национальных экономик около 19% от суммарного объема инвестиций. При этом в 2014-2019 гг. доля инвестиций суверенных фондов составляла 13% общего объёма инвестиций [5]. Впервые в 2020 г. суммарный объем прямых инвестиций стратегических и гибридных суверенных фондов (42 млрд. долл. США) превысил объем инвестиций сберегательных фондов (23,9 млрд. долл. США) [4]. В настоящий момент в мире существует 45 фондов, которые в числе своих задач отмечают развитие национальной экономики. Они совместно управляют активами на сумму около 2,3 трлн. долл. США, при этом 9 правительств за последние пять лет создали фонды стратегических инвестиций [5].

В Российской Федерации учреждены 2 суверенных фонда: Фонд национального благосостояния (сберегательный и стабилизационный) и Российский фонд прямых инвестиций (стратегический). Целями Фонда национального благосостояния (ФНБ) являются обеспечение софинансирования добровольных пенсионных накоплений граждан Российской Федерации и обеспечение сбалансированности (покрытие дефицита) бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации [6]. ФНБ формируется за счет нефтегазовых доходов федерального бюджета, а также доходов от управления его средствами. В 2020 г. он занял 15-ю позицию в рейтинге суверенных фондов мира.

Объем ФНБ по состоянию на 01.11.2021 г. насчитывает 13 945,07 млрд. рос. руб. (197,75 млрд. долл. США), что составляет около 12,1% ВВП [6]. Следует отметить, что согласно п. 4.1. ст. 96.11 Бюджетного Кодекса Российской Федерации инвестировать разрешено только ту часть ФНБ, которая превышает 7% ВВП. По данным Счетной палаты, доходы от использования средств ФНБ в 2019 г. составили 95,2 млрд. рос. руб., а в 2020 г. – 345,3 млрд. рос. руб. (возросли в 3,6 раза) [7]. Это обусловлено увеличением объема средств ФНБ в марте 2020 г. в 1,5 раза по сравнению с 2019 г. связанного с переоценкой валютных активов из-за девальвации российского рубля, а также из-за зачисления в бюджет нефтегазовых доходов прошлого года.

Суверенный фонд Российской Федерации РФПИ является стратегическим и осуществляет прямые инвестиции в лидирующие и перспективные российские компании совместно с ведущими инвесторами мира. Его зарезервированный капитал составляет 10 млрд. долл. США. Выступая в качестве соинвестора, РФПИ играет роль катализатора в

привлечении в российскую экономику прямых иностранных инвестиций. С момента создания (2011 г.) он инвестировал более 200 млрд. рос. руб. и привлек 1,9 трлн. рос. руб. в российские проекты [8].

Заключение. Таким образом, наблюдается тенденция увеличения влияния деятельности суверенных фондов на развитие национальных экономик, в том числе в России. Это может стать поворотным моментом в системе государственного предпринимательства, поскольку все большее количество стран учреждают суверенные инвестиционные фонды для содействия финансированию стратегических проектов и стимулирования внутренних источников экономического развития.

Список литературы

1. Содду Э. Роль государственных фондов благосостояния в период пандемии / Энрико Содду. – Текст : электронный // Валдай: международный дискуссионный клуб : [сайт]. – URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/rol-fondov-blagosostoyaniya-v-period-pandemii/>. – Дата публикации: 08.09.2021.
2. About the IFSWF Membership. – Текст : электронный ресурс // IFSWF : International Forum of Sovereign Wealth Funds : [сайт]. – URL: <https://www.ifswf.org/about-ifswf-membership> (дата обращения: 09.09.2022).
3. Maire J. Sovereign wealth funds are growing more slowly, and governance issues remain / Julien Maire, Adnan Mazarei, Edwin M. Truman. – Текст : электронный ресурс // Policy Briefs PB21-3 / Peterson Institute for International Economics. – 2021. – URL: <https://www.piie.com/publications/policy-briefs/sovereign-wealth-funds-are-growing-more-slowly-and-governance-issues> (дата обращения: 09.09.2022).
4. The Covid-19 Response. – Текст : электронный ресурс // International Forum of Sovereign Wealth Funds : [сайт]. – URL: <https://www.ifswfreview.org/covid-response.html> (дата обращения: 08.02.2022).
5. Committing to long-term trends. – Текст : электронный ресурс // International Forum of Sovereign Wealth Funds : [сайт]. – URL: <https://www.ifswfreview.org/long-term-trends.html> (дата обращения: 08.02.2022).
6. Фонд национального благосостояния. – Текст : электронный // Министерство финансов Российской Федерации : [официальный сайт]. – URL: <https://minfin.gov.ru/ru/performance/nationalwealthfund/mission/> (дата обращения: 05.11.2021).
7. Оперативный доклад об исполнении федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов, январь – декабрь 2020 года / Счетная палата Российской Федерации. – URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/e37/e371835371389756c2d319de62f0bd12.pdf> (дата обращения: 18.01.2022). – Текст : электронный.
8. Российский Фонд Прямых Инвестиций : сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://rdif.ru/About/> (дата обращения: 23.09.2022). – Текст. Изображение : электронные.

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ КАК ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ

Подгорный В.В., д-р экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, РФ
vlad60127@mail.ru

Введение. Современная экономическая наука стоит на пороге фундаментальных изменений, обусловленных влиянием глобальных факторов, глубина и частота воздействия которых на экономическую жизнь мирового сообщества со временем только увеличивается. Развитие экономической науки, носящее субъективный характер, связано с системностью и достоверностью экономических знаний, описываемых в рамках соответствующей теории. Именно системность и достоверность экономических знаний, привнесённых в нашу действительность с Запада и получивших широкое распространение не только на постсоветском пространстве, но и во всём мире, поставлены под вопрос по тем или иным направлениям современными экономистами-исследователями. Казалось бы, экономисты Фридрих Хайек, Джон Гэлбрейт, Джон Мейнард Кейнс своими работами сформировали неопровержимые стандарты воззрений на суть и характер тех или иных экономических явлений и процессов, которые невозможно опровергнуть. Однако набирающая обороты глобализация обнаруживает явное несоответствие положений традиционной либеральной экономической теории динамично меняющейся экономической среде на всех уровнях – глобальном, международном, страновом (как на уровне домохозяйств, так и на уровне предприятий, городов и регионов).

Основная часть. Ярким тому примером может служить первое направление экономической мысли, классическая политэкономия, основоположниками которой выступили П. Буагильбер и У. Пети, а продолжателями – С. Сисмонди, А. Смита и Д. Риккардо. Зародившись в конце XVIII века и получив активное развитие в 30-х годах XIX века классическая экономика пропагандировала экономический либерализм, который провозгласил первостепенность личной свободы и прав человека, свободу контракта и предпочтительность капиталистического жизнеустройства [1].

Первая же попытка практиков внедрить положения классической экономики в хозяйственную жизнь привели к первому мировому экономическому кризису 1857-1858 г.г. Как оказалось, экономический рост сам по себе абсолютно бесполезен для общества с точки зрения его

взаимосвязи с социальным благосостоянием. Экономический рост автоматически не решает проблемы уровня и качества жизни людей. Без вмешательства государства, способствующего социально справедливому распределению и перераспределению совокупного дохода, невозможно обеспечить взаимосвязь между экономическим ростом и социальным благосостоянием всего общества.

Основная причина несостоятельности западной экономической теории состоит в том, что все явления и процессы в её рамках рассматриваются с точки зрения существования идеальных условий (идеальная рыночная среда, неуклонное следование всех участников рынка правилам конкуренции, деятельность бескорыстного и эффективного правительства и т.д.). Анализ современной экономической среды легко опровергает эту базовую предпосылку экономической теории.

В России после краха завышенных ожиданий от либеральных реформ гайдаровского правительства начала 90-х годов прошлого столетия стало понятно, что западная экономическая теория не просто входит в противоречие с российской экономической действительностью, но и является смертельно опасным наркотиком для хозяйственной системы страны. Перед обществом со всей очевидностью встала необходимость формирования и дальнейшего развития экономической теории, носящей цивилизационный характер, адекватно отражающей экономическую действительность России и учитывающей особенности исторически сложившегося менталитета и мировоззрения русского народа [2].

Идейный замысел, отражающий первоначальный набросок данной экономической теории, состоит в следующем. Прежде всего, необходимо сформулировать само понятие. Экономическая теория – это система знаний об особенностях ведения хозяйства на всех уровнях (глобальный, международный, страновой, региональный, муниципальный, уровень предприятий и домохозяйств), которая формируется посредством выдвижения гипотезы, обоснования методологии, в рамках которой формируется модель устойчивой экономики, соответствующая концепция и методика, вырабатывается технология её реализации с учётом действия экономических законов.

Первым шагом в формировании русской цивилизационной экономической теории является выдвижение гипотезы. Гипотеза должна быть реализуемой на практике и иметь методологическое обоснование.

Методология включает в себя описание основных способов познания сути экономических явлений и процессов, положенных в основу формирования модели устойчивой экономики, соответствующей концепции и методики.

Модель устойчивой экономики представляет собой обобщённое представление о системном устройстве устойчивой экономики в виде схемы, отражающей совокупность протекающих в ней соответствующих

взаимосвязанных процессов и явлений: экономическая динамика, управление экономикой, производство средств производства, производство потребительских товаров, производство услуг, управление процессом промышленного производства, устройство устойчивой экономики.

Концепция устойчивой экономики позволяет определить перечень методов, применение которых позволит обеспечить формирование устойчивой экономики.

Методика формирования устойчивой экономики – это правило, алгоритм, определяющий целесообразный порядок и логически обоснованную очерёдность применения методов формирования устойчивой экономики, сформулированных в соответствующей концепции.

Технология формирования устойчивой экономики – это научное описание процессов развития, функционирования и изменения экономики, направленных на обеспечение возможности производства благ в условиях ограниченности ресурсов. Элементами устойчивой экономики выступают: рынок, потребности, экономическая деятельность, экономическое поведение, структурные изменения экономики, факторы производства и воспроизводство.

Конструкция экономической теории опирается на экономические законы, выступающие в качестве устойчивых причинно-следственных связей между экономическими процессами и явлениями, изменяющимися во времени.

Основной закон устойчивой экономики: каждая экономика, вовлечённая во взаимосвязанные процессы на глобальном, международном и внутреннем (социальном) уровнях, стремится на основе самоорганизации и поддержки регуляторного характера со стороны государства достичь наибольшего суммарного потенциала за счёт внутренних изменений при прохождении всех этапов экономической деятельности и развития [3].

Заключение. Преимущество предложенного методологического подхода к обоснованию экономической теории позволяет гармонично объединять науку и практику хозяйствования на всех уровнях экономики, даёт исчерпывающую характеристику модели устойчивой экономики, инструментам её формирования и алгоритму их применения.

Список литературы

1. Худокормов А.Г. Развитие экономической мысли через её периодические кризисы (к вопросу об общем принципе эволюции мировой экономической теории в XX веке) / А.Г. Худокормов. – М.: Институт экономики РАН, 2012. – 38 с.
2. Гуриев С.М. Мифы экономики: заблуждения и стереотипы, которые распространяют СМИ и политики / С.М. Гуриев. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 155 с.
3. Репин С.С. Тенденции развития экономической теории и экономической науки / С.С. Репин // Путеводитель предпринимателя. – 2021. – Т. 14, №1. – С. 71-77.

ФЕНОМЕНЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ГЛОКАЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Потяг В.С., Сергеевич Т.В., канд. экон. наук, доц.

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Республика Беларусь
potiag.vladislav@gmail.com

Для понимания отличий феноменов глобализации и глокализации, следует дать определения. Глобализация – многоплановая интеграция разных народов и государств в единое мировое сообщество и единое мировое хозяйство, посредством «унификации» и «систематизации мира», вследствие развития высокой экономической и политической взаимозависимости и взаимовлияния между странами. Зарождения глобализации началось в XII—XIII вв. вместе с развитием рыночных отношений и международной торговли. Глокализация – это региональная реакция в ответ на процессы глобализации в виде усиления социокультурных границ между странами и увеличения их значимости. Основоположителем теории глокализации является американско-британский ученый Р. Робертсон. Он первым вводит в науку понятие глокализации в середине 1990х гг. В своих работах на тему глобализации Р. Робертсон пришел к выводу, что социокультурные особенности очень важны в «систематизации» мира. Данные феномены являются антиномией. Глобализация направлена на унификацию народов и стран, их социокультурные особенности. Примером глокализации в контексте глобализации является транснациональная компания Coca-Cola. Продукция данной ТНК продается по всему миру за исключением Кубы и Северной Кореи. Реклама в каждой стране разная, нацеленная на социокультурные ценности страны, в которой она показывается. Противоречивость феноменов можно охарактеризовать фразой: «думай глобально, действуй локально». ТНК, активно используют данную стратегию по расширению и выходу на новые рынки. Пример реализации данного подхода описан выше с Coca-Cola. Данная стратегия имеет цель завоевания нового рынка, доверия и лояльности покупателей, «стать своим среди чужих». Глобализация не может проходить без некоторой подстройки под социокультурные особенности стран. Это осложнило бы процесс сближения и «стирания границ».

Несмотря на синергию глобализации и глокализации, природа и цель данных феноменов противоречивы. Глобализация – это процесс стирания социокультурных границ, унификации и систематизации мира. Признаками глобализации являются: Появление транснациональных компаний и расширение их влияния на экономики других стран, активное усиление

перемещения информации, и капитала между государствами, посредством ТНК, вестернизация общества и экономики государств, активное формирование, развитие и популяризация цифровой общемировой коммуникации, способствующей «стиранию границ» между населением государств.

Как отмечает Г.А. Дробот «проявления глобализации можно подразделить на материальные <...> и виртуальные. К первым относится все, что касается реального движения финансовых потоков, трансферта технологий, <...>, строительства глобальных информационных сетей и т.п. Ко вторым – содержательное наполнение этих сетей, формирование и продвижение предназначенных международному общественному мнению политико-психологических установок.» [1, с.107]. Глокализация – это процесс сохранения, подчёркивания и «усиления» социокультурных особенностей стран и народов. Признаками глокализации являются: Возрастание роли, отдельных регионов, возрастание внимания к культуре и традициям стран и народов, их истории, самобытности и ценностям, выделение и признание региональных социокультурных особенностей, формирование и развитие локальных средств коммуникации, стимулирование развития местных рынков, внутреннего спроса и предложения на продукцию местного производства. Проявления глокализации можно разделить на материальные и виртуальные, как и проявления глобализации выше. К первым будет относиться все, касательного внутреннего оборота финансов, товаров и услуг, ко вторым – развитие патриотического восприятия, истории, культуры, религии, традиций, ценностей и обычаев.

Заключение. Глокализация как феномен появилась в следствии развития глобализации в качестве региональной реакции в ответ на процессы глобализации. Процессы глокализации направлены на выделение региональных социокультурных особенностей, однако данные процессы не препятствует усилению взаимозависимости и взаимовлиянию между странами. Глокализация - это тенденция, противоположная глобализации. Но, как и глобализация служит укреплению и развитию отношений между людьми. Т.е. несмотря на их противоречивость, их совместное существование предопределено развитием экономической системы в целом.

Список литературы

1. Дробот, Г. А. Глобализация: понятие, этапы, противоречия, оценки / Г. А. Дробот // Социально-гуманитарные знания. – 2008. – № 2. – С. 105-127.

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ЧЕРЕЗ КРАУДФАНДИНГ

Рожкова Н.К.¹, д-р экон. наук, проф.

Рожкова Д.Ю.² канд. экон. наук

¹ ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, РФ

² ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Москва, РФ
nakoro@yandex.ru, rodasha@mail.ru

Введение. Практика доказывает, что успех социальных преобразований поддерживается успехом предпринимательства, а успех предпринимательства является одним из основополагающих элементов успешной социальной трансформации. Безусловно, общий прогресс общества выигрывает от одновременного осуществления экономического предпринимательства и социального предпринимательства. В статье сделана попытка анализа социального предпринимательства с учетом использования краудфандинговой платформы (данные по России за 2014-2020 гг.).

Основная часть. В последние десять лет социальное предпринимательство, как новая форма социальной организации, имеющей как «социальную», так и «инновационную» направленность, рассматривалось как новый способ решения социальных проблем и получило широкое внимание в развитых странах.

Социальное предпринимательство является частью предпринимательства, имеет в качестве главных действующих лиц людей и институты социальной экономики. При этом социальное предпринимательство выходит за рамки простой личной экономической выгоды предпринимателей.

Коммерческое и социальное предпринимательство имеют несколько общих моментов, таких как выявление неудовлетворенных или недостаточно охваченных потребностей, внедрение инноваций (продукты, процессы или услуги), создание бизнес-модели, которая способна предоставлять такие товары и услуги в надлежащем объеме.

Однако в случае социального предпринимательства потребности, которые не охвачены надлежащим образом, характеризуются тем, что они являются общими для крупных социальных групп. Кроме того, организационные структуры, через которые применяются идеи социального предпринимательства, в некоторых случаях не являются рыночными, они действуют не с целью извлечения прибыли, а скорее создают товары или услуги с социальной добавленной стоимостью.

Финансовые трудности социального предпринимательства в максимально возможной степени облегчаются за счет таких механизмов,

как микрофинансирование, участие в инкубаторах социальных предприятий, государственное финансирование в виде грантов, государственных заказов, потребительских субсидий [1].

Российские ученые единодушны во мнении, что социальное предпринимательство в российских реалиях развито слабо. При этом подчеркивается важная роль краудфандинга, как инструмента финансирования и развития социального предпринимательства [2].

Мы проанализировали деятельность одной из крупнейших краудфандинговых платформ России (planeta.ru) в части привлечения средств по проектам социального предпринимательства («категория социальное предпринимательство»).

Обобщенные результаты представим в таблице 1.

Таблица 1

Динамика краудфандинговых сборов по проектам «социальное предпринимательство», 2014-2020 гг.

	План, руб.	Факт, руб.	% от цели	Среднее количество участников	Средняя сумма пожертвования, руб.
2014	150 000	166 398	110,93	88	1890,89
2015	477 000	463 723	97,22	74	1886,09
2016	2 795 500	2 273 809	81,34	160	1619,79
2017	4 662 150	3 129 686	67,13	133	3240,86
2018	2 973 000	3 143 607	105,74	195	2256,21
2019	2 674 000	3 766 323	140,85	420	931,90
2020	2 311 443	2 234 007	96,65	112	1776,16
Итог	16 097 525	15 205 403	94,46	172	1996,28

Источник: составлено авторами по данным [3].

По результатам анализа подчеркнем нижеследующее.

1. В среднем процент сбора денежных средств довольно высок – 94,46%. Это означает, что краудфандинг действительно помогает социальным предпринимателям привлекать необходимые денежные средства. Кроме того, средний процент сбора денежных средств по социальным проектам превышает средний процент сбора денежных средств по всем проектам (79% в 2018 г., 84% в 2019 г. и 87% в 2020 г.) [4].

2. Однако, согласно нашим данными, по всем проектам краудфандинговой платформы за период с 2014 г. по 2020 г. было собрано около 1 678 255 073 руб. По проектам «социальное предпринимательство» - 15 205 403 руб. таким образом доля последнего в общем объеме составляет менее 1 процента (0,91%).

3. В среднем количество участников составляет около 172 человека, а средняя сумма участия в социальном проекте около 2000 руб.

Заключение. Краудфандинг – относительно новая форма финансирования, которая опирается на небольшие, но многочисленные взносы. Резюмируем, что модель краудфандинга является вполне

жизнеспособной для реализации новых проектов и бизнес-идей в части социального предпринимательства в Российской Федерации. Эта модель, в которой через цифровые платформы предприниматель вступает в контакт со многими потенциально заинтересованными людьми, готовыми финансировать социально значимые проекты. При этом должное внимание необходимо уделять увеличению уровня доверия в глазах инвесторов, которым важно в том числе понимание социальной полезности и положительного влияния проекта. Тогда возможности краудфандинга в части социального предпринимательства будут гораздо шире.

Список литературы

1. Демироглу, Н.Б. Инвестирование в социальное предпринимательство: признаки и особенности // Журнал прикладных исследований. – 2022. – №3. – С. 14-18.
2. Дьякова, О.В. Анализ проблематики и поиск альтернативных источников финансирования социального предпринимательства в России // Век качества. – 2022. – №1. – С. 98-110.
3. Planeta - Российская краудфандинговая платформа: [сайт]. – URL: <https://planeta.ru> (дата обращения: 02.02.2022).
4. Рожкова, Д.Ю., Рожкова, Н.К. Развитие краудфандинга России в условиях цифровизации и пандемии // Тенденции экономического развития в XXI веке : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1 марта 2022 г. – Минск : БГУ, 2022. – с. 567-569. – ISBN 978-985-881-271-3.

УДК 338.07

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ ОЦЕНКИ СБАЛАНСИРОВАННОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Рябченко А.А.,

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
г. Ростов-на-Дону, РФ
ya.ya.ya.pas@mail.ru

Введение. Основой стабильного развития экономики любого региона является сбалансированный характер воспроизводства и укрепление его экономического потенциала, иначе, при нарушении баланса процесса воспроизводства регион может перейти в разряд депрессивных, не реализовав свой потенциал развития и утратив конкурентные преимущества. Для того чтобы сохранялся этот баланс нужно своевременно и системно проводить мониторинг, анализ и делать оценку социально-экономической сферы региона, факторов внешней и внутренней среды, которые непосредственно оказывают влияние на жизнедеятельность региона.

Основная часть. Сегодня в отечественной и зарубежной науке существует множество инструментов, которые позволяют осуществлять мониторинг сбалансированного социально-экономического развития региона.

Используя положения и метод системной экономической теории Г.Б. Клейнер и М.А. Рыбачук предложили научно-методический подход к оценке системной сбалансированности регионов Российской Федерации, который базируется на четырех базовых типах экономических подсистем различной природы: объекты, среды, процессы и проекты.

Сбалансированность экономической системы достигается в случае соразмерности (пропорциональности) ее структурных компонент (подсистем) и является необходимым условием для успешного функционирования экономической системы в стратегической перспективе. Равновесной конфигурацией экономической системы является случай равной выраженности объектной, средовой, процессной и проектной составляющих внутри исследуемой системы [1].

Представленный Г.Б. Клейнером и М.А. Рыбачуком научно-методический подход к оценке системной сбалансированности регионов не лишен недостатка, а именно отмечено, что эксперты осуществляют выбор показателей, характеризующих объемы подсистем исследуемой тетрады и системы в целом. Привлечение экспертов привносит субъективизм в проводимую оценку, что может исказить получаемые результаты.

Так же методику оценки сбалансированности социально-экономического развития муниципальных образований, которую можно применить на регион, предложили Г.А. Сульдина и А.М. Хамидулина. Данная методика основана на использовании следующих параметров развития территорий: географическое положение и природно-ресурсный потенциал; трудовые ресурсы; результативность функционирования экономики; финансовые ресурсы; демографические показатели; социальная сфера [2]. Недостатком данной методики является то, что весовые коэффициенты предлагается определять методом экспертных оценок.

Существуют и другие заслуживающие внимания показатели сбалансированного социально-экономического развития региона. Так Н.В. Зубаревич для оценки сбалансированного социально-экономического развития региона предлагает использовать показатель «индекс качества жизни», который состоит из компонентов принимается равнозначным, но внутри него число индикаторов может быть различным, итоговый результат получается, как среднеарифметическое значение показателей.

Также автор акцентирует внимание на отказе от использования демографических компонентов и объясняет это их неспособностью отражать изучаемое явление, также динамика естественного прироста в регионах с низкой рождаемостью не характеризует качество жизни, а

миграционные показатели в переходный период являются индикаторами качества жизни только для части регионов [3]. Но для оценки сбалансированного социально-экономического развития региона необходим учет демографических показателей.

Методология оценки сбалансированного развития региона В.И. Сенькова и Н.В. Сеньковой базируется на классическом подходе оценки систем индикаторов развития по блокам «уровень развития и ресурсы региона», «качественные изменения инновационного роста», «конкурентоспособность региона», «уровень и качество жизни населения». Особенностью реализации предложенной методологии является использование для оценки и анализа качества экономического роста метода построения профиля рассматриваемого региона или группы регионов по каждому из выделенных критериев в системе [4].

Дискуссионным моментом является предложение авторов использовать разный набор показателей при оценке регионов разных федеральных округов Российской Федерации.

Э.Г. Бабкова в качестве инструмента мониторинга сбалансированного социально-экономического развития региона предлагает использовать рейтинговую оценку сбалансированного развития регионов, которая проводится в пять этапов: на первом этапе проводится обработка статистической базы и выбор показателей, характеризующих различные аспекты развития региональной экономики; второй этап заключается в расчете комплексных социально-экономических характеристик, интегрирующих частные показатели изучаемых аспектов регионального развития; третий этап предполагает сравнительный анализ исследуемой выборки регионов, с позиций общности и различий критериев сбалансированного развития; на четвертом этапе проводится интегральная рейтинговая оценка регионов по уровню сбалансированного социально-экономического развития; на пятом этапе становится возможно выявить закономерности социально-экономического развития по всей выборке регионов на основе анализа взаимосвязи различных факторов и их влияния на итоговую рейтинговую оценку регионов [5].

Заключение. Анализ представленных научно-методических подходов и инструментов по оценке сбалансированного социально-экономического развития региона позволяет сделать вывод, что все они имеют как достоинства, так и недостатки, что обосновывает необходимость разработки более совершенного диагностического инструментария оценки сбалансированности социально-экономического развития региона.

Список литературы

1. Клейнер Г. Б., Рыбачук М. А. Системная сбалансированность экономики России. Региональный разрез // Экономика региона. — 2019. — Т. 15, вып. 2. — С. 309-323

2. Г.А. Сульдина и А.М. Хамидулина Оценка сбалансированности социально-экономического развития муниципальных образований в регионе – URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/53f/53f013c95f29783f3769c9d6a6ebbc42.pdf>
3. Зубаревич, Н.В. Социальное развитие регионов России: проблемы и тенденции переходного периода / Н.В. Зубаревич. – М.: «ЛИБРОКОМ», 2012. – 264 с.
4. Сеньков В.И., Сенькова Н.В. Качество экономического роста регионов: теоретические аспекты, критерии и методология анализа // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 32. – С. 12-18.
5. Бабкова Э.Г. Рейтинговая оценка сбалансированного развития регионов Центрального федерального округа // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. – №2. – 2018. – С. 19-27. – URL: https://openbooks.itmo.ru/read_economics/17887/17887.pdf

УДК 004:336.14

ЭЛЕКТРОННЫЙ БЮДЖЕТ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Соловьева Ю.М., Соловьева Р.П., канд. ист. наук, доц.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ
rpsol@mail.ru

Введение. На современном этапе цивилизационного развития мировое хозяйство идет по пути активной цифровизации всех форм международных экономических отношений между странами. Поэтому становится актуальным вопрос исследования изменения, развития и влияния цифровизации экономики на бюджетно-налоговую политику. Данный вопрос изучали многие отечественные и зарубежные ученые, такие как: Болтинова О.В., Ермакова Е.А., Захарова Н.М., Каратаева Г.Е., Мамонтова Е.А., Сергеева И.И., Степанова Н.В., Ткаченко Р.В. и другие.

Авторы работы ставят цель – показать приоритеты внедрения электронного бюджета в условиях цифровизации.

Основная часть. Современные финансовые отношения и финансовая деятельность связаны с инновационным внедрением электронного бюджета, образованием, распределением и использованием денежных средств. Поэтому финансовая деятельность государства и муниципальных образований, определяемая финансовой политикой, претерпевает изменения. Развитые страны мира определяют стратегии и программы перехода к цифровизации, устанавливают задачи, сроки и перспективы развития цифровой экономики. В условиях формирования инновационной цифровой системы цифровые показатели выступают основополагающим началом для развития производства, конкурентоспособности, национального суверенитета страны, высокого

уровня жизни населения. В секторальном сегменте цифровизации электронный бюджет рассматривается как новая форма стабильного финансового обеспечения. В современном бюджетном законодательстве отражаются принципы прозрачности и открытости бюджета как фактора развития цифровизации в бюджетной деятельности. Большое значение имеет информационное обеспечение бюджетных отношений [1, с. 49-50]. Для перехода к цифровизации создается информационная система управления общественными финансами «Электронный бюджет». В мировой практике выделяют два подхода к созданию и развитию информационных систем управления общественными финансами: 1) централизованный, предусматривающий построение информационных систем по принципу максимально возможной унификации и интеграции функциональных областей управления; 2) децентрализованный, использующий только локальные системы с более гибким подходом к управлению финансами и развитию инфраструктуры [2, с. 157]. Развитие современной интегрированной информационной системы «Электронный бюджет» основано на сочетании двух подходов и включает приоритетные направления: доступность информации о финансовой деятельности учреждений; сочетание стратегического и бюджетного планирования; осуществление мониторинга результативности государственных программ; эффективное удаленное ведение бухгалтерского учета; составление финансовой отчетности; законодательное обеспечение реестров расходных обязательств. По мнению ученых, существуют централизованные технологические и сервисные подсистемы: ведения реестров, учета и отчетности, финансового контроля; бюджетного планирования; управления доходами и расходами, финансовыми и нефинансовыми активами, денежными средствами, кадровыми ресурсами. Использование «электронного бюджета» на различных уровнях бюджетной системы позволяет повысить эффективность и качество управления финансами, распорядителями и получателями бюджетных средств. Функциональная структура системы «электронный бюджет» обладает определенными преимуществами: предусматривает единую методологию проектирования и исполнения бюджетов, отчетность субъектов бюджетной деятельности, применение новых альтернативных инструментов, исключая дублирование информации [1, с. 52].

Цифровые платформы являются новым вектором развития общественных финансов. Инновационные системы управления позволяют получать информацию в режиме онлайн на основе автоматизированного анализа больших данных, увеличивать скорость принятия решений, быстро реагировать на изменения среды, ориентироваться на конкретных пользователей, а инновационная архитектура системы «электронный бюджет» обеспечивает возможность использования электронных формуляров и подписей [2, с. 156-157]. Цифровое государственное

управление предполагает: предоставление услуг и сервисов в цифровом виде; обеспечение цифровой трансформации органов государственной власти и местного самоуправления; создание системы управления большими данными; обеспечение формирования и развития инфраструктуры электронного правительства; преобразование институциональных и организационных механизмов взаимодействия [3, с. 23]. Для повышения эффективности бюджетных расходов принята Концепция создания и развития государственной интегрированной информационной системы управления общественными финансами «Электронный бюджет». Ее целями являются: обеспечение открытости, прозрачности и подотчетности деятельности органов управления общественными финансами, повышение качества финансового менеджмента путем формирования единого информационного пространства и применения информационных и телекоммуникационных технологий [2, с. 156-157].

Сейчас успешно реализуются: реестровая модель, предоставление услуг в электронной форме; механизм обратной связи; электронный юридически обоснованный документооборот. В приоритете: создание сквозных цифровых технологий на основе отечественных разработок; внедрение инноваций и платформенных решений в сфере управления и оказания государственных услуг; преобразование приоритетных отраслей экономики и социальной сферы. В наши дни система государственных финансов достаточно объемно оцифрована. Работает целый ряд комплексных цифровых решений, платформ, ресурсов, которые уменьшают субъективность принятия решений и увеличивают скорость их принятия: «Электронный бюджет», Единый портал бюджетной системы; мобильное приложение; «Единый портал государственных и муниципальных услуг» [3, с. 23]. Внедряется программа, определившая задачи, сроки, цели реализации основных мер государственной политики по созданию необходимых условий для развития цифровой экономики, в которой данные в цифровом виде являются ключевыми. Сформирована общая архитектура интегрированной системы «электронный бюджет», представляющая собой многоконтурную, иерархическую систему [2, с. 156, 160]. Использование инноваций в финансовой сфере в форме электронного бюджета способствует быстрому аккумулированию и качественному распределению финансов во всех секторах экономики.

Заключение. Таким образом, существуют альтернативные варианты развития информационной сферы управления общественными финансами. Интегрируясь с процессами, происходящими в современном обществе, «электронный бюджет» в условиях цифровой экономики занимает особое место, имеет ряд преимуществ, на этапе цифровизации бюджетной деятельности направлен на обеспечение прозрачности и открытости государственных и муниципальных органов управления. Успешная

реализация модели цифровизации бюджетной сферы и инновационный финансовый мониторинг являются важным инструментом эффективного использования средств федерального бюджета.

Список литературы

1. Болтинова О.В. Бюджет в условиях цифровой экономики // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. – 2021. – №9 (85). – С. 48-55
2. Захарова Н.М. Интегрированная информационная система управления общественными финансами «Электронный бюджет»: значение и тенденции развития // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – №2. – С. 155-165
3. Ермакова Е.А. Цифровые трансформации государственных финансов в России // ИБР. – 2019. – №3 (36). – С. 21-24

УДК 336.22; 336.02

ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВ И НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

Стельмахова Н.В.

ГБУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, РФ
stelmakhova_n_v@mail.ru

Введение. Проблемы влияния налогов, налоговой системы и налоговой политики на экономическое развитие страны, устойчивость развития, структурные сдвиги в экономике, экономический рост, качество жизни и уровень благосостояния населения всегда занимали одно из важных мест в экономических исследованиях.

Цель исследования – на основе проведения научного обзора достижений экономической науки в области влияния налогов, налоговой системы и налоговой политики на экономический рост выделить основные тенденции их взаимодействия для использования в государственной экономической политике.

Основная часть. Основной целью любой проводимой экономической политики государства является достижение устойчивого экономического роста. Одну из немаловажных ролей в решении данной задачи может сыграть проводимая государством налоговая политика. Для более глубокого понимания значения налогов и налоговой политики обратимся к теории налогообложения. Налоговой политике, как необходимому условию экономического развития и регулирования социально-экономических процессов, отведена роль в кейнсианской экономической школе, которой обоснованы инструменты государственного регулирования экономики и большое значение уделено налоговому регулированию наряду с другими рычагами регулирования

экономики. Разработки английского экономиста Дж. Кейнса и его последователей легли в основу кейнсианской теории налогов. Главная мысль данной теории состоит в том, что налог – это одно из слагаемых успешного развития экономики и главный рычаг ее регулирования. Чтобы избежать негативных последствий от излишних сбережений, мешающих экономическому росту, так как они не вкладываются в производство и являются пассивным источником дохода, их нужно изъять при помощи налогов [1]. Сторонники данной теории подчеркивают возможность мерами активной налоговой политики, являющейся приоритетной, оказывать весомое воздействие на стимулирование склонности к потреблению, повышение занятости и экономический рост.

Представители неоклассической теории, в рамках которой получили развитие два направления – теория экономики предложения и монетаризма – придерживаются либеральных методов государственного регулирования экономики и полагают, что экономика стремится к достижению состояния равновесия. Согласно их взглядам, государство должно направлять усилия лишь на устранение препятствий, которые мешают действию законов свободной конкуренции. Теория монетаризма М. Фридмена основывается на количественной теории денег. Регулировать экономику можно посредством денежного обращения, зависящего от количества денег и ставок процентов банка. По положениям этой теории у налогов не такая важная роль и с их помощью излишнее количество денег из обращения изымается [1]. В кейнсианской и теории монетаризма с помощью налогов снижают факторы, неблагоприятно воздействующие на экономику (в кейнсианстве – сбережения, в монетаризме – излишние деньги).

Начало 80-х годов прошлого столетия ознаменовалось формулированием теории экономики предложения, представители которой (У. Бернс, А. Лаффер и Г. Стайн) считают налоги одним из факторов развития и регулирования экономики. Согласно этой теории, высокий уровень налогов оказывает отрицательное влияние на инвестиционную и предпринимательскую активность, приводя в конечном итоге к снижению платежей по налогам, вследствие чего предлагается ставки по налогам снизить и корпорациям предоставить различные льготы, что снизит налоговое бремя и приведет к бурному экономическому росту [2].

По проблематике выявления взаимосвязей параметров налоговой и экономической системы, налоговой системы с реальным и финансовым секторами экономики, внутри самой налоговой системы учеными накоплен большой пласт эмпирических работ, проведенных с использованием факторного и корреляционно-регрессионного анализа, а также методов математического моделирования. Построение регрессионных зависимостей для налоговой системы происходит на основании ретроспективных данных. Выделяют два типа таких зависимостей: в рамках первого направления изучаются макроэкономические

факторы (инфляция, структура экономики и налоговой системы, размеры государственного и корпоративного долга, экономический рост, проводимая государством бюджетно-налоговая политика), которые определяют динамику и структуру поступлений налогов; работы второго направления исследуют влияние воздействия параметров налоговой системы на динамику макроэкономических показателей, среди которых и темпы экономического роста.

В своих исследованиях большая часть экономистов приходят к выводам, что косвенные налоги оказывают больший эффект на экономический рост нежели прямые налоги и обладают фискальным преимуществом над ними [3]. Однако, результаты проведенных исследований свидетельствуют также и о том, что эффект от изменения прямых и косвенных налогов сильно зависит от исследуемой страны и временного интервала. В работах показано, что прогрессивные шкалы налогов положительно воздействуют на экономический рост по сравнению с пропорциональным налогообложением [4]. Исследования налоговой структуры разных стран показывают, что косвенное налогообложение более характерно для развивающихся стран и стран с переходной экономикой, нежели для развитых стран [5]. По результатам оценки зависимости между налогами и экономическим ростом в зарубежных странах оказывается, что налоговая нагрузка, измеряемая как соотношение совокупных налоговых доходов и ВВП, оказывает отрицательное воздействие на темпы экономического роста [6].

Заключение. Результаты проведенного анализа свидетельствуют о том, что несмотря на разночтения и отсутствие универсальных выводов, большое количество ученых говорят о наличии тесной взаимосвязи и влиянии налогов, налоговой системы и налоговой политики на экономический рост. Основные тенденции их взаимодействия, которые необходимо учитывать при разработке налоговой политики, оказывающей положительное влияние на экономический рост: высокий уровень налоговой нагрузки оказывает отрицательное влияние на экономический рост; прямые налоги, в частности налоги на доходы, оказывают более негативное влияние на темпы экономического роста, чем косвенные налоги; прогрессивные ставки положительно влияют на экономический рост, по сравнению с пропорциональными ставками, позволяя стимулировать тем самым спрос и предложение и, соответственно, развитие экономики, а также в большей степени решают проблему неравенства. Таким образом, оптимизация налоговой политики представляет собой один из способов стимулирования роста экономики.

Список литературы

1. Иванова, Н.В. Этапы развития научного осмысления сущности налогов / Н.В. Иванова // Науковедение. – 2011. – №3(8).

2. Баатар, С. Основные налоговые теории и их современные интерпретации / С. Баатар // Известия Байкальского государственного университета. – 2003. – С.14-18.
3. Myles, G. Economic Growth and the Role of Taxation / G. Myles // OECD Economic Department Working Papers. – 2009. – No. 714. – 63 p.
4. Tanchev, S. The Role of the Proportional Income Tax on Economic Growth of Bulgaria / S. Tanchev // Economic Studies Journal. – 2016. – Vol. 25. – Issue 4. – PP. 66-77.
5. Соловьева, Н.А. Соотношение прямых и косвенных налогов в налоговой системе государства и тенденции его изменения / Н.А. Соловьева // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2017. – Т. 7, №1А. – С. 216-226.
6. Андропова, О.А. Современная налоговая система России: основные принципы, реформы и роль в обеспечении экономической безопасности страны / О.А. Андропова, О.И. Изряднова, М.В. Казакова // Экономические отношения. – 2020. – Том 10. – № 4. – С. 1365-1386.

УДК 330.837.2

НОРМАТИВНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В РЕСПУБЛИКАХ ДОНБАССА

Стрижак А.Ю., д-р экон. наук, доц.,

Кутрань Е.В., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», Донецк, РФ

strizhak.a86@mail.ru, lllia@ukr.net

Введение. Известный тезис Нобелевского лауреата Д. Норта «институты имеют значение» [1], ставший лозунгом современной экономической науки, позволил ученым-обществоведам дать ответ на главный вопрос: почему страны с развивающимися рынками существенно отстают по многим показателям как от западных капиталистических стран, так и новых индустриальных стран Азии, совершивших экономическое «чудо» в XX веке. «Институты являются и причиной, и следствием социально-экономического развития, они формируют экономическое пространство и, в свою очередь, формируются им» [2]. Страны постсоветского пространства, столкнувшиеся с проблемой формирования капиталистических институтов на этапе перехода к рыночной экономике, допустили множество серьезных ошибок, которые, укоренившись и стабилизировавшись на макроуровне, превратились в институциональные ловушки, выход из которых весьма затруднителен, а в отдельных случаях – невозможен.

Актуальность (социальная значимость). С проблемой институтотворчества столкнулись и новые государственные образования Донбасса – Донецкая и Луганская Народные Республики. Помимо сложной военно-политической обстановки в регионе, массовых разрушений инфраструктуры городов и дефицита квалифицированных специалистов,

молодые республики понесли колоссальные трансформационные издержки, что, безусловно, негативно отразилось на состоянии экономики и социальной сферы. В этой связи нам представляется архиважным обратить внимание ученых и практиков на процесс формирования эффективного институционального пространства на Донбассе.

Целью исследования является нормативный анализ формирования эффективного институционального пространства в республиках Донбасса.

Для исследования используются следующие **методы**: общенаучные – анализ, синтез, индукция, дедукция, наблюдение, сравнение; специальные – социологические и статистические методы, институциональный и нормативный анализ.

Переходя к нормативному дискурсу, сосредоточим внимание на особенно важных, с нашей точки зрения, институтах.

Политико-правовые институты. Модернизация институционального пространства должна начаться с формирования эффективного аппарата управления и выработки качественных механизмов инфорсмента. В данной связи необходимо, на наш взгляд, актуализировать опыт новых индустриальных стран, совершивших эффективную институциональную модернизацию во второй половине XX века – Сингапура, Южной Кореи, Гонконга, Тайваня. Первым шагом на пути к эффективной модернизации институтов стало вытеснение бюрократии меритократией и сокращение до минимума представителей правящей элиты. На территориях республик прослеживается очень высокий уровень дистанции власти (показатель дистанции власти, рассчитанный по методике Г. Хофстеде, в Украине составляет 92 балла, а в России – 93 балла из 100) [3], что отражается на качестве деловых коммуникаций между чиновниками и народом. Решением данной проблемы может стать цифровизация экономики, а также разработка и внедрение системы электронного правительства. С целью повышения эффективности нормативно-правовой системы необходимо провести юридическую экспертизу отдельных законов, а также кодексов, положений и постановлений, которые вызывают у специалистов множество вопросов. Государство должно осуществить меры по преодолению правового нигилизма и правовой безграмотности народа путем проведения правового воспитания, повышения авторитета правоохранительных органов, власти, упрощения толкования законов.

Экономические институты. Военно-политическая ситуация на Донбассе негативно отразилась на развитии экономических институтов. За годы военных действий были разрушены производственные связи региона, закрыты предприятия угольной и металлургической промышленности, составляющие основу региона, уничтожены сотни объектов инфраструктуры. Ежегодно происходит сокращение численности персонала предприятий ДНР. Средняя зарплата сотрудников предприятий машиностроения ДНР остается критически низкой (в 2020 г. составила 12,3 тыс. руб.) [4]. Большинство экономически развитых стран мира вплотную подошли к шестому технологическому укладу, при этом львиная

доля технологий ДНР все еще относится к третьему укладу. С целью реализации динамичного инновационного развития экономики ДНР необходимо осуществлять перераспределение потоков рентных доходов в пользу государства и общества, повышать конкуренцию на отраслевых рынках (за счет обновления ассортимента продукции, выхода на новые рынки сбыта, реализации грамотной маркетинговой стратегии), сформировать материально-техническую базу, основанную на инновациях и передовых технологиях, реконструировать традиционные отрасли экономики за счет оснащения новым, более качественным оборудованием, увеличить государственное финансирование НИОКР, привлекать к сотрудничеству зарубежных ученых, обмениваться опытом и технологиями, совместно реализовывать научные проекты, расширить использование альтернативных видов энергии. Чрезвычайно важной мерой повышения качества экономических институтов является комплексная государственная поддержка малого и среднего предпринимательства. В модернизации остро нуждается кадровая политика республики: необходимо повысить престижность инженерно-технических, агропромышленных, строительных и других специальностей реального сектора экономики, а также провести профессиональную переподготовку избыточных кадров чиновничьего аппарата.

Институты социальной сферы. Острую потребность в модернизации испытывают институты социальной сферы Республики. В Донецкой Народной Республике, начиная с 2014 г., наблюдается рост малообеспеченной категории населения на 2,3%. Значительное увеличение отмечается и по такой целевой группе, как «получатели материальной помощи», — с 10,9 тыс. чел. в 2016 г. до 223, 8 тыс. чел. в 2020 г., или более чем в 20 раз [5]. Минимальный размер оплаты труда в республике в начале 2022 г. составил 10 245 российских рублей в месяц [6]. Квалифицированные кадры республики покидают свои рабочие места и уезжают в другие государства в поисках достойного заработка. Наиболее важными мерами в данном направлении, на наш взгляд, являются следующие: снижение уровня социального неравенства за счет повышения качества жизни населения, доступности благ, инвестирования в регионы; активное частно-государственное инвестирование в человеческий капитал как основной фактор современного экономического развития; государственное содействие развитию институтов гражданского общества; предотвращение утечки рабочей силы из страны посредством государственного регулирования миграционных потоков; повышение жизненных стандартов населения за счет реконструкции систем образования, здравоохранения, жилищного сектора; разработка и внедрение социальных программ для малоимущих; повышение уровня доверия народа за счет политики открытости, прозрачности и честности представителей государственного аппарата.

Заключение. Таким образом, Донецкая Народная Республика, как и другие страны с развивающимися рынками, на сегодняшний день остро

нуждается в модернизации. Модернизация будет эффективной только в том случае, если в этом будет заинтересована триада «власть – бизнес – общество». Результатом модернизации должно стать формирование инклюзивных институтов, обеспечивающих равные права и возможности для всех членов общества во главе с правящей элитой – меритократией.

Список литературы

1. North D.C. Institutions Matter // Economic History. – 1994. – № 9411004. URL: <http://128.118.178.162/eps/eh/papers/9411/9411004.pdf>
2. Фролов Д.П. Имеют ли институты значение для пространственной экономики? // Пространственная экономика. – 2015. – № 1. – С. 23.
3. Hofstede Insights Organisational Culture Consulting. URL: <https://www.hofstede-insights.com/fi/product/compare-countries/>
4. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2021. – С. 46-47.
5. Гладкий Н.А. Социальная сфера Донецкой Народной Республики как среда развития социального предпринимательства // Вестник Челябинского государственного университета. Экономические науки. – 2021. – № 12 (458). – Вып. 75. – С. 136.
6. Данные официального сайта Народного Совета ДНР. URL: <https://dnrsovet.su/uvelichena-summa-minimalnogo-razmera-oplaty-truda/>

УДК 330.101

ДЕФИНИЦИИ КАТЕГОРИИ «ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ»

Тарков В.В.,

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
tarkoviktoriginal@mail.ru

Введение. Современные модификации экономических укладов на различных уровнях оказывают огромное воздействие на существующую теоретическую, методологическую и прикладную базу хозяйственного механизма. Это связано с тем, что ранее принятая и успешно функционирующая «формула» роста и развития больше не действует. В этом контексте поставлена задача пересмотра и в некоторых случаях кардинальная трансформация экономических категорий и процессов, которые в полной мере будут соответствовать реалиям бытия. Исходя из этого, на основе новых сформированных теорий и концепций определить прагматичную и взвешенную экономическую политику, способную успешно приспосабливаться к новым вызовам. В этой связи является важным и актуальным вопрос дефиниций качественно устойчивых и соответствующих времени категорий, которые отражают реальную

экономическую картину – экономический рост и экономическое развитие. *Цель* – ретроспектива категории «экономический рост» с учетом современных тенденций.

Основная часть. Одной из основных целей любого государства, как и в общем-то, самой экономической науки является обеспечение устойчивого экономического роста. Его достижение гарантирует благополучие граждан, политическую стабильность, уважение на мировой арене. Важно отметить, что на сегодняшнем этапе развития не существует такой экономической политики, которая могла бы гарантировать процветание в долгосрочной перспективе. Существует много примеров, когда страна, являвшаяся менее развитой, желающая кардинально сменить свою экономическую политику на более, как ей казалось, успешную, прибегла к заимствованию экономических институтов из стран, которые ушли намного лет вперед в своем развитии. Это привело к тому, что заимствованные институты были отвергнуты, т. к. для общества такие правила были чуждыми и непонятными (ярким примером здесь выступает Россия, 90-е гг., внедрение западных институтов при проведении рыночных реформ, в итоге институты были атрофированы, а Россия объявила дефолт в 1998 г.).

Сегодня существует множество трактовок экономического роста. Такое разнообразие определений связано с развитием экономической науки и ее влиянии на процессы развития общества. Определенно, нельзя полностью применить постулаты экономического роста А. Смита или Дж. Кейнса при планировании и реализации экономической политики в современных условиях, т. к. они носят прагматичный характер и сегодня оказывают влияние только в общем понимании экономических принципов. Важно отметить, что учения великих экономистов сыграли величайшую роль в решении многих кризисов на разных исторических этапах. Данные аспекты позволяют сформировать следующий вывод – разные исторические этапы требуют разных подходов к определению экономического роста и другого необходимого для развития категориального аппарата. Исходя из этого, чем комплексной будет дефиниция экономического роста в данный экономический цикл, тем предметной и взвешенной будет экономическая политика, ее реализация.

Говорить об экономическом росте, а точнее об его организации в качестве системы начали еще с рабовладельческих времен (Хаммурапи (XVIII в. до н. э.), Конфуций (VI – V вв. до н. э.), Ксенофонт, Аристотель, Платон (V – IV вв. до н.э.)) и многие другие. Работы данных философов и ученых не давали четкого определения экономического роста, при этом каждый внес существенный вклад в изменение мировых устойчивых механизмов, которые не учитывали тенденций тех времени и открывали решения многих социально-экономических проблем. Вавилонский царь Хаммурапи свои т. н. законы посвятил разделению и производительности труда, торговле, что серьезно изменило конфигурацию рабовладельческого

строю. Ксенофонт впервые употребил категорию «экономика» как науку о законах развития хозяйства. Платон разделил общество на 3 класса (философы; воины; землевладельцы, ремесленники и мелкие торговцы. Рабы – вне классов, это орудия труда, которые разговаривают); выдвинул тезис, что в основе любого государства лежит разделение труда; выступил против чрезмерного богатства и бедности и др. Т. е. можно четко отметить, что философы того времени раскрывали проблемы, требующие модификаций для развития античного общества.

Представитель классической школы политической экономии А. Смит уже более точнее говорил об экономическом росте. Он считал, что экономический интерес каждого отдельного человека способствует благосостоянию общества и государства, что обеспечивает в будущем экономический рост.

Дж. Кейнс и его кейнсианская теория видят экономический рост в контексте ведущей роли государства в экономических процессах, взаимосвязи сбережений и инвестиций.

Советская экономическая мысль не отражала проблемы экономического роста, считая данное изучение буржуазным, что подтверждается следующим определением: «Экономического роста теории – буржуазные концепции, призванные обосновать взаимосвязь и взаимодействие основных макроэкономических категорий воспроизводства и темпов его расширения. Экономического роста теории представляют собой буржуазную альтернативу марксистской теории воспроизводства» [1, с. 537]. Категории «экономический рост» и «экономическое развитие» рассматривались как синонимы.

В постсоветской и современной литературе можно встретить следующие определения экономического роста:

1. «Под ростом обычно понимают движение экономической жизни, тенденции в развитии элементов экономики (цен. Производства, безработицы и др.). Свое выражение рост находит в увеличении потенциального и реального ВВП, возрастании экономической мощи страны» [2, с. 138].

2. «...Экономический рост означает постоянное увеличение реального объема производства продукции и сопровождающее его улучшение технологических, экономических и социальных характеристик общественного развития» [3, с. 311].

3. «Экономический рост – система взаимодействия и воспроизводства элементов и факторов экономического роста» [4, с. 335].

4. «Под экономическим ростом принято понимать увеличение объемов созданных за определенный период товаров и услуг» [5, с. 529].

5. «Экономический рост – это такое развитие национальной экономики, при котором увеличивается реальный ВВП» [5, с. 37].

Заключение. Дефиниций категории «экономический рост» огромное множество, с учетом данного аспекта научные изыскания в этом

направлении не иссякают, т. к. потребность в росте и развитии есть всегда, особенно в условиях турбулентности мировой и национальной экономики.

Список литературы

1. Румянцев, А. Н. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия / А. Н. Румянцев, Л. Гатовский и др. – В 4 т. Т.4. М., 1980. – 672 с. – URL: https://archive.org/details/ekonomicheskaiia_entciclopediia__politicheskaiia_ekonomiia/ekonomicheskaiia_entciclopediia__politicheskaiia_ekonomiia__V_1/page/n11/mode/2up (дата обращения: 20.09.2022)
2. Максимова, В. Ф. Рыночная экономика : Учебник: В 3 т. Т. 1. Ч. 2 / Максимова В. Ф., Шишов А. Л. ; Ответственный редактор Ю. Б. Рубин и др. ; Ассоциация эконом. вузов. – М. : СОМИНТЭК, 1992. – 255 с.: ил. – ISBN 5-7958-0001-5 : 105.00.
3. Некипелов, А. Д. Популярная экономическая энциклопедия / Гл. ред. А. Д. Некипелов; Редкол.: В. С. Автономов [и др.]. – Репр. изд. – М. : Большая Рос. энцикл., 2003 (ОАО Можайский полигр. комб.). – 367 с. : ил., табл.; 27 см. – (Золотой фонд. Энциклопедия).; ISBN 5-7107-7314-X (в пер.)
4. Вечканов Г. С., Вечканова Г. Р.. Микроэкономика: Учебник для вузов, 4-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, — 464 с.: ил.. 2015. — ISBN 978-5-459-00407-6
5. Камаев, В. Д. Экономическая теория: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. В.Д. Камаева. — 10-е изд., перераб. и доп. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2008. — 592 с: ил. — ISBN 5-691-01193-6.

УДК 338.012:334.021

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В РЕАЛИЗАЦИИ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДНР

Шемякина Н.В., канд. экон. наук, доц., **Пономаренко А.А.**

ГБУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, РФ
shemyakina.n.v@econri.org, ponomarenko.a.a@econri.org

Введение. Перспективы развития Донецкой Народной Республики зависят от темпов обновления и модернизации промышленности. Республика является экономическим регионом традиционно-промышленного типа, поэтому трансформационные процессы для ДНР непосредственно связаны с осуществлением перехода от экономики, «подпитываемой» ресурсами и дешевой рабочей силой, к достижению более высокой производительности труда на технико-технологической основе. Реализация технико-экономической парадигмы опирается на структурные трансформации, определяющие вектор индустриального развития, которое, в условиях перехода к новому этапу технико-технологического прогресса, обеспечивается подчинением всех участников процесса общей цели прогрессивного развития. В мирохозяйственной практике сложившимися

условиями смены технологического способа производства и модернизации промышленности являются реализация крупномасштабных проектов и инвестиционная привлекательность промышленного сектора экономики, в контексте чего особую значимость приобретает эффективность взаимодействия современного государства и экономической системы на основе государственно-частного партнерства.

Основная часть. Согласно с положениями экономической науки, предполагаемые подходы к решению задач промышленного развития определяют исходные позиции относительно роли, границ и возможностей участия государства в рыночной экономике, основу которых составляют два принципиально отличных взгляда на вмешательство государства в экономику – кейнсианство и монетаризм. Тезис о необходимости государственных инвестиций в приоритетные секторы экономики в периоды кризисов и структурных трансформаций поддерживают сторонники возрастания роли государства в экономике кейнсианского направления экономической теории [1, с. 21]. Формы, методы и степень участия государства в инвестиционном процессе являются предметом широкой дискуссии ученых-экономистов.

Масштаб накопившихся противоречий на современном этапе развития обуславливает необходимость осмысления путей достижения поставленных целей не только используя «архаично-тривиальные» подходы к решению неотложных проблем, объясняющие их возникновение с позиции неолиберальной экономики – как результат чрезмерного вмешательства в механизмы рыночного саморегулирования, или, опираясь на точку зрения различных течений кейнсианства и некоторых других гетеродоксальных теорий, представители которых видят решение проблем в развитии и совершенствовании государственного регулирования экономики [2, с. 28].

В данном контексте форму государственно-частного партнерства, в основу которого положены принципы взаимодействия и консенсуса в целях преодоления возникающих противоречий, можно рассматривать как новую организационную форму экономических отношений, являющуюся отражением современного подхода к развитию экономических систем на основе равноправного и конструктивного взаимодействия государства, бизнеса и общества в виде гармоничного государственно-частного (публично-частного, социально-экономического) партнерства.

Страны, сочетающие государственное планирование с рыночными механизмами и частным предпринимательством, то есть, идущие по пути формирования «конвергентной модели» экономики, демонстрируют сегодня опережающее индустриальное развитие [3, с. 48]. Проходя различные стадии, характеризующиеся сменой технологических укладов и промышленными революциями, изменением характера и материальной технологической основы производства, индустрия, несмотря на возрастание удельного веса сферы услуг, остается фундаментом

современной экономики, которая опирается на индустриальное материальное производство, изменяющееся под влиянием экономики знаний, когда материальное производство не замещается знаниями, а знания становятся необходимым элементом материального производства [2]. Материальной основой перехода к новой модели экономики, согласно концепции технологических укладов С.Ю. Глазьева, является новый 6-й технологический уклад, ядро которого составляют NBIC-технологии (N – нано-, B – био-, I – информационно-коммуникационные, C – когнитивные технологии), которые формируют новые источники долгосрочного экономического роста на предстоящей длинной волне цикла Кондратьева (2018–2050 гг.). Воспроизводственный процесс будет осуществляться на базе инновационного производства.

Генераторами экономического роста в Донецкой Народной Республике сегодня являются добывающий и перерабатывающий секторы промышленности, ресурсы которых, с большой вероятностью в перспективе, будут обеспечивать значительную часть поступлений в республиканский бюджет. Формирование экономики за счет сырьевого сектора в текущем моменте определяет скорее экстенсивный, чем интенсивный вариант развития, но это реалии экономики ДНР в краткосрочной перспективе [4, с.7].

Приоритетные направления перехода на технико-экономическую парадигму промышленности Донецкой Народной Республики для достижения целей социально-экономического развития приведены в таблице 1.

Таблица 1

Приоритетные направления и базовые секторы технико-экономического развития промышленности ДНР

Приоритетные направления	Базовые секторы
• для достижения целей экономического развития ДНР на основе инновационной экономики необходимо: ➤ развитие ключевых секторов промышленности ДНР на основе государственного регулирования: энергетика, тяжелое машиностроение, металлургия; ➤ повышение производительности труда, рост фондовооруженности; ➤ внедрение инновационных и передовых технологий; ➤ государственная поддержка развития современных прорывных технологий; стимулирование экспортоориентированной деятельности предприятий, производящих продукцию высокого передела; ➤ налаживание межотраслевой и межрегиональной кооперации; ➤ развитие внутреннего рынка; ➤ поддержка и развитие малого предпринимательства.	• отрасли обрабатывающей промышленности, которые обеспечат стратегическую перспективу инновационного развития экономики ДНР: ➤ энергетика, ➤ тяжелое машиностроение, ➤ металлургия, ➤ химическая отрасль.

Источник: составлено авторами на основании [4]

Заключение. Одной из важнейших задач современного этапа развития промышленности ДНР является ее модернизация в рамках реализации технико-экономической парадигмы развития. Обработывающая промышленность представляет сегодня основную движущую силу увеличения объемов производства и роста занятости; имеет больше возможностей для накопления капитала и разработки технологий, таким образом оказывая влияние на стимулирование технико-технологического прогресса. В качестве перспективных для внедрения технико-технологических инноваций отраслей обрабатывающей промышленности республики можно выделить следующие: энергетика, тяжелое машиностроение, металлургия, химическая отрасль, агропромышленный комплекс. Посредством формирования и реализации промышленной политики, именно государство определяет векторы индустриального развития. Следовательно, привлечение частного сектора в промышленность является вопросом государственной политики и стратегии, поэтому развитие государственно-частного партнерства в промышленности должно соотноситься с промышленной политикой республики.

Список литературы

1. Деркач, А.А. Теоретико-методологические аспекты инвестиций и государственное регулирование инвестиционной деятельности / А.А. Деркач // Экономические науки. – 2013. – №8 (105). – С. 21-25.
2. Бодрунов, С.Д. Научно-технический прогресс и трансформация общества: ноономика и ноообщество. Часть 1. / С.Д. Бодрунов // Ноономика и ноообщество. Альманах трудов ИНИР им. С.Ю. Витте. – 2022. – Т. 1. – № 1. – С. 24–42.
3. Глазьев, С.Ю. Ноономика как стержень формирования нового технологического и мирохозяйственного укладов / С.Ю. Глазьев // Ноономика и ноообщество. Альманах трудов ИНИР им. С.Ю. Витте. – 2022. – Т. 1. – № 1. – С. 43–64.
4. Половян, А.В. Цифровизация экономики: новые возможности для экономического роста / А.В. Половян, Н.В. Шемякина, С.Н. Гриневская // Вестник Института экономических исследований. – 2020. – №3 (19). – С.5-13.

Коммерция и таможенное дело

УДК 339.13:339.138

РАЗВИТИЕ СТРИТ-РИТЕЙЛА КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Баркалова Н.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
n.barkalova@donnu.ru

Введение. Рассмотрены вопросы создания эффективной модели торговой улицы за счет концентрации и разнообразия.

Цель исследования – выявление условий создания максимального количества разнообразных небольших объектов стрит-ритейла, обеспечивающих покупателю максимальное визуальное и содержательное торговое насыщение.

Основная часть. Термин «стрит-ритейл» с английского переводится как «уличная торговля», в русскоязычный бизнес-словарь он вошел в 2007 году, когда возникла потребность обозначить тип торговых помещений, расположенных на первых этажах зданий, с отдельным выходом на улицу и с витринами, которые можно использовать как место для вывески [1].

Объекты стрит-ритейла имеют свою специфику размещения, где значимым фактором является историческое развитие территории и потенциальный спрос на помещения со стороны арендаторов, что зависит от спроса населения на товары и услуги.

Большая часть объектов стрит-ритейла используется для торговых и оказывающих услуги предприятий. В центре города, где постоянно большой поток людей, торговая недвижимость данного формата особенно популярна, особенно, если у помещения большая площадь. Площадь помещений этого формата варьируется от 50 до 500 квадратных метров, но основная часть помещений в пределах от 70 до 150 квадратных метров.[2].

Рассматривая, формат стрит-ритейл, необходимо сказать о его преимуществах: наглядность и хороший обзор помещения для клиентов; высокий уровень прибыли для инвестора; большой поток покупателей; доступная стоимость аренды; возможность самостоятельно оформить витрины и интерьер помещения, свободный выбор часов работы.

Однако помещения стрит-ритейла обладают и недостатком. Сюда относится необходимость владельца бизнеса самостоятельно обеспечивать охрану, оплату коммунальных платежей, сотрудничество с поставщиками, согласовывать размещение вывесок и пр.

Наиболее выгодными предложениями для арендаторов в сфере стрит-ритейла являются продуктовые магазины, предприятия общественного питания, магазины одежды и обуви, особенно успешными в этом сегменте являются салоны красоты, парикмахерские, медицинские центры и спра-салоны [4].

Анализируя работы и требования арендаторов к местоположению помещений, выделяют следующие факторы размещения объектов стрит-ритейла: престижность местоположения, транспортная сеть, численность и плотность населения района, уровень конкуренции в местности. Также к факторам относятся качественные характеристики помещения, а именно: планировочные решения, качество инженерных систем, мощность электросетей, наличие витрин, отдельного входа для персонала и посетителей, возможность размещения вывески или рекламы и т.д. [3].

Большая проходимость - одно из основных требований к объектам стрит-ритейла. Ведь если объект располагается в спальной районе, вдали от потока людей, нет смысла использовать его для получения прибыли. Прходимость оценивается разными критериями. Кто-то считает важным, чтобы пешеходный поток был достаточно большим, другие надеются на целевую аудиторию. Поэтому выбор локации для данного формата требует терпеливого и кропотливого исследования многих факторов.

Условно профессионалы делят все помещения стрит-ритейла на две категории – элитный и спальный [4]. К первой категории относят объекты недвижимости, находящиеся на самых оживленных улицах центральной части города, в основном в его деловых, исторических и туристических кварталах. Первые этажи таких элитных помещений стрит-ритейла обычно заняты туристскими фирмами, элитными салонами красоты, бутиками и дорогими магазинами. Ко второй категории стрит-ритейла, можно отнести помещения, находящиеся на тихих улицах вблизи центра города. В таких районах помещения стрит-ритейла чаще всего заняты филиалами крупных компаний. Как правило, продуктовые магазины, банки и недорогие магазины одежды.

Наиболее ценными улицами считаются «торговые коридоры». Это улицы, находящиеся в центре города, с большим потоком людей, живущих и работающих в данной местности. Такие локации обеспечивают постоянный поток клиентов для любой коммерческой недвижимости.

Стоит понимать, что успех дела начинающего владельца бизнеса во многом зависит от правильности выбранного места. Прежде чем остановиться на конкретном объекте торговли, стоит оценить конкурентное окружение и сопоставить с возможностями своего дела. Комфорт среды для формата стрит-ритейла также определяется транспортной доступностью, удобством подъезда для велосипедистов и пешеходов. Выбирая помещение, нужно обязательно ориентироваться на удачное расположение, которое позволяет не думать о просчете потоков потенциальных покупателей.

Конкурентная среда и жилая застройка высокой плотности - второе важное условие, так как товары и услуги направлены именно на бытовые нужды жителей района. Исследование конкурентного окружения нужно для оценки прибыли бизнеса в данном районе и для создания особенностей компании, которые отличают её от других. Также важным является наличие парковок. Наиболее востребованы помещения с возможностью парковки в непосредственной близости.

Главный плюс формата стрит-ритейл - удобно сходить в магазин, который находится неподалеку от дома или пройти по магазинам после работы. В наши дни многие люди не имеют много сил и времени ходить по длинным коридорам торгового центра. Качественная торговая инфраструктура в шаговой доступности - основное преимущество для стрит-ритейла, следовательно, ведение бизнеса в формате стрит-ритейл - серьезная и планомерная работа, направленная на создание достойной конкуренции в сфере торговли.

Заключение. Таким образом, дополнительный прирост предложений может формироваться за счет отведения помещений под стрит-ритейл при строительстве жилого комплекса. [5]. Застройщик, еще на этапе проектирования, чтобы получить дополнительную прибыль и сделать комфортным проживание и проведение досуга для жителей района, должен предусмотреть наличие торговых помещений на первых этажах. В результате появляются объекты пригодные для бизнеса и не требующие внесения значительных изменений. Арендаторы получают помещения, соответствующие их требованиям по формату, инженерии и планировочным решениям. При этом качественная коммерция может стать сильным конкурентным преимуществом жилого комплекса.

Список литературы

1. Козерод Л.А. Методы выбора и модели оценки месторасположения розничного торгового предприятия // Материалы междунар. научно-практ. конф. «Модернизация экономики России в контексте глобализации». – Т. 2. – Хабаровск, 2018. – С. 136-146.
2. Что такое помещения формата стрит-ритейл? – URL: <https://mindscapital.ru/articles/chto-takoe-pomeshcheniia-formata-strit-riteil> (дата обращения 10.09.2022).
3. Ритейл-дизайн: повышение продаж - URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Ритейл_дизайн (Дата обращения 13.09.2022).
4. <https://roomfi.ru/stati/35001-who-is-street-retail/> (Интернет ресурс).
5. Что такое помещения формата стрит-ритейл? – URL: <https://mindscapital.ru/articles/chto-takoe-pomeshcheniia-formatastrit-riteil> (дата обращения 15.09.2022).

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЦЕДУРЫ СПЕЦИАЛЬНОГО ЭКСПОРТНОГО КОНТРОЛЯ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Васильева В.В., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

v.vasileva@donnu.ru

Введение. Экспортный контроль является одним из инструментов нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности, который согласно ст. 7 ТК ЕАЭС входит в систему запретов и ограничений внешней торговли товарами рассматривается как комплекс мер, обеспечивающих реализацию установленного порядка осуществления внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД) в отношении товаров, информации, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности (прав на них), которые могут быть использованы при создании оружия массового поражения, средств его доставки, иных видов вооружения и военной техники либо при подготовке и (или) совершении террористических актов [3].

Основная часть. Нормативно-правовая база реализации мер экспортного контроля определяется на международном и национальном уровне.

Международные обязательства в области трансграничного перемещения объектов экспортного контроля определяются документами, принятыми на международном уровне (например, «Договор о нераспространении ядерного оружия») и Резолюциями СБ ООН.

На современном этапе в Донецкой Народной Республике отсутствует законодательная и нормативная база, регламентирующая вопросы осуществления экспортного контроля, поэтому особенности применения данной формы ограничений рассматриваются на основании правовой базы ЕАЭС, в частности РФ. [2].

Основным законодательным актом в РФ, регулирующим вопросы экспортного контроля является Федеральный закон от 18 июля 1999 г. № 183-ФЗ «Об экспортном контроле».

В отношении отдельных объектов экспортного контроля осуществляемые меры государственного регулирования определяются Федеральным законом от 19 июля 1998 г. № 114-ФЗ «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами».

В номенклатуру продукции, в отношении которой применяется экспортный контроль, включается:

1. Продукция, указанная в списках (перечнях), утвержденных указами Президента РФ. В настоящее время действуют 6 контрольных списков:

1.1. Список ядерных материалов, оборудования, специальных неядерных материалов и соответствующих технологий, подпадающих под экспортный контроль, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 14 февраля 1996 г. № 202.

1.2. Список оборудования и материалов двойного назначения и соответствующих технологий, применяемых в ядерных целях, в отношении которых установлен экспортный контроль, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 14 января 2003 г. № 36.

1.3. Список товаров и технологий двойного назначения, которые могут быть использованы при создании вооружений и военной техники и в отношении которых осуществляется экспортный контроль, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 17 декабря 2011 г. № 1661.

1.4. Список микроорганизмов, токсинов, оборудования и технологий, подлежащих экспортному контролю, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 20 августа 2007 г. № 1083.

1.5. Список оборудования, материалов и технологий, которые могут быть использованы при создании ракетного оружия и в отношении которых установлен экспортный контроль, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 8 августа 2001 г. № 1005.

1.6. Список химикатов, оборудования и технологий, которые могут быть использованы при создании химического оружия и в отношении которых установлен экспортный контроль, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 28 августа 2001 г. № 1082.

Внешнеэкономические сделки, предусматривающие передачу контролируемых товаров и технологий иностранному лицу, должны совершаться при наличии письменного обязательства иностранного лица о том, что указанные товары и технологии не будут использоваться в целях создания оружия массового поражения и средств его доставки.

Первичным разрешительным документом является лицензия (генеральная лицензия).

2. Таможенный контроль при совершении таможенных операций в отношении ввозимых и вывозимых контролируемых товаров и технологий.

3. Организация и проведение проверок соблюдения участниками ВЭД требований в отношении порядка осуществления внешнеэкономических операций с объектами экспортного контроля и принятие мер по пресечению и (или) устранению последствий выявленных нарушений указанных требований.

Участники внешнеэкономической деятельности для целей экспортного контроля обязаны вести учет внешнеэкономических сделок с объектами экспортного контроля. Он заключается в документировании

сведений о необходимых для идентификации контролируемых товаров и технологий особенностях (свойствах) товаров, информации, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности (прав на них), являющихся предметом внешнеэкономических сделок, об иностранных лицах, участвующих в этих сделках, и о лицах, в интересах которых они совершаются (если имеются такие сведения).

По расчетам Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации на основе данных ФТС России, в 2019 году стоимостной объем экспорта, потенциально подпадающий под экспортный контроль, составил 73,1 млрд. долларов США (15,6% от всего объема экспорта). При этом на две товарные группы — 84 и 84 код ТН ВЭД ЕЭАС — пришлось суммарно 58,9% всего стоимостного объема экспорта, потенциально подпадающего под экспортный контроль. По информации ФСТЭК России лицензирование продукции требуется в меньшем числе случаев, так как коды ТН ВЭД при выдаче лицензии носят преимущественно справочный характер.

В число основных категорий, подпадающих в настоящее время под экспортный контроль, относятся вычислительные машины и их блоки (код 8471, 14,1% объемов регулируемого экспорта на уровне 4 знаков), а также различные клапаны и арматура для трубопроводов и котлов (код 8481). Среди продукции, детализированной на уровне 10 знаков ТН ВЭД, значительную долю составляют машины для сжижения воздуха или газов (код 8419600000, 16,8% объемов экспорта, подпадающего под экспортный контроль на уровне 10 знаков) и телефонные аппараты (код 8517120000, 14,8%). Статистическая информация о количестве фактически выданных разрешительных документов в открытом доступе отсутствует.

Таким образом, государство строго регламентирует перечень участников внешнеторговой деятельности с контролируемой продукцией и исключает возможность трансграничного перемещения этих товаров в неторговом обороте, что обеспечивает всесторонне достижение целей экспортного контроля.

Список литературы

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (Приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) – URL: http://www.consultant.ru/LAW_215315/ (Дата обращения: 21.03.2021 г.)
2. Соглашение о единых мерах нетарифного регулирования в отношении третьих стран: соглашение Правительств РБ, РК и РФ от 25 января 2008.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 18.07.1999 № 183-ФЗ «Об экспортном контроле» (с изменениями на 13 июля 2015 года). – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi>, свободный. – Дата обращения: 21.03.2021.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА УПОЛНОМОЧЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОПЕРАТОРА В РФ

Головинов О.Н., д-р экон. наук, проф.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
o.golovinov@donnu.ru

Введение. В настоящее время в национальной экономике существует актуальная необходимость повышения эффективности процесса взаимодействия отечественного бизнеса и таможенных структур с целью упрощения перемещения товаров через таможенную границу, увеличения доступности внешних рынков для товаропроизводителей, снижения издержек и времени, связанных с осуществлением таможенного оформления и таможенного контроля. Развитие таможенной службы в РФ определяется целевыми ориентирами, определенными Стратегией развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года [1]. Одним из приоритетов в Стратегии определяется формирование в экономике страны наибольших конкурентных преимуществ для субъектов внешнеэкономической деятельности (ВЭД) со статусом Уполномоченного экономического оператора (УЭО). Обретение статуса УЭО означает, что данный субъект ВЭД является законопослушным представителем бизнес сообщества и строит свои взаимоотношения с таможенными органами на основе партнерства, предполагающее, с одной стороны, оказание всестороннего содействия в обеспечении безопасности и скорости в цепи поставок, с другой, своевременное, в полном объеме, уплаты таможенных платежей. Целью исследования является анализ перспектив развития института уполномоченного экономического оператора в РФ.

Основная часть. Институт УЭО предложен Всемирной таможенной организацией исходя из положений рамочных стандартов безопасности и упрощения международной торговли [2] как сторона, задействованная в любом качестве в международном перемещении товаров, одобренная национальной таможенной администрацией, соответствующая стандартам безопасности цепи поставок товаров ВТамО или эквивалентным стандартам [3]. УЭО могут выступать производители, импортеры, экспортеры, таможенные агенты или брокеры, перевозчики, консолидаторы грузов, посредники, порты, аэропорты, операторы терминалов, интегрированные операторы, склады, дистрибьюторы и экспедиторы грузов. В РФ статус УЭО определяется Таможенным кодексом ЕАЭС [4], Федеральным законом «О таможенном регулировании в Российской Федерации».

Для активного развития института УЭО необходим комплекс правовых, организационных, технических, информационных мероприятий.

Несмотря на принимаемые меры, увеличение численности УЭО в РФ происходит крайне медленно. Так в 2021 году, по данным ФТС РФ, в реестре УЭО действующим свидетельством обладали 162 организации, при этом было приостановлено действие у 8 организаций, 14 организаций исключены из данного реестра, в связи с выявленными у них нарушениями действующего таможенного законодательства. В ЕАЭС лидером среди стран является Белоруссия, в которой действует более 300 организаций УЭО. В мире наибольшее количество УЭО функционирует в США и ЕС, соответственно более 11 тыс. и 18 тыс., что свидетельствует о хорошо налаженных партнерских отношениях между участниками ВЭД и таможенными органами. Для получения статуса УЭО государство выдвигает ряд требований для юридических лиц, позволяющие обеспечивать безопасность работы и осуществления контроля со стороны государственных органов (рис. 1).

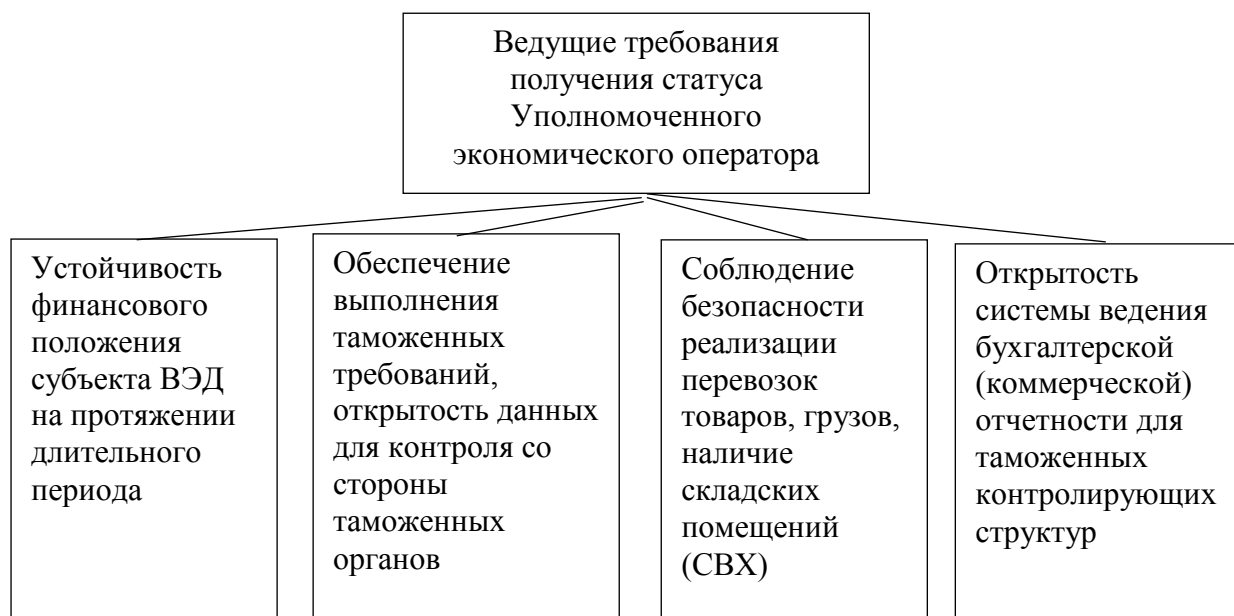


Рис. 1. Перечень основных требований для поддержания статуса УЭО

Одной из причин невысокой заинтересованности субъектов ВЭД в получении статуса УЭО можно считать большую сумму обеспечения в 1 млн. евро и, вместе в том, небольшим предоставляемым перечнем упрощений, невыраженным экономическим эффектом. Хотя размер обеспечения для претендентов на свидетельство УЭО 1 типа поэтапно снижается до 150 тыс. евро начиная с седьмого года, для малого и среднего бизнеса финансовая нагрузка чрезмерна. В такой ситуации обязательным условием является обладание предприятием финансовой устойчивостью, так, как только спустя 6 лет можно вносить минимальное обязательное материальное обеспечение. В итоге, получать статус УЭО имеют возможность преимущественно крупные хозяйствующие структуры. Регистрация УЭО целесообразна, в первую очередь, участникам ВЭД

реализующими крупные объемы поставок, подлежащим уплате таможенных пошлин, имеющими в своем распоряжении собственные складские помещения, в которых происходит временное хранение продукции. Обретение статуса УЭО для субъектов ВЭД в РФ не дает исключительные экономические привилегии. Практически такие же таможенные льготы можно получить в результате получения категории организации ВЭД с низким уровнем риска. Развитие Системы управления рисками и разделение участников ВЭД на категории с высоким, средним и низким уровнем риска происходит одновременно и более успешно. Число организаций с низким уровнем риска постоянно увеличивается, что свидетельствует об экономической заинтересованности в получении такого статуса.

Заключение. Модель УЭО позволяет обеспечить объединение интересов всех участников ВЭД, государства и этому активно может способствовать использование опыта стран, получивших наилучшие результаты. Новое «Руководство по внедрению и валидации УЭО» объединило практику ЕС, США, практический опыт, направленный на упрощение процедуры внедрения УЭО, согласования требований УЭО с процессами таможенного контроля. Положительный опыт имеют страны БРИКС. Так, бразильская программа УЭО является сегодня одной из наиболее успешных в мире. Это стало результатом активного взаимодействия в ходе ее разработки со стороны частных предприятий, правительства, таможенной администрации.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 23.05.2020 № 1388-р «Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_353557/62de6eae95a59b101c046143d08662125b1b4032/
2. Рамочные стандарты SAFE ВТамО 2021. – URL: http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/ru/pdf/topics/facilitation/instruments-and-tools/tools/safe-package/ru_safe_framework_2012.pdf?la=fr
3. Руководство по внедрению и валидации УЭО. ВТамО 2021. – URL: <http://www.wcoomd.org/~media/5810630F7F434A25AB00BE7FA0753365.ashx>
4. «Таможенный кодекс Евразийского экономического союза» (ред. от 29.05.2019) (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТАМОЖЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ЭКСКУРС

Дмитриченко Л.А., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
l.dmitrichenko@donnu.ru

Введение. В современных условиях растущего количества экономических субъектов, роста мирового ВВП (в 2021/2020 на 12,6%) и, как следствие – активизации мировой торговли и роста объёмов мирового товарооборота (в 2021/2020 на 25%) актуальность государственного воздействия на таможенную службу существенно возрастает[1].

Основная часть. Такая постановка проблемы обуславливает необходимость изучения исторического опыта организации таможенной службы и государственного регулирования таможенных отношений. Хотя история таможенного дела насчитывает ни одно тысячелетие, однако на протяжении многих лет таможенные отношения не регламентировались государством. Примером могут быть законодательные памятники третьего тысячелетия, а также законы древнего Вавилона (во втором тысячелетии – крупнейший центр мировой торговли), жизнь которого регулировалась известными «Законами Хаммурапи» (1750-е годы до н.э.). В этом документе содержится раздел «Торговые и иные коммерческие операции...», включающий 39 параграфов (!), при этом отсутствует хотя бы одно упоминание о таможенных отношениях [2]. И только в первом тысячелетии до н.э. (IV-III вв.) в древнеиндийском трактате «Артхашастра» впервые встречаются положения о таможенных отношениях: государство имело цель «получать сведения о товарах иноземного происхождения, ... знать о пошлине на указанные товары, ... и о доле таможенных сборов»[3, с. 152].

В контексте предмета нашего исследования интерес представляет история таможенного дела России, начиная с периода Древней Руси. Исторический анализ дал основание для систематизации этапов становления таможенного дела и таможенной политики российского государства. В основу систематизации положен критерий развития институциональной составляющей таможенного дела.

Первый этап – начало формирования общих основ таможенного дела (конец VIII-XI века). Начальному периоду этого этапа характерно заключение торгово-таможенных договоров князем Олегом с греками, князьями Игорем и Святославом с византийцами. В «договорах» прописан порядок взимания таможенных пошлин и таможенного обложения. Позже Ярослав Мудрый в «Русской правде» прописал законы о внешней

торговле, о порядке сбора торговых пошлин, об ответственности за несоблюдение пошлинного режима и торговых правил.

Второй этап (XII-XIII века) связан с периодом распада Киевской Руси на отдельные княжества, что обусловило появление границ между ними, на которых стали возникать первые институты таможенной системы – таможенные заставы. На этом этапе происходит становление нормативно-правовых актов, закрепляющих правила перемещения товаров через таможенную границу, порядок таможенного обложения; устанавливаются санкции за уклонение от таможенного платежа; зарождаются первичные признаки правового режима таможенной границы.

Третий этап (с середины XVI века – до середины XVII века) характеризуется централизацией аппарата сбора пошлин и регламентированием таможенного обложения. Этот этап становления таможенных отношений в России осуществлялся параллельно с развитием теории и практики позднего меркантилизма.

Четвёртый этап (вторая половина XVII века) характеризуется дальнейшим развитием законодательной базы таможенного дела («Соборное уложение о мытах, перевозах и мостах»), а также принятием в 1667 году «Новоторгового устава», который явился завершением первой таможенной реформы в Российском государстве и считается первым таможенным тарифом на Руси.

Пятый этап (первая четверть XVIII века) связан с таможенной политикой Петра I. В первые годы его правления она была направлена на поддержку отечественного производителя, наполнение казны и носила фискальный характер; в поздние годы – на совершенствование организации таможенного дела. В 1718 году была образована Коммерц-коллегия, а в 1724 году – первый в России таможенный тариф.

Шестой этап пришелся на периоды царствования Елизаветы Петровны и Петра III (40-60-е годы XVIII века). Русское государство оставалось раздробленным на множество мелких областей, в каждой из них существовало множество «мелочных сборов», негативно влияющих на торговлю. В результате реформы, подготовленной графом П.И.Шуваловым с учётом опыта европейских государств и особенностей российской экономики, были ликвидированы таможенные ограничения внутри страны; все «мелочные сборы» заменены единой государственной таможенной пошлиной, которая взималась со всех ввозимых и вывозимых товаров в сумме 13 копеек с рубля цены товара. Был учрежден Корпус пограничной стражи и служба таможенных объездчиков и принят «Первый Российский таможенный устав», который положил начало цивилизованному подходу к решению задач таможенного дела и формированию таможенной политики.

Седьмой этап связан с периодом царствования Екатерины II (1762-1796). Его особенностью было активное создание институциональной основы таможенного дела в России, учреждение трёх таможенных

тарифов и активная борьба с контрабандой. В 1763 году при дворе создана Комиссия по коммерции.

Восьмой этап становления таможенного дела в России связан с периодами правления Павла I (с ноября 1796 по март 1801 года) и Александра I (с марта 1801 по декабрь 1825 года). Критерием объединения периодов их царствования является в целом *непоследовательность внешнеторговой политики* обоих правителей. Это проявлялось то в отмене, то в восстановлении таможенных тарифов, принятых Екатериной II. С именем Александра I связано учреждение Таможенного управления по европейской торговле. Управление объединяло 11 таможенных округов, каждый из которых возглавлял начальник, которому подчинялись таможи и таможенные заставы соответствующего округа.

Девятый этап развития российского таможенного дела – период со второй четверти XIX – до начала XX века (до 1917 года). В течение этого периода царствовали Николай I (ноябрь 1825 – февраль 1855 года), Александр II (февраль 1855 – март 1881 года), Александр III (март 1881 – октябрь 1894 года), Николай II (октябрь 1894 – март 1917 года). Особенностью этого периода длиной почти в 100 лет были *активные институциональные преобразования таможенных отношений, фискальная направленность тарифов при колебании внешнеторговой политики – от запретительной, протекционистской – до либеральной.*

Первая мировая война и революция 1917 года практически полностью разрушили таможенную систему России, функционирование которой было восстановлено в начале 1918 года.

Десятый этап – это этап современной истории таможенного дела. Он тоже может быть разделен на периоды (по тому же критерию – развитию институциональной системы на двух значительных промежутках времени – советского и постсоветского периодов существования России).

Заключение. Таким образом, практически во все времена государство использовало таможенную политику в зависимости от ситуации в стране и за рубежом, а также в зависимости от целевых ориентиров. Таможенная политика реализовывалась на основе использования гибкой системы таможенных институтов, учреждаемых государством, при ведущей роли института права.

Список литературы

1. ЮНКТАД сообщает о стремительном восстановлении мировой торговли. – URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/02/1418402#:~:text=> (дата обращения: 12.09.2022).
2. Законы Хаммурапи. –URL: <https://www.google.com.ua/search?q=> (дата обращения: 14.04.2022).
3. Артхашастра, или Наука политики. Перевод с санскрита /Подготовил В.И.Кальянов / Серия «Литературные памятники». – М.-Л.: Книга по требованию, Изд-во АН СССР, 1959. – 795 с.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Жевлакова А.Ю.,

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Республика Беларусь
anastasiya.zhevlakova@mail.ru

На сегодняшний день в условиях глобализации и интернационализации производства одним из основных показателей эффективности производства является уровень конкурентоспособности продукции. В свою очередь, конкурентоспособность непосредственно взаимосвязана с ценой и стоимостью продукции. Следует отметить, что цена и стоимость неэквивалентные понятия.

Цена непосредственно формируется под воздействием таких факторов, как финансовое состояние сторон сделки, мотивы и личные интересы участников, то есть цена есть результат оценки покупателем полезности товара. Стоимость же представляет собой эквивалент объекта, товара, услуги в денежном выражении, используемый для планирования, анализа и обмена. Именно при обмене стоимость выступает как цена.

Процесс ценообразования осуществляется под влиянием определенных факторов. Такие факторы были выделены Дж. Б. Эвансом и В. Берманом. К ним относятся: правительство; потребители; конкуренты; участники канала сбыта; издержки производства.

Данные факторы являются обобщенными и не раскрывают сущности реальных процессов. На практике на формирование цены оказывает влияние большое количество, как внутренних, так и внешних факторов.

Среди числа внутренних факторов выделяют затраты на производство товаров, особенности применяемых производственных технологий, доступность ресурсов и специфика товаров, маркетинговая стратегия предприятия и степень использования современных технологий в производстве.

К внешним факторам относят предпочтения покупателей, уровень дохода населения, ожидания покупателей относительно их будущего дохода и уровня цен, цены товаров-заменителей или сопряженных товаров, а также особенности ценовой политики конкурентов.

На мировом рынке также существуют различные конъюнктурные и спекулятивные факторы, которые зачастую носят стихийный характер и не могут быть заранее предугаданы. В данную группу факторов включаются политические и экономические санкции; аварии на производствах, природные факторы и другие обстоятельства, не зависящие от человека; спекулятивные операции на бирже ценных бумаг в той или иной отрасли.

С развитием процесса глобализации особое значение приобретает такой фактор, как регулирование государством внешнеэкономической деятельности.

В мировой практике принято деление всех мер государственного регулирования внешнеэкономической деятельности на тарифные и нетарифные.

Таможенно-тарифное регулирование осуществляется непосредственно путем использования таможенных пошлин как инструмента воздействия импорт товаров путем повышения или снижения затрат на их реализацию и, соответственно, цены товара.

До 1994 года четкое определение нетарифных торговых барьеров отсутствовало, в результате чего существовало огромное количество подходов к их классификации и группировке. В 1994 году ЮНКТАД разработала систему Trade Analysis and Information System, которая и включает в себя систему кодирования и классификации нетарифных торговых барьеров. Однако работа над описанием и систематизацией нетарифных мер продолжалась, что привело к созданию в 2012 году новой классификации, которая была одобрена большинством международных организаций.

Все нетарифные барьеры были сгруппированы по трем направлениям: технические в отношении импорта и нетехнические меры в отношении импорта и экспорт. Всего было выделено 16 групп барьеров, которые включают в себя как технические и санитарные или фитосанитарные барьеры, так и финансовые и влияющие на конкуренцию меры, инвестиционные меры, имеющие отношение к торговле, ограничения, связанные со сбытом и государственными закупками, правило страны происхождения и иные [1].

В Евразийском экономическом союзе действуют единые меры нетарифного регулирования, которые устанавливаются Договором о Евразийском экономическом союзе. Основной целью таких мер является защита национальных производителей, однако для процесса ценообразования на предприятиях и оценки эффективности их работы введение таких запретов и ограничений может носить негативный характер. В связи с этим применения как тарифных, так и нетарифных мер государственного регулирования внешнеэкономической деятельности должно носить временный характер и иметь целевую направленность.

Наиболее важно учитывать все описанные факторы при разработке собственной стратегии ценообразования.

Под стратегией понимается общий план деятельности на длительный период времени для достижения какой-либо цели. В свою очередь стратегия ценообразования подразумевает выбор предприятием направлений изменения цены в долгосрочном периоде для получения наибольшей прибыли.

Рыночное ценообразование включает в себя 3 основных стратегии: стратегия ассортимента, дифференцированного и конкурентного ценообразования. Данная классификация была предложена американским экономистом Джерардом Дж. Тэллисом и является обобщенной, так как каждая из групп включает в себя определенное число частных стратегий. Подобную классификацию приводит и М. Портер в работе «Конкурентная стратегия», выделяя три основных типа стратегии: лидерство в издержках, дифференциация и фокусирование.

В отличие от стратегии формирования цены, под стратегией формирования стоимости принято понимать правила и практические методы, на которые должен опираться процесс формирования себестоимости и установления рыночных цен на товары. Для разработки указанной стратегии предприятие выполняет следующие виды деятельности:

1. Расчет оптимальной величины затрат на производство и сбыт продукции предприятия для получения достаточного уровня прибыли;
2. Определение уровня полезности товаров, производимых предприятием, для их потребителей;
3. Прогнозирование уровня продаж или установление доли рынка, принадлежащей предприятию, которые позволят повысить прибыль.

Решения по выбору стратегии формирования стоимости принимаются одновременно с решениями по объемам производства, управлению затратами, дизайну и конструированию продукции, ее рекламе и методам сбыта.

Благодаря эффективной конкурентной стратегии компания привлекает потребителей более быстро, несет более низкие затраты на привлечение и удержание клиентов, получает более высокую норму рентабельности с продаж [2].

Таким образом, цена и стоимость представляют собой взаимосвязанные, но не эквивалентные понятия. Цена товара формируется в соответствии с выбранной стратегией ценообразования, а также под воздействием внешних и внутренних факторов, особое место среди которых занимает регулирование государством внешнеэкономической деятельности. В свою очередь, стоимость товара формируется непосредственно на основе себестоимости товара и ценовой ситуации на рынках сбыта.

Список литературы

1. Попова, Л. И. К вопросу о концептуальных подходах к исследованию терминологии и классификации нетарифных мер в контексте возможностей применения зарубежного опыта в рамках евразийской экономической интеграции / Л. И. Попова // Проблемы современной экономики. – 2021. – № 1 (77). – С. 23–26.
2. Неустроева, С. В. Конкурентные стратегии компании по Майклу Портеру / С. В. Неустроева // Форум молодых ученых. – 2018. – № 11-2 (27). – С. 198–201.

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ АДМИНИСТРАТИВНОГО ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛАМ О НАРУШЕНИИ ТАМОЖЕННЫХ ПРАВИЛ

Колесник В.В., канд. экон. наук,
Колесник В.И., канд. физ-мат. наук, доц.,
Чернышук Е.Е.

ГОУ ВПО «Донецкий Национальный Университет», г. Донецк, РФ
vr.kolesnik@donnu.ru, v.kolesnik@donnu.ru, ketrin20145@yandex.ru

Введение. Таможенное право является молодой отраслью права, поэтому регулирование общественных отношений в данной отрасли ограничивается установлением исключительно общих правил и норм, что приводит к трудностям разрешения дел о таможенных правонарушениях и осуществления правоохранительной деятельности.

Основной проблемой при регулировании административно-правовых отношений является отсутствие Кодекса об административных правонарушениях (далее АП) в ДНР.

Основная часть. Важность наличия собственного Кодекса об АП объясняется особым положением в общей иерархии нормативных правовых актов и среди актов равных по формальным признакам. Именно кодификация отражает более высокую меру концентрации нормативного материала в любой сфере общественных отношений. Нормы, которые выражаются в административном Кодексе, закрепляют юридические особенности отрасли, что предаёт особую юридическую силу акту.

Выявлены следующие неурегулированные аспекты: отсутствие законодательного регулирования процесса административного расследования; узкий перечень обстоятельств исключаящие административную ответственность; не установлен срок давности нарушений; законодательно не закреплено отнесение дел о нарушении таможенных правил к делам, рассматриваемым судом; отсутствие законодательного закрепления действий при приостановлении транспортных средств с товарами и при обнаружении мест складирования или перегрузки товаров.

Здесь стоит сказать и о важности принятия Таможенного кодекса в ДНР. Авторами было также выделена недостаточная детализация в Законе «О таможенном регулировании в ДНР» видов таможенных правонарушений, отсюда и недостаточная детализация ответственности.

Так, в ст. 344, 349, 354 Закона «О таможенном регулировании в ДНР», частично регулируют такое правонарушение как недостоверное декларирование [1]. Однако законодатель не использует само понятие

«недостоверное декларирование», которое является достаточно обширным и имеет несколько степеней тяжести. Ст. 354 вовсе предусматривает наказание за представление недействительных документов для выпуска товаров только в случаях если это происходит до подачи таможенной декларации и не имеет аналогичной статьи за представление недействительных документов при совершении таможенных операций вообще[1,2]. В случае использования понятия «недостоверное декларирование» требуется его чёткое определение законом, а именно, какие действия могут быть определены как недостоверное декларирование, какие последствия наступают в последствии, и уже из этого выводить меру и степень ответственности за совершение АП.

Стоит отметить, что вышеупомянутая статья 349 к действиям, направленным на неправомерные уклонения от уплаты таможенных платежей, также относит неуплату таможенных платежей в срок и использование товаров, в отношении которых предоставлены льготы по оплате таможенных платежей, в иных целях, чем те, в связи с которыми были предоставлены такие льготы. Данные нарушения имеют отличия в составе преступления, а именно:

1) объект АП: заявление ложной информации в таможенной декларации посягает на установленный порядок таможенного декларирования; неуплата таможенных платежей в срок - на порядок уплаты таможенных платежей; использование товаров, в отношении которых предоставлены льготы по оплате таможенных платежей в иных целях, чем те, в связи с которыми были предоставлены такие льготы условия пользования товарами, в отношении которых предоставлены льготы;

2) объективная сторона АП: заявление ложной информации в таможенной декларации – действие, в следствии которого субъект уклоняется от оплаты таможенных платежей; неуплата таможенных платежей в срок – бездействие, в следствии которого в бюджет государства поступают таможенные платежи, однако в неустановленные уполномоченным органом сроки; использование товаров, в отношении которых предоставлены льготы по оплате таможенных платежей в иных целях – неправомерные действия с товарами;

3) субъекты АП могут быть идентичны;

4) субъективная сторона АП: в случае если второе и третье нарушение из рассмотренных совершается не с целью уклонения от таможенных платежей, они не могут быть квалифицированы по данной статье, а аналогичных статей в Законе «О таможенном регулировании в ДНР» не предусмотрено.

Таким образом, целесообразно данную статью разделить на три разные и, исходя из особенностей состава каждой из них и характера возможного нарушения, определить меру административного взыскания.

Кроме того, заявление ложной информации в таможенной декларации можно и вовсе отразить в статье 344, состав которой практически идентичен.

В этом направлении положительной оценки заслуживает практика РФ. Так дополнение ст. 4.1 КоАП РФ частями 2.2. и 3.2, позволяющими при наличии исключительных обстоятельств снижать минимальный предел административного штрафа, который установлен в санкциях статей [2].

Так же с 2016 года Федеральным законом от 23.06.2016 N 213-ФЗ предусмотрена возможность смягчения наказания за ряд нарушений таможенных правил за счет включения в их санкции в качестве альтернативного вида административного наказания предупреждения [3].

Это очень значимый и серьезный шаг в сторону усиления превентивной функции административной ответственности за нарушения таможенных правил, так как до принятия данного федерального закона в административной ответственности за нарушения таможенных правил практически не использовался такой вид административного наказания, как предупреждение: из двадцати четырех статьей только четыре статьи предусматривали возможность применения в качестве альтернативного наказания предупреждения. Между тем предупреждение является важной профилактической мерой административно-правового воздействия на правонарушителей.

Заключение. Обобщая вышеизложенное, можно сделать краткий вывод: важным вопросом остаётся несовершенство законодательной базы в сфере административных правонарушений в таможенном деле. Наиболее правильный путь – это принятие соответствующих изменений.

Список литературы

1. Закон «О таможенном регулировании в Донецкой Народной Республике» № 116-ІНС от 25.03.2016, действующая редакция по состоянию на 20.08.2021 // Принят Постановлением Народного Совета 25 марта 2016 года – URL: <https://dnrsouet.su>.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях // Принят Государственной Думой 20 декабря 2001 года от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 09.11.2021 – URL: <http://www.consultant.ru>).
3. Федеральный закон «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в части совершенствования административной ответственности за нарушение таможенных правил» от 23.06.2016 N 213-ФЗ // Принят Государственной Думой 10 июня 2016 года – URL: <http://www.consultant.ru>.

ТАМОЖЕННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Колчева Д.В., канд. техн. наук

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ
kolcheva_darya@mail.ru

Введение. На сегодняшний день, учитывая особенности современного функционирования государственной системы управления, возникает острая необходимость в повышении ее эффективности и дальнейшем развитии. Решение данной задачи возможно посредством внедрения современных методик управления в работу органов государственной власти, которые будут обеспечивать оперативность и адекватность принятия тех или иных решений относительно поступающих запросов от внешней среды [1].

Потребность в развитии внешнеэкономических взаимоотношений между субъектами хозяйствования и органами власти, с учетом влияния меняющихся геополитических факторов, а также применение современных маркетинговых технологий, имеет важную роль и реализуется, в том числе, через таможенную политику государства [2]. Развитие таможенного дела позволяет обеспечивать безопасность государства, способствовать его экономическому развитию и социально-экономической стабильности. Таким образом, исследование развития таможенного дела и маркетинга является актуальным направлением для решения задач в таможенной сфере.

Основная часть. Формирование оптимальной системы торгово-экономического баланса государства, которая может оказывать благоприятное влияние на внешнеэкономическую деятельность, финансовую, политическую, социальную сферы, напрямую зависит от принципов и порядка осуществления таможенной политики [3].

Современный уровень развития внешнеэкономической деятельности требует бесперебойного, постоянного развития и усовершенствования в сфере взаимодействия субъектов хозяйствования и таможенной службы, ключевой целью которого является предоставление качественных таможенных услуг. Следует отметить, что именно маркетинг регулирует качество и развитие таможенных услуг. По определению Филипа Котлера маркетинг представляет собой вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей путем осуществления обмена с ориентацией на конечных потребителей [4]. В рамках торговли с зарубежными странами, товары, являющиеся объектами

купли-продажи, становятся также объектами таможенного контроля при пересечении таможенных границ государства, в результате чего необходимо проводить установленный комплекс мероприятий, связанный с таможенной очисткой в соответствии с нормами и правилами действующего таможенного законодательства. В этой связи можно сказать, что маркетинг направлен на удовлетворение потребностей потребителей – субъектов внешнеэкономической деятельности, путем эффективного управления их торгово-экономической деятельностью, с целью получения максимальной прибыли. Так, основной концептуальной идеей маркетинга в данной сфере является создание потребительской удовлетворенности для достижения поставленных целей.

В работе [2] представлено и охарактеризовано определение «таможенный маркетинг», под которым понимается система мероприятий, направленных на создание оптимальных психологических условий для потребителя и для торгового агента при осуществлении экспортно-импортных операций и процедур.

По мнению авторов [3, 5] таможенный маркетинг напрямую оказывает позитивное воздействие на торговый оборот на мировом рынке товаров и услуг с помощью использования имеющегося таможенного инструментария на уровне требований международных стандартов. Отмечено, что таможенный маркетинг содействует процедуре обмена и адаптации субъектов хозяйствования на рынке таможенных услуг. Гарантом, обеспечивающим соблюдение интересов участников внешнеэкономической деятельности в торгово-экономических взаимоотношениях, выступает таможенная служба, являющаяся некоммерческой организацией. С другой стороны находятся потребители государственных таможенных услуг – непосредственные участники внешнеэкономической деятельности: субъекты хозяйствований всех форм собственности, физические лица, таможенные декларанты, таможенные брокеры, транспортно-экспедиторские компании и т.д. Таким образом, эффективное и качественное взаимодействие между таможенной службой и субъектами внешнеэкономической деятельности (например, оптимизация сроков предоставляемых услуг, снижение дополнительных издержек предпринимателей) является основным направлением в развитии таможенного маркетинга, который является востребованным инструментом продвижения бизнеса на сегодняшний день, вовлекая все стороны взаимоотношений в продуктивный диалог.

Заключение. На основании проведенного анализа, установлено, что таможенный маркетинг – это эффективное решение повышения качества предоставляемых услуг в таможенной сфере, нацеленное, в том числе на усовершенствование комплекса услуг, увеличение товарооборота, удовлетворение потребностей потребителей в данной сфере.

Список литературы

1. Макрусев, В.В. Особенности формирования и направления реализации концепции сервисно-ориентированного таможенного администрирования / В.В. Макрусев // Эл. науч. журнал «Таможенное дело и внешнеэкономическая деятельность компаний» – URL: <http://customs.esrae.ru/>
2. Азарян, Е.М. Таможенный маркетинг / Е.М. Азарян, Л.И. Донец. – Донецк : Юго-Восток, 1997. – 192 с.
3. Лунгу, Н.Н. Особенности маркетинга таможенных услуг в новых геополитических условиях / Н.Н. Лугу // Вектор Экономики. – URL: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2018/5/marketingandmanagement/Lungu.pdf>
4. Kotler, F. Osnovy marketinga : Kratkij kurs / F. Kotler // Per. s angl. – М.: Izdatel'skij dom «Vil'yams», 2007. – 656 p.
5. Шуклина, З.Н. Стратегии достижения синергических результатов в маркетинге таможенных услуг / З.Н. Шуклина // Дневник науки. – 2017. – № 3 (3). – С. 6-14.

УДК656.073.5:504.5

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ ГРУЗОВ И ТОВАРОВ НА ТАМОЖЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Кудинова О. В., канд. биол. наук, доц.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР
kudinova808@mail.ru

Введение. Таможенные органы в пределах своей компетенции выполняют функции по обеспечению соблюдения запретов и ограничений в отношении товаров, перемещаемых через таможенную границу, а также по защите безопасности государства, жизни и здоровья человека, животного и растительного мира, окружающей среды.

Экологический контроль – это система мер, осуществляемая таможенными органами Донецкой Народной Республики (далее – ДНР), направленная на предотвращение, выявление и пресечение нарушения законодательства в области охраны окружающей среды, обеспечение соблюдения субъектами хозяйственной и иной деятельности требований, в том числе нормативов и нормативных документов, в области охраны окружающей среды [1].

Основная часть. Согласно статье 331 ч. 3 Закона Донецкой Народной Республики «О таможенном регулировании в Донецкой Народной Республике» от 25.03.2016 № 116-ІНС (с изменениями) экологический контроль проводится в отношении: 1) транспортных средств, в том числе автомобилей, самолетов, судов, военных кораблей,

паромов и других плавучих средств; 2) всех грузов (товаров), а также содержащих промышленное сырье, отходы производства, химические соединения, токсичные, химические, радиоактивные и другие опасные для окружающей природной среды и здоровья людей вещества; 3) средств защиты растений, стимуляторов их роста, удобрений; 4) всех видов диких животных, водных живых ресурсов и растений, зоологических, ботанических, минералогических коллекций, охотничьих трофеев [2].

Экологический контроль осуществляется в соответствии с перечнем товарной продукции, утвержденным Правительством Донецкой Народной Республики в Постановлении Совета Министров Донецкой Народной Республики от 26 апреля 2017 г. № 6-3 «Об утверждении Порядка проведения экологического и радиационного контроля таможенными органами в пунктах пропуска, на таможенных постах и в зонах таможенного контроля на территории Донецкой Народной Республики» [1].

При ввозе и транзите грузов (товаров) на/через таможенную территорию Донецкой Народной Республики, экологический контроль осуществляется в начале процедуры таможенного контроля и таможенного оформления. При вывозе грузов (товаров) из таможенной территории Донецкой Народной Республики экологический контроль осуществляется до таможенного оформления.

В таможенных органах отправления ДНР проверке подлежат транспортные средства, за исключением тех, которые транспортируются как груз (в морских контейнерах, на автотрейлерах, в разобранном виде и т. п.).

Основными задачами экологического контроля грузов (товаров) являются: 1) выявление фактов несанкционированного ввоза, вывоза и транзитного перемещения подконтрольных грузов (товаров) на/из/через территорию ДНР; 2) государственный контроль экологической безопасности при санкционированной перевозке грузов (товаров) на/из/через территорию ДНР; 3) обеспечение пропуска на территорию ДНР должным образом оформленных, обозначенных, упакованных и оборудованных опасных грузов.

При осуществлении экологического контроля грузов проверке подлежат документы, наличие которых предусмотрено действующим законодательством ДНР.

Экологический контроль грузов (товаров) предусматривает два последовательных этапа контроля:

1. Проверка товаросопроводительных документов на грузы.
2. Непосредственный экологический контроль груза.

Перемещение ядовитых веществ, в том числе продуктов биотехнологии и других биологических агентов, осуществляется на основании разрешений или заключений, выдаваемых уполномоченным государственным органом ДНР.

Перемещение через таможенную границу ДНР объектов животного и растительного мира; зоологических, ботанических и минералогических коллекций; трофеев или частей диких животных (мясо, рога, кожа, мех, пух, волосы, копыта и т.д.) во всем их видовом разнообразии и на всех стадиях развития (эмбрионы, яйца, куколки и т.п.); сырья из диких животных и растений, занесенных в приложения Конвенции о международной торговле видами дикой фауны и флоры, находящимися под угрозой исчезновения (CITES); Европейский Красный список и в Красную книгу, регулируется действующим законодательством ДНР.

Основанием для перемещения через таможенную границу ДНР объектов животного и растительного мира, занесенных в приложения 1, 2 и 3 CITES, является оригинал разрешения, выдаваемого соответствующим административным органом CITES; объектов животного и растительного мира, занесенных в Красные книги, является оригинал разрешения, выданный уполномоченным органом ДНР.

Должностные лица таможенных постов при перемещении грузов (товаров), подлежащих экологическому контролю, проверяют комплект нужных товаротранспортных документов, которые предоставляет владелец груза, грузоотправитель, грузоперевозчик, грузополучатель, экспедитор транспортно-экспедиционной организации.

Досмотр груза (товара) в таможенном органе назначения (в пунктах пропуска через государственную границу) ДНР проводится при выявлении видимых несоответствий груза с данными товаросопроводительных документов.

В таможенном органе отправления досмотр груза (товара) является обязательным, при этом проверяются физическое состояние вещества (жидкость, порошок, кристаллическая или гранулированная форма, в виде глыб или сплошной массы и т.д.), ее окраски, запах, срок годности и т.п. Особое внимание уделяется соответствию упаковочных материалов, емкостей и тары сертификационным требованиям. Досмотр товаров и транспортных средств осуществляется только в присутствии лица, которое перемещает их через границу.

При осуществлении документального контроля должностные лица таможенного органа проверяют содержание сведений о товарах, указанных в документах, на наличие таких товаров в «Едином перечне товаров, к которым применяются ограничения в сфере охраны окружающей среды на ввоз, вывоз либо транзит на/с/через таможенную территорию Донецкой Народной Республики» утвержденный Постановлением Совета Министров от 16.10.2015 №19-8 (далее – Единый Перечень) [3] с изменениями от 19.02.2022 № 8-4 [4].

В случае наличия установленных ограничений и запретов, внесенных в Единый Перечень, а также в случае несоответствия информации либо

отсутствия документов, указанных в «Порядке проведения экологического и радиационного контроля таможенными органами в пунктах пропуска, на таможенных постах и в зонах таможенного контроля на территории Донецкой Народной Республики» от 25 июня 2016 г. № 8-21 [1], таможенный контроль осуществляется в таможенном органе отправления ДНР и оформление товаров (грузов) проводится после устранения нарушений.

При проведении документального контроля и принятии положительного решения о допуске товаров к таможенному оформлению, должностное лицо таможенного органа при ввозе подконтрольных товаров проставляет на товаросопроводительных документах соответствующие разрешительные печати и штампы, утвержденные Министерством доходов и сборов ДНР.

При осуществлении экологического контроля грузов (товаров), которые могут представлять угрозу или опасность для окружающей природной среды, следует руководствоваться: Европейским соглашением о международной дорожной перевозке опасных грузов; ГОСТ 19433-88 «Грузы опасные. Классификация и маркировка», ГОСТ 26319-84 «Грузы опасные. Упаковка», утвержденного Постановлением Госстандарта России 30.03.1992 №319, условиями (ТУ, правилами, стандартами) для безопасной перевозки опасных грузов автомобильным транспортом, соблюдение которых обеспечивает полное предотвращение любой потери содержания груза (утечки, высыпания или испарения) на весь период транспортировки или хранения.

Заключение. По результатам выявленных нарушений в сфере экологической безопасности должностными лицами таможенных органов составляется документ, фиксирующий факт нарушения и применяются меры, предусмотренные действующим законодательством ДНР. При этом должностные лица руководствуются действующим законодательством ДНР по вопросам реализации таможенной политики и осуществления таможенного дела, а также иными нормативными правовыми актами в сфере экологической и радиационной безопасности, в пределах компетенции.

Список литературы

1. Об утверждении Порядка проведения экологического и радиационного контроля таможенными органами в пунктах пропуска, на таможенных постах и в зонах таможенного контроля на территории Донецкой Народной Республики: [Утверждено Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 26 апреля 2017 г. № 6-3].
2. О таможенном регулировании в Донецкой Народной Республике: [принят Постановлением Народного Совета ДНР от 25.03.2016 г. № 116-ІНС].
3. Единый перечень товаров, к которым применяются ограничения в сфере охраны окружающей среды на ввоз, вывоз либо транзит на/с/через таможенную территорию Донецкой Народной Республики: [Утверждено Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 16.10.2015 г. № 19-8].

4. О внесении изменений в Единый перечень товаров, к которым применяются ограничения в сфере охраны окружающей среды на ввоз, вывоз либо транзит на/с/через таможенную территорию Донецкой Народной Республики, утвержденный Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 16 октября 2015 года № 19-8: [Утверждено Правительством Донецкой Народной Республики от 19.02.2022 № 8-4].

УДК 339.543

РОЛЬ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ЭФФЕКТИВНОМ РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ ГОСУДАРСТВА

Моисеева А.В.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ
anna.moiseyeva@mail.ru

Введение. Таможенное регулирование, являясь основополагающим звеном системы государственного регулирования экономики, имеет непосредственное влияние на объем и структуру потока товаров, ввозимых на территорию государства, создавая тем самым благоприятные условия для эффективного развития тех или иных отраслей экономики.

Цель исследования – выявление роли таможенного регулирования в эффективном развитии экономики государства.

Основная часть. В современных реалиях расширение производственной базы и наращивание производственного потенциала являются первоочередным условием эффективного развития государственной экономики. Данное условие вызвано необходимостью дальнейшего роста экономики с фундаментальной опорой на источники роста внутреннего характера. Таможенное регулирование играет ведущую роль в системе государственной политики и содействует решению важнейших внешне- и внутриэкономических задач государства. С помощью регулирования внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД) и оптимизации ее структуры, государство может обеспечить защиту своих стратегических целей и интересов.

Эффективное таможенное регулирование дает возможность создать надлежащие условия для увеличения товарооборота и, как следствие, таможенных платежей в бюджет государства, защиты отечественных производителей товаров, поддержки экспортеров на зарубежном рынке, а также для обеспечения высокого уровня экономической безопасности.

Также появление весомого количества новых субъектов ВЭД, значительный рост информационной нагрузки при принятии управленческих решений на представителей таможенных органов, востребованность вхождения в международную таможенную

инфраструктуру создают предпосылку формирования взвешенных подходов к обеспечению качественного таможенного регулирования.

Таможенное регулирование и таможенная политика тесно связаны, поэтому от направленности таможенной политики – протекционизма или фритредерства [1] – будет зависеть вектор формирования комплекса мер таможенного регулирования, направленного на развитие государственной экономики и отдельных ее отраслей.

Таможенная политика определяет содержание и направления реализации таможенного регулирования, которое обобщенно следует рассматривать как деятельность по установлению таможенных правил. От качества осуществления данной деятельности будет зависеть реализация целей государства по обеспечению экономической безопасности, защите национального рынка, пополнению доходной части бюджета. Для выполнения своих основополагающих функций, а именно защитной, регулирующей и фискальной, государство применяет два основных метода таможенного регулирования – таможенно-тарифное и нетарифное регулирование [1].

Механизмы использования вышеуказанных методов различны по своей природе, но их цели в конечном итоге должны быть направлены на решение основополагающей задачи государства (рис 1.)



Рис. 1. Механизм решения основной задачи государства методами таможенного регулирования

Качество таможенного регулирования оказывает прямое воздействие на состояние таможенного дела. Широкий набор инструментов обеспечения соблюдения таможенных правил охватывает основной функционал таможенных органов, который проявляется в формах таможенного контроля, значении таможенных процедур и операций, а также в качестве оказываемых таможенных услуг. В целом это дает возможность обеспечить эффективную экономическую безопасность государства и высокую конкурентоспособность отраслей отечественной экономики.

При использовании таможенных инструментов регулирования ВЭД возникает острая проблема, которая заключается в обеспечении

результативности регулирующего воздействия на развитие отраслей экономики государства. Результативность таможенного регулирования взаимосвязана с оптимизацией получаемых выгод при достижении цели – соотношение полученного результата регулирования надлежащего уровня с расходуемыми на это финансовыми, материальными, технико-технологическими, кадровыми, информационными ресурсами.

Окончательной целью таможенного регулирования является достижение высокого уровня экономической безопасности и устойчивости. Это предусматривает всестороннюю деятельность, которая отражает эффективность таможенного регулирования и продуктивность его результатов для получателей. Поэтому целесообразно выделение центральных результатов реализации таможенного регулирования ВЭД и конечных получателей этих результатов.

Прямыми получателями результатов таможенного регулирования являются участники ВЭД, а именно импортеры и экспортеры разнообразных товаров. Для них регулирование сводится к ограничению доступа на внутренний рынок государства, а также в использовании таможенных процедур и операций. Также уместно выделить косвенных получателей, которые напрямую не взаимодействуют с таможенными органами, но на деятельность которых методы таможенного регулирования имеют прямое влияние. К ним следует отнести отечественных производителей товаров и население государства.

Следует отметить, что методы таможенного регулирования влияют на объемы и структуру торговли, обеспечивая равные конкурентноспособные условия на внутреннем рынке для товаров, изготавливаемых как национальными, так и зарубежными производителями. Результаты регулирования внешнеторговой деятельности оказывают влияние на структуру национального производства, при этом содействуя развитию отраслей национальной экономики, которые носят приоритетный характер.

Заключение. В эффективном развитии экономики государства роль таможенного регулирования велика. Как деятельность государства по установлению таможенных правил оно неотделимо от таможенного дела, ориентированного на обеспечение соблюдения данных правил. Эффективность развития экономики государства зависит от результативного сочетания мер стимулирования производства и регулирования торговой деятельности, а также качественного механизма таможенного регулирования, который базируется на гибкой системе мер в зависимости от факторов развития определенной отрасли экономики государства.

Список литературы

1. Кочесокова Л. Х. Таможенные методы и средства обеспечения экономической безопасности государства / Л. Х. Кочесокова // Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований. – 2019. – С. 143-145.

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТРАНЫ ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРОВ

Подмаркова И.П., канд. экон. наук, доц., *Анисимова А.Е.*

ГБОУ ВО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, РФ

irina_podmarkowa@list.ru

Введение. В связи с возросшим мировым оборотом товаров возникает целый спектр проблем, одной из которых является проблема определения страны происхождения товаров, перемещаемых через таможенную границу. Правильное определение страны происхождения импортируемых товаров необходимо для применения основных мер внешнеторговой политики: тарифное регулирование, антидемпинговые и компенсационные пошлины, количественные ограничения, а также в целях статистического учета.

Вопрос определения страны происхождения товаров является очень актуальным, и по этой причине нашёл обширное отражение в трудах российских и зарубежных специалистов. На сегодняшний день написано немалое количество трудов по этой тематике. Правовое регулирование страны происхождения товаров описали в своих трудах А. Е. Нетребя, В. А. Байнов, И. О. Иванова, С. А. Богатырев и др. Практическое применение международно-правового регулирования страны происхождения товаров в условиях членства России в СНГ, ЕАЭС и ВТО рассмотрели в своих работах Е. Е. Колпакова, П. С. Волкова, Л. С. Ковалева, М. М. Экаев, Т. Ю. Полушкин, А. А. Мигели другие.

Цель исследования – исследование правил и особенностей определения страны происхождения товаров, определение порядка применения документального подтверждения страны происхождения товаров.

Основная часть. Страна происхождения товара является ключевым понятием таможенной политики, так как именно она напрямую связана с применением мер таможенного и нетарифного регулирования оборота внешнего рынка.

Законодательство стран ЕАЭС трактует страну происхождения товаров как страну, в которой товары были полностью произведены или подвергнуты достаточной переработке в соответствии с критериями достаточной переработки товаров, установленными Правилами определения страны происхождения товаров. При этом группа стран может понимать страну происхождения товаров, или таможенный союз стран, или регион, или часть государства, если требуется их выделение для того, чтобы определить страну происхождения товара [1, с. 166].

Что касается понятия страны происхождения товара в контексте права, то авторы разделяют мнение В.А. Байнова, который в своих научных работах рассматривает страну происхождения товаров как правовой институт, то есть как группу норм права, «которые регулируют близкие по своему характеру и содержанию общественные отношения, отличающиеся существенными особенностями» [2, с. 137].

Контроль за определением страны происхождения товаров, которые перемещаются через таможенную границу, является важным этапом таможенного контроля при проверке документов и сведений. Этот контроль напрямую связан с исключением ввоза некачественных товаров из стран, в том числе, в отношении которых были введены ответные меры (в связи с введением рядом стран санкций), а также с взиманием ввозных таможенных пошлин и, соответственно, с пополнением бюджета.

Эффект страны происхождения влияет на серьезность в принятии решения покупателя совершить покупку. Существует соответствие между репутацией страны и характеристиками товара. Она влияет, может влиять на решение потребителя о покупке прямо или косвенно. Также при оценке самих потребителей – является ли цена на товар и услугу «справедливой», имеет место сравнение со страной происхождения [3, с. 95].

Страна происхождения товаров – страна, в которой товары были полностью произведены или подвергнуты достаточной обработке либо переработке в соответствии с критериями, установленными таможенным законодательством. Критерий достаточной переработки означает, что товар считается происходящим из той страны, в которой он подвергся последней существенной переработке, достаточной для придания товару его характерных свойств. Выделяют три критерия достаточной переработки: смена товарной позиции, правило адвалорной доли, составление перечня производственных и технологических процессов.

Вместе с тем, данные критерии имеют недостатки в связи с необходимостью их пересмотра ввиду постоянного совершенствования технологических процессов и актуализации описания производственных операций, что может представлять сложности для субъектов хозяйствования [4].

В случае, когда страна происхождения влияет на предоставление льгот и преференций в соответствии с законодательством, в качестве документа, подтверждающего происхождение товара, предоставляется сертификат о происхождении. Определение страны происхождения товара и выдача документа, свидетельствующего о происхождении товара (сертификата о происхождении товара), возложены на органы по сертификации. В странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и в ДНР такими органами являются торгово-промышленные палаты.

Должностные лица таможенных органов проводят проверку документов и сведений о стране происхождения товаров. Проверка документов и

сведений представляет собой совершение следующих действий: формальной проверки, нормативной проверки, таможенного контроля.

Одно из самых часто встречающихся нарушений – невыполнение условий предоставления товарам режима свободной торговли (РСТ). Например, наличие нерезидента государств-участников в цепи продаж, ввоз товаров через территорию третьих стран, несоответствие представленного сертификата формы «СТ-1».

Признаки неправомерности выдачи сертификата в основном относятся к невыполнению критериев достаточной обработки (переработки) товаров. Еще одной причиной является ситуация, когда код согласно единой ТН ВЭД ЕАЭС в сертификате отличается от кода, заявленного в таможенной декларации. Для выявления нарушений по данным признакам необходимо проведение верификации сертификатов формы «СТ-1» и экспертиза заявленной страны происхождения.

Кроме того, неправомерность выдачи сертификата может проявляться посредством ввоза товаров из третьих стран под видом происходящих из государств СНГ. Признаками данного нарушения является ситуация, когда товар не свойственен для заявленной страны происхождения и при этом ввозится в объемах, явно превышающих объемы его производства. Для выявления нарушений по данным признакам целесообразно подключение правоохранительных блоков таможен, проведение дополнительных операций таможенного контроля, так как данные нарушения являются наиболее трудно выявляемыми.

Для выявления и пресечения нарушений в сфере определения страны происхождения товаров таможенные органы анализируют базы данных электронных копий таможенных деклараций в целях выбора объектов контроля. В дополнение проводится визуальный контроль сведений о стране происхождения в условиях режима свободной торговли.

Заключение. Считаем, что страна происхождения товаров во многом представляет собой отправную точку таможенного регулирования, без ее учета невозможно определить полное количество прав и обязательств участников любой таможенной сделки.

Список литературы

1. Система правил определения страны происхождения товара в ЕАЭС // Зеленый коридор. – 2017. – С. 165-175.
2. Байнов, В. А. О критериях определения страны происхождения товаров / В. А. Байнов // Международная торговля и торговая политика. – 2019. – С. 137-146.
3. Ковалева, Л. С. Влияние страны происхождения товара на торговую деятельность / Л. С. Ковалева, М. М. Экаев // Место и роль России в мировом хозяйстве : Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2020. – С. 94-96.
4. Полушкин, Т. Ю. Пути совершенствования определения таможенной стоимости товаров, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС / Т. Ю. Полушкин, А. А. Мигел // Вектор экономики. – 2020. – № 5(47). – С. 33.

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ ТОВАРОВ

Подмаркова И.П., канд. экон. наук, доц., *Шеин А.М.*

ГБОУ ВО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, РФ

irina_podmarkowa@list.ru

Введение. Институт определения таможенной стоимости занимает весьма значительное место в государственном регулировании внешней торговли государства. Таможенная стоимость выступает в качестве одного из основных компонентов таможенного регулирования, являясь основой определения таможенных платежей, также, служит начальной величиной для формирования информации о стоимостном объеме внешней торговли, также является базой для начисления административных штрафов, назначаемых за нарушение таможенных правил. Вопросы правового регулирования и применения методов определения таможенной стоимости рассматривали в своих трудах К. Ф. Темирбекова, Р. С. Степанова, О. С. Малахова и П. А. Паулов, А. И. Захарова, Г.Г. Мокров и другие.

Цель исследования – выявление проблемных вопросов, касающихся методов определения таможенной стоимости товаров.

Основная часть. Контроль за определением таможенной стоимости считается проблемной стороной в работе таможенных органов. На практике существует ряд проблем, связанных с неправильным определением таможенной стоимости ввозимых товаров, такие как манипуляции с таможенной стоимостью (ее занижение) и проблемы в использовании установленных законодательством методов ее исчисления.

В первую очередь стоит отметить проблемы запроса таможенными органами перечня дополнительных документов для целей подтверждения таможенной стоимости, которая заявлена декларантами. В настоящее время отсутствует исчерпывающий перечень документов, несмотря на то, что данный список определен законодательно, необходимые для подтверждения таможенной стоимости товаров документы заявляются сотрудниками таможенных органов и зависят от различных обстоятельств каждой сделки индивидуально [1, с. 40].

Судебная практика подтверждает данные проблемы в таможенном законодательстве. В процессе рассмотрения дел в суде, если декларантом предоставлены документы, в которых содержатся сведения о названии, объеме и контрактной цене товаров, утвержденной продавцом и покупателем, это позволяет сделать вывод, что подтверждены факты выполнения контрактных условий и оплаты по счетам в полном объеме. В данном случае стоит отметить, что нередко возникают ситуации, когда

таможенными органами осуществляется запрос дополнительных документов от декларанта, которые он физически не может иметь в наличии на данный момент времени, в связи со сложившимися обстоятельствами, к примеру, экспортной таможенной декларации или прайс-листа продавца. В список документов, при отсутствии которых будет необходима корректировка таможенной стоимости, данные документы также не входят [2, с. 158].

На сегодняшний день ценовая информация, которой располагают таможенные органы в целях контроля таможенной стоимости товаров, является недостаточной, поскольку она не охватывает весь объем ввозимых товаров и всю товарную номенклатуру, отсутствуют специальные программные средства, которые бы содержали актуальную ценовую информацию и помогали сотрудникам производить оперативный контроль таможенной стоимости товаров [3, с. 713]. Таким образом, с учетом проблемных факторов, все аспекты работы таможенных органов в этой сфере сводятся к формальным проверкам таможенной стоимости, заявленной декларантами, не беря во внимание особенности формирования цен внешнеторговых контрактов, факторов ценообразования, конъюнктуры мирового и внутреннего рынка. Это ведет к недостоверному и неквалифицированному определению таможенной стоимости, ошибочному расчету таможенных платежей, а в перспективе – проигрышу в судебном разбирательстве [4, с. 186].

Проблема недостаточно актуальной ценовой информации, которой располагают таможенные органы, проявляется в том, что информационные базы таможенных органов не отвечают требованиям времени, а штатные сотрудники таможни часто не обладают достаточной квалификацией для анализа всех факторов формирования цены и применения индивидуального подхода в каждом конкретном случае, когда определяется таможенная стоимость [5, с. 25].

Предлагается закрепление минимального перечня документов, необходимых для подтверждения таможенной стоимости по каждому из шести методов определения, что позволит значительно упростить взаимоотношения декларантов и сотрудников таможенных органов. Если таможенная стоимость будет определяться на основании минимального пакета документации, которая сможет подтвердить все нюансы заключенного контракта и ввозимых товаров, время проведения оценки правильности определения таможенной стоимости сотрудниками таможенных органов, в случае срабатывания профиля риска, может быть значительно сокращено. Если у декларанта вследствие объективных причин отсутствуют документы, затребованные таможенными органами для подтверждения таможенной стоимости, но он может подтвердить её другой документацией, это не должно являться свидетельством о недостоверности таможенной стоимости. В этом случае сотрудниками

таможенных органов должны быть опровергнуты данные, представленные декларантом, и доказана невозможность использования представленной документации и сведений, которые заявлены декларантом, о таможенной стоимости товаров. Сотрудники таможенных органов не должны производить необоснованное и произвольное истребование информации, которая не имеет влияния на обстоятельства и нюансы контракта, поскольку их полномочия сводятся к определению критериев достаточности и достоверности информации, что не может быть рассмотрено как позволение произвольно корректировать таможенную стоимость.

Контроль таможенной стоимости должен производиться при всестороннем изучении сделки, всех ее аспектов и дополнительных документов. Для этого в штате таможенных органов необходим специалист по ценообразованию, задачей которого стало бы осуществление комплексного подхода к рассмотрению структуры таможенной стоимости. Для определенных категорий товаров, например, для биржевых, без специальных познаний невозможно произвести грамотную таможенную оценку товаров в целях предотвращения занижения таможенной стоимости.

Наличие в штате такого специалиста позволит осуществлять эффективный контроль, выявлять и предотвращать занижение таможенной стоимости участниками внешнеэкономической деятельности, тем самым качественно выполнять одну из главных функций таможенных органов – фискальную, в полной мере пополняя бюджет государства.

Выводы. Таким образом, все предложенные пути направлены в первую очередь на осуществление правильного определения таможенной стоимости. Это важно не только для взимания таможенных платежей в бюджет и для целей добросовестного поведения участников ВЭД, но и в целях валютного и экспортного контроля, защиты интересов на международной арене, то есть для обеспечения экономической безопасности нашей страны в целом.

Список литературы

1. Темирбекова, К. Ф. Актуальные проблемы применения резервного метода определения таможенной стоимости / К. Ф. Темирбекова // Студенческий. – 2020. – С. 39-40.
2. Степанова, Р. С. Методы определения таможенной стоимости / Р. С. Степанова // Аллея науки. – 2020. – С. 157-159.
3. Малахова, О. С. Методы определения таможенной стоимости товаров / О. С. Малахова, П. А. Паулов // Аллея науки. – 2019. – № 1(28). – С. 712-715.
4. Захарова, А. И. Методы определения таможенной стоимости / А. И. Захарова // Аллея науки. – 2020. – № 4(43). – С. 185-188.
5. Мокров, Г. Г. Расчетные методы определения таможенной стоимости товара (метод 4 и метод 5) / Г. Г. Мокров // Актуальные вопросы образования и науки. – 2019. – № 1(67). – С. 23-34.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ МЕР ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИНАМИЧНОГО РАЗВИТИЯ КРУПНЫХ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР

Павловская И.Г., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

i.pavlovskaya@donnu.ru

Введение. Радикальные изменения в экономике региона затронули не только производственные отношения, но и традиционные механизмы управления, которые складывались под влиянием административных методов в виде узконаправленного по назначению механизма, призванного осуществлять организационно-административную деятельность. В этих условиях особую актуальность приобрела проблема трансформации организационно-экономического механизма управления, способного решать задачи связанные с устойчивым развитием предприятия.

Цель исследования - определение методических подходов, обеспечивающих динамичное развитие производственно-хозяйственных корпоративных объединений.

Основная часть. Многочисленные исследования, проведенные отечественными учеными экономистами, позволяют сделать вывод о наиболее типичных причинах сдерживающих развитие крупных интегрированных предприятий. К существенным необходимо отнести следующие факторы, на основании которых проектирование критериев по обеспечению динамичного развития корпоративных структур целесообразно проводить по следующим направлениям: формальное использование научно-практических подходов стратегического планирования корпоративного предприятия; неопределенность внутрикорпоративных отношений; низкий уровень интеграционного взаимодействия [1].

В соответствии с данными обстоятельствами совокупность мер организационно-экономического характера, условно можно объединить в блоки согласно с их прикладным назначением.

1. Регламентацию процесса стратегического планирования необходимо рассматривать в следующих аспектах:

1.1 Организация процесса стратегического планирования. Для отечественной практики управления характерно монопольное право единоличного принятия решения высшим корпоративным звеном, обусловленное управленческим мировоззрением. В тоже время прогрессивная практика корпоративного управления основывается на коллективной подготовки управленческих решений, которые являются результатом совместных усилий всех участников корпоративных отношений.

1.2 Реализация принципов стратегического планирования. Практическое применение принципов стратегического планирования позволяет определить системный подход при формировании исходных положений для разработки стратегического плана. Прикладное значение обуславливает комплексную основу при определении органами корпоративного управления наиболее приоритетных направлений, обеспечивающих динамичное развитие интегрированных структур.

2. Внутрикорпоративные отношения.

2.1 Акционерные отношения. Развитие институтов акционерной собственности должно ориентироваться на эффективное решение проблемы инвестиционного самофинансирования. Реинвестирование заработанной прибыли, как дополнительный финансовый источник является стимулирующим фактором развития компании, основные принципы которой определяются корпоративной дивидендной политикой.

2.2 Ресурсное обеспечение инвестиционных программ. К существенной проблеме современного этапа развития отечественных корпоративных структур относится ограниченность инвестиционных ресурсов и возможностей их привлечения. Критериальной основой для наполнения финансовым обеспечением стратегические программы предприятий является: стабильность рынка инвестиционного кредитования, прозрачность структуры собственности, мотивация перспективного развития корпорации.

3. Управление интеграционным взаимодействием.

Внутрикорпоративные стандарты эффективности совокупной деятельности. Объективным мотивом интеграции является достижение синергии совместной деятельности в экономическом и организационном поведении корпоративной структуры. Целенаправленное внутрикорпоративное взаимодействие научной теорией и практикой рассматривается на основе комплексного подхода ориентированного на адекватном понимании высшим руководством компании возможностей взаимодополнения деятельности участников объединения, создании совместных фондов, подготовке и выполнении общих программ и проектов, необходимости организации и систематической работы по внедрению общекорпоративных норм и ценностей, разработки технологий принятия согласованных решений.

В разработку регламента совокупной деятельности необходимо вести по следующим направлениям:

- структура имущественных связей, организационное устройство корпорации;
- технология принятия консолидированных решений;
- делегирование полномочий управляющим советам;
- фактическая самостоятельность структурных подразделений.

Качественной характеристикой регламента может являться система оценочных критерий, в виде относительных показателей планируемых

результатов совместной деятельности. В частности количественной мерой в процентном соотношении между плановой и фактической реальностью могут служить следующие аспекты интеграционного взаимодействия: собственное финансирование инвестиционных потребностей, объемы разработки и внедрения технических новаций, уровень реализации перспективных и текущих планов совместной деятельности в области исполнения функциональных стратегий [1;2].

Таким образом, система практических мер обеспечивающих динамичное развитие крупных интегрированных структур имеет целевую направленность и в общем виде может сочетать следующие подходы: регламентация процесса принятия управленческих решений; реструктурирование организационной структуры в соответствии с целевыми стратегиями; регламентация акционерных отношений на основе компромисса и подчиненности групповых интересов общим стратегическим целям; формирование и внедрение корпоративной идеологии, направленной на облегчение процедуры согласования интересов; аргументация этапов перспективного корпоративного развития; доступность информации о структуре собственности предприятия для внешних инвесторов; оптимизация внутренней экономической политики; активное использование акционерных возможностей; создание системы оценочных критериев результатов совместной деятельности.

Заключение. Результатом реализации, предложенных мер является снятие типичных противоречий, характерных для отечественных холдингов, стремящихся к наращиванию динамики развития, укреплению конкурентных позиций, максимальному использованию стратегических преимуществ интеграции. Рассмотренные показатели носят системный характер и могут одновременно являться оценочным инструментом, отражающим уровень и перспективные направления эволюционного формирования организационно-экономической структуры корпоративных предприятий.

Список литературы

1. Максимов Д.А. Подходы, методы и модели оценки синергии и рыночной эффективности интеграционных производственных структур на этапах создания и функционирования / Д.А. Максимов, Д.Г. Аббясов // Путеводитель предпринимателя. – 2018. – №37. – С. 135-154.
2. Конкуренция в цифровую эпоху: стратегические вызовы для Российской Федерации – URL: <http://documents.worldbank.org> (дата обращения: 20.08.2022).

ЛОГИСТИКА В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ: СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ

Попадюк О. И., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
o.poradyuk@donnu.ru

Введение. Формирование высокого уровня торгового обслуживания в условиях конкурентной среды реализуется посредством удовлетворения всех основных требований покупателей, суть которых сводится к тому, чтобы с наименьшими затратами времени и наибольшими удобствами приобрести в торговом предприятии необходимые товары. Наличие соответствующей товарной массы на предприятиях торговли обеспечивается выполнением комплекса логистических операций перемещения соответствующих товарных ресурсов в пространстве и времени и соответствующими переходами прав собственности и рисков.

Целью исследования является определение сущности и содержания понятия логистики торгового предприятия в условиях конкуренции.

Основная часть. Вопросы теории и практики логистики являются одной из самых актуальных тем исследования многих отечественных зарубежных ученых, наиболее известными среди которых являются Д. Уордлоу, Д. Вуд, Дж. Джонсон, Д. Дж. Клосс, П. Р. Мерфи-мол., М.Р. Линдерс, Х.Э. Фирон, Д. Р. Сток, Д. М. Ламберт, Б. А. Аникин, А.М. Гаджинский, Л.Б. Миротин, Ю.М. Неруш, А. В. Кириллов.

На современном этапе вопросы логистики торгового предприятия в целостном виде еще не получили завершенного характера, хотя отдельные функциональные сферы логистики, принципы и методы решения основных логистических задач в трудах известных отечественных и зарубежных авторов часто рассматриваются именно на примерах деятельности предприятий торговли. Существенным недостатком современной теории логистики является то, что в специальной литературе наблюдается неодинаковая трактовка даже самых фундаментальных понятий и терминов логистики, отождествляются понятия логистической системы и ее модели, логистики как сферы хозяйственной деятельности и т.д. Поэтому требуется теоретическое обобщение сущности и содержания логистики, особенностей отдельных видов логистической деятельности в разных ее сферах, в частности, относительно предприятий торговли.

Под логистикой следует понимать комплекс технических средств, действий (операций, работ, процессов, целостных технологий) и методических правил, направленных на эффективное планирование, организацию, реализацию (физическое осуществление) и управление

материальными потоками, их юридическое, информационное, финансовое, инженерно-техническое и научно-методическое обеспечение и осуществление в соответствии со стратегическими целями предприятия[1].

С точки зрения практической деятельности под логистикой необходимо понимать совокупность видов деятельности, посредством которых обеспечиваются временные, пространственные и информационные преобразования при перемещении материальных ресурсов (продукции, товаров и т.п.) и осуществляется управление и контроль за процессами транспортировки и складирования грузов.

Управление логистикой (менеджмент логистики, логистический менеджмент) в таком случае необходимо рассматривать как комплекс процессов планирования, организации, контроля и управления транспортировкой, складированием и другими материальными и нематериальными операциями в процессе доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработки сырья, доведения готовой продукции к потребителю в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации[2].

Такое разграничение понятий позволяет выделить сферу логистики как общую сферу хозяйственной деятельности по выполнению и управлению комплексом логистических операций, сферу материальной логистики, как деятельность по выполнению логистических операций и процессов, связанных с преобразованием материальных потоков, а также сферу управления логистикой как деятельность, связанную с планированием, организацией, контролем и управлением логистическими операциями и процессами преобразований различных потоков в пределах логистических систем.

Под логистическими системами следует понимать объединение производственных, торговых и/или транспортных предприятий, их структурных подразделений или отдельных участков вместе с комплексом технических средств и действий, обеспечивающих доведение материальных (в том числе товарных) потоков от пунктов их зарождения с привлечением различных производителей и посредников. к конечным потребителям путем выполнения над ними соответствующих логистических операций [3].

В таком случае логистика торгового предприятия может и должна трактоваться как комплекс логистических операций и процессов, осуществляемых торговым предприятием для доведения товарных потоков до конечных клиентов товаров потребительского назначения (или продукции производственного назначения – в случае осуществления торговой деятельности в сфере оптовой торговли такой продукцией).

Целью управления логистикой розничного торгового предприятия является достижение заданных результатов торговой деятельности,

обеспечением оптимальных параметров товарных потоков при обеспечении высокого качества торгового обслуживания покупателей в пункте продаж[4].

Оперативное управление товаропродвижением в таком случае можно рассматривать как динамическое управление объектом, описываемое общеизвестной динамической моделью процесса управления, включающей объект управления и управляющую систему [5]. Результаты измерения параметров товарных потоков являются основной информацией о состоянии объекта управления. Управление направлено на координацию и регулирование текущей торгово-хозяйственной деятельности предприятия для приведения в соответствие фактических результатов деятельности и параметров товарных и соответствующих потоков к желаемым (прогноznым) их уровнями.

Заключение. Таким образом, исходя из результатов проведенного исследования можно сделать выводы, что в отечественной экономической литературе проблемы формирования систем логистики и формирования соответствующих цепей поставок рассматриваются преимущественно в контексте организации и управления логистикой с позиций производителей промышленной продукции производственно-технического назначения, а исследования отдельных специалистов по формированию логистических формирований с участием торговых предприятий только на рассмотрении отдельных аспектов организации логистики, например – управление запасами товаров, организация информационного обеспечения деятельности предприятий, управление инновационными изменениями экономического механизма функционирования торговых предприятий и т.п.

Список литературы

1. Гаджинский, А. М. Логистика: Учебник. — 15-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. — 472 с. — ISBN 978-5-91131-596-2
2. Миротин Л.Б., Ташбаев Ы.Э. Логистика для предпринимателя: основные понятия, положения и процедуры: Учебн. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 252 с. — ISBN: 5-16-000858-6
3. Неруш, Ю. М. Логистика : учебник для вузов / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12277-0
4. Кириллов, А. В. Основы логистики: учебное пособие / А.В. Кириллов. — Самара: Издательство Самарского университета, 2021. — 88 с. ISBN 978-5-7883-1693-2
5. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики: учебник / под ред. Б. А. Аникина и Т. А. Родкиной. — Москва : Про спект, 2013. — 344 с. — ISBN 978-5-392-09201-7

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В ТАМОЖЕННОМ ДЕЛЕ

Харченко В.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

v.kharchenko@donnu.ru

Введение. Одной из основных задач таможенных органов является проведение таможенного контроля при перемещении товаров и транспортных средств через таможенную границу на всех этапах их таможенного оформления, в том числе и таможенного декларирования товаров. Именно в рамках данной задачи используется система управления рисками в таможенном деле, позволяющая предотвращать таможенные правонарушения.

Целью работы является обобщение системы управления рисками, применяемой в таможенном деле Российской Федерации.

Основная часть. Наиболее общим является такой подход к пониманию термина «риск», который подразумевает вероятность или возможность каких-либо потерь, возникающих из-за определенных действий либо бездействий субъекта. В свою очередь, к частным подходам к «риску» следует отнести: вероятность нарушения таможенного законодательства; неопределенность при достижении поставленных целей для таможенной службы, которая проявляется в поступлении не в полном объеме таможенных платежей в бюджет страны.

Первоначально термин «риск» был связан только с неуплатой таможенных платежей. Это обусловлено тем, что основной функцией таможенных органов являлась фискальная. Позже появляется более объемное его определение, затрагивающее все таможенное законодательство.

На практике для эффективной реализации таможенного контроля необходима система анализа и управления рисками, т.е. определение приоритетных и ключевых направлений деятельности и соответствующего распределения имеющихся ресурсов.

В Международной Киотской Конвенции выделяется базисный принцип деятельности таможенных органов – система управления рисками, как основной метод таможенного контроля (глава 6 Конвенции [1]), (для Российской Федерации Конвенция вступила в силу 4 июля 2011 года). Такой метод способствует оптимальному использованию ресурсов таможенных органов без снижения эффективности таможенного контроля и освобождает значительную часть участников внешнеэкономической деятельности от бесполезного контроля. Процедуры, основанные на оценке рисков, позволяют контролировать

таможенное декларирование в зонах наибольшего риска, что приводит к более свободному прохождению товаров через таможню.

Созданная в таможенной службе Российской Федерации система администрирования (ФТС России, региональные таможни, таможни и таможенные посты), которая объединена в единую информационную сеть, создает условия для построения эффективной СУР — системы управления рисками.

Основными задачами системы управления рисками являются: обеспечение эффективности таможенного контроля; сосредоточение на областях с высоким риском и обеспечение эффективного использования таможенных ресурсов; создание условий для ускорения (или упрощения) перемещения товаров через таможенную границу.

Следовательно, товары, для которых не выявлена необходимость применения мер по минимизации рисков, быстрее попадают на рынок, минуя бюрократические процедуры.

Оценка рисков и деятельность таможенных органов по управлению рисками включают несколько задач (рис. 1).

Основные задачи по предотвращению (минимизации) рисков	•	создание единого информационного пространства
	•	разработка методов (программ, способов) выявления рисков
	•	выявление потенциала и регистрация выявленных рисков
	•	выявление причин и условий, которые способствуют совершению таможенных правонарушений
	•	оценка ущерба в случае возникновения потенциальных рисков
	•	определение необходимых ресурсов и разработка предложений по оптимальному распределению рисков
	•	разработка и практическая реализация мероприятий по снижению рисков, их контроль и оценка эффективности (при необходимости — корректировка управленческих решений)
	•	сбор и анализ информации о результатах применения отдельных форм таможенного контроля или их сочетания

Рис. 1. Задачи по предотвращению (минимизации) рисков

В работе обозначены цели применения системы управления рисками в таможенном деле (рис. 2).



Рис. 2. Цели применения СУР

Цели управления рисками — повышение качества таможенного управления, совершенствование таможенного контроля по важнейшим направлениям деятельности для предотвращения нарушений таможенного законодательства и ускорения проведения таможенных операций [2, 3].

Структурными элементами системы управления рисками являются: систематизация информации, оценка вероятности рисков и их анализ, формирование и осуществление комплексных действий, связанных с минимизацией последствий наступления рисков. Этот комплекс элементов позволяет систематизировать информацию, которой располагают таможенные органы, выявить условия возникновения рисков, идентифицировать риски и проанализировать вероятность последствий нарушения таможенного законодательства.

Таким образом, система управления рисками призвана улучшить условия работы для добросовестных участников внешнеэкономической деятельности и обеспечить ускоренный процесс перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу РФ. Применение системы управления рисками позволяет выделить области риска, эффективно распределять ресурсы, активнее бороться с нарушениями таможенного законодательства, повысить производительность таможенных органов.

Список литературы

1. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур: Конвенция Всемирной торговой организации от 18 мая 1973 года, редакция от 26.06.1999 г. // Бюллетень международных договоров. — 2012. — №5.
2. О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон №289-ФЗ от 03.08.2018 г. — URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304093/ (дата обращения 19.09.2022).
3. Об утверждении Концепции системы управления рисками в таможенной службе Российской Федерации: Приказ ГТК РФ №1069 от 26.09.2003 г. — URL: www.dokipedia.ru/document/5191043 (дата обращения 19.09.2022).

Бизнес-информатика и инноватика

УДК 004.89

DATA FABRIC КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ДАННЫМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Гридина В.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
v.gridina@donnu.ru

Введение. Гибкость управления данными стала критически важным приоритетом для организаций в современном деловом мире. Руководители направлений бизнеса и технологий в различных организациях стремятся к достижению бизнес-результатов и получению конкурентных преимуществ, но объединяющей нитью являются данные. Данные организации могут быть размещены в нескольких источниках, таких как гибридные облачные среды, базы данных, системы CRM, а также веб-приложения и мобильные приложения. Управление этими данными и доступ к ним для нужд организации могут стать трудоемкими и неэффективными, в связи с этим возникает потребность в системе централизованного управления, которая при необходимости даст целостное представление о данных организации. Этой системой централизованного управления может быть Data Fabric.

По данным исследования [1] Data Fabric стали важным компонентом для бизнеса, что объясняет прогнозируемый рост рынка Data Fabric на 23,8% в год до 4,5 млрд долларов к 2026 году. Внедрение Data Fabric является одной из главных стратегических технологических тенденций в 2022 году и ожидается, что к 2024 году развертывание Data Fabric повысит эффективность использования данных, сократив вдвое количество задач по управлению данными, выполняемых человеком.

Основная часть. Концепция Data Fabric возникла благодаря активному использованию больших данных в условиях типовых ограничений традиционных процессов управления информацией.

Data Fabric представляет собой платформу, которая позволяет организациям собирать, обрабатывать и анализировать данные из различных источников при этом не требует замены существующей инфраструктуры, а вместо этого добавляет дополнительный технологический уровень поверх существующей, который занимается управлением метаданными и доступом к данным. Отличительной особенностью современных Data Fabric является активное применение технологий Big Data и искусственного интеллекта, в частности, машинного обучения для построения и оптимизации алгоритмов управления и практического использования данных [2].

Поскольку Data Fabric представляет собой концепцию проектирования с довольно абстрактным характером, понимание того, как она работает, может оказаться сложной задачей [3]. Типовая архитектура Data Fabric представлена на рис. 1.

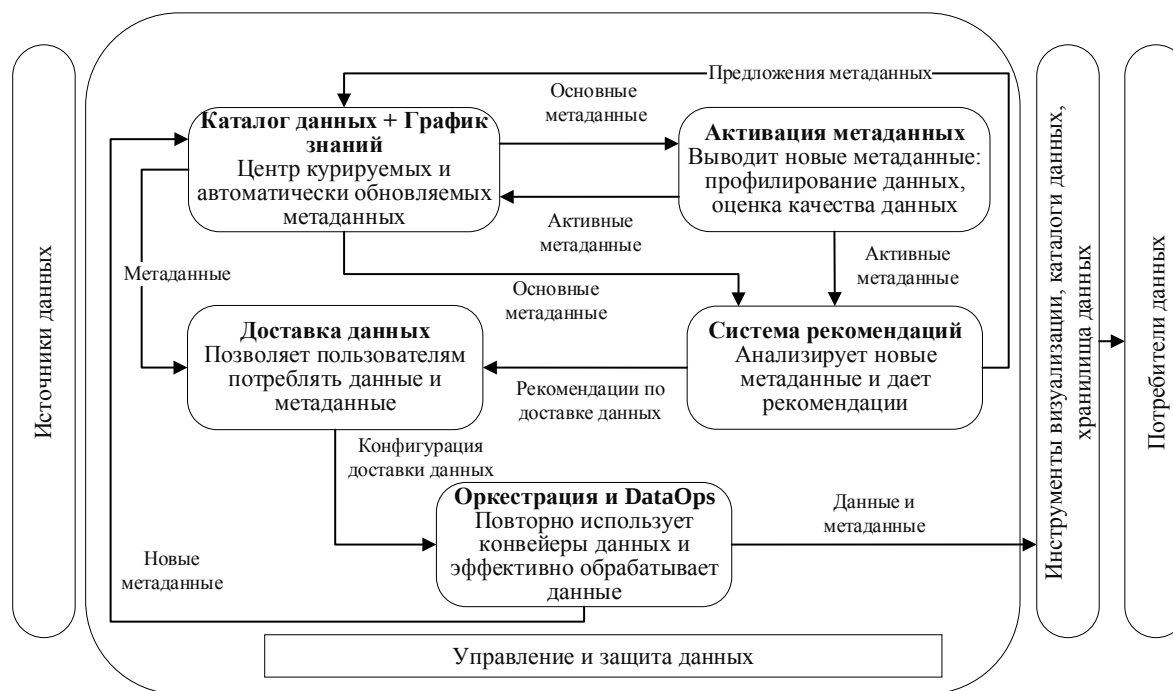


Рис. 1. Типовая архитектура Data Fabric

Основными ключевыми характеристиками, лежащими в основе Data Fabric являются:

1. Единый доступ к данным. Любая Data Fabric создает единую точку доступа к нескольким исходным системам организации, помогая решить проблему хранилища данных, когда информация хранится в разных местах, к которым имеют доступ только определенные пользователи.

2. Самостоятельное потребление данных и совместная работа. Data Fabric быстро направляет данные тем, кто в них нуждается, позволяя всей организации быстрее находить нужные данные и получать ценную информацию.

3. Поддержка различных типов данных и вариантов использования. Data Fabric поддерживает структурированные, неструктурированные и частично структурированные данные независимо от того, поступают ли они в режиме реального времени или генерируются пакетами.

4. Использование искусственного интеллекта и машинного обучения. Data Fabric использует возможности машинного обучения в своем модуле механизма рекомендаций, чтобы улучшить поиск релевантных данных для пользователей, предоставляя рекомендации.

Кроме того, машинное обучение помогает организациям систематически обнаруживать закономерности между элементами данных в каталоге, автоматизировать процесс сопоставления существующих бизнес-терминов с новыми входными данными и устанавливать связи между данными, которые в противном случае могли бы быть упущены.

5. Консолидированная защита данных. Data Fabric гарантирует целостность данных, обеспечивает соблюдение политик данных и предлагает высокий уровень защиты данных и соответствие требованиям на основе машинного обучения.

6. Совместимость с различными средами развертывания. Фабрика данных управляет несколькими средами, включая локальные, облачные, мультиоблачные, гибридные облачные или пограничные платформы, как в качестве источников данных, так и в качестве потребителей данных.

7. Устойчивость инфраструктуры. Data Fabric отделяет управление данными от конкретных технологий и помещает их в единую выделенную среду. Такая система более устойчива при внедрении новых технологий или источников данных.

8. Поддержка API. Структура данных позволяет обмениваться данными с внутренними и внешними пользователями через API.

Заключение. Data Fabric предоставляют организациям мощный инструмент для управления данными и их анализа. Консолидируя данные из нескольких источников на единой платформе Data Fabric позволяют обрабатывать и анализировать данные в режиме реального времени. Кроме того, обеспечивают возможность доступа к данным из любого места и в любое время. Это делает Data Fabric идеальным решением для организаций, которым необходимо масштабировать свои возможности обработки и анализа данных, а также может помочь сэкономить время и деньги, уменьшив потребность в нескольких решениях для управления данными.

Список литературы

1. Data Fabric Architecture is Key to Modernizing Data Management and Integration [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/data-fabric-architecture-is-key-to-modernizing-data-management-and-integration> (дата обращения: 23.09.2022)
2. Why data fabrics are the next step in the maturation of data management [Электронный ресурс]. – URL: <https://venturebeat.com/datadecisionmakers/why-data-fabrics-are-the-next-step-in-the-maturation-of-data-management/> (дата обращения: 23.09.2022)
3. Фабрика данных (Data Fabric) [Электронный ресурс]. – URL: <https://dis-group.ru/company-news/articles/fabrika-dannyh-data-fabric-chto-eto-i-zachem-nuzhno-osobennosti-i-preimushhestva/> (дата обращения: 23.09.2022)

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА. РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ОТРАСЛИ IT

Девянина Л.Д., Тумаков Е.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ

Введение. В условиях повышенной экономической турбулентности инновационная деятельность занимает одно из важнейших мест в жизни любого предприятия. Осуществление инновационной деятельности, это основной метод получения устойчивых и долговременных конкурентных преимуществ производственных и торговых предприятий на внутреннем и мировом рынках. В связи с тем, что создание инновационных проектов в области информационных технологий активизировалось сравнительно недавно, данная тематика является актуальной, требует дальнейшего изучения и проведения специальных исследований в представленной области.

Основная часть. Одним из основных исследователей в области информационного обеспечения является Элейн Дандон. В его работе "Инновации: как определять тенденции и извлекать выгоду", очень остро поднимается вопрос сущности инноваций, который состоит из 4 компонентов:

- 1) креативности – присутствует умение генерировать новые идеи;
- 2) стратегии – анализ того, является ли реально новой и полезной определенная идея с точки зрения развития успешной корпоративной деятельности;
- 3) реализации – трансформация новой и полезной идеи в конкретный продукт или услугу;
- 4) прибыльности – повышение до максимума ценности конечного продукта и услуг, полученной от реализации новой идеи".

Прибыльная реализация идеи подразумевает также учет необходимых для этого ресурсов. Из этого следует, что инновациями можно считать только такой процесс, который сочетает в себе все эти четыре компонента [3].

Инновации могут быть представлены в виде новой технологии производства, новой продукции, нового материала и организационной инновации, маркетинговой инновации, обеспечивающей монопольное положение предприятия. Инновационный процесс – это бизнес-процесс с рядом важных отличительных свойств. Из всех бизнес-процессов, таких как производство, реальное инвестирование, реализация и т.д., инновационный – самый длительный. Фактически он интегрирует все эти процессы в едином цикле. Сроки самоокупаемости инновационных разработок высокого уровня могут составлять примерно от 4 до 7 лет [3].

Инновации всегда связаны с высокими рисками, низкой прогнозируемостью результатов, неопределённостью и, следовательно, проблематичной и вероятностной отдачей результата. Успешная инновация способна инициировать структурные изменения, существенно влиять на положение предприятия на рынке, его организацию и иерархию, структуру отрасли, на экономику в целом.

Информационные технологии – новейший товар на мировом рынке, представляющий результаты творческой деятельности специалистов и направленный на обработку, анализ и хранение массивов информации в цифровой форме. Развитие национального экспорта, проникновение и завоевание рынков высоких технологий, в том числе и информационных, входят в число основных направлений внешнеэкономической политики развитых стран мира [1].

Следует отметить, что информационные технологии могут быть сгруппированы следующим образом:

- 1) сети (телефонные, широкополосные, сотовая связь и т.д.);
- 2) терминалы (персональный компьютер, сотовый телефон и т.д.);
- 3) услуги (поисковая система, электронная почта).

Особое внимание следует обратить на то, что в настоящее время общий объем мирового рынка ИТ превышает 2 триллиона долларов США. Оборудование является крупнейшим инновационным сегментом рынка с точки зрения расходов. Взрывной рост объема информации стимулирует спрос на серверы и системы хранения данных. С ростом спроса на различные виды ИТ-услуг растет и спрос на инновационные разработки специалистов в этой области. Все больше и больше компаний хотят безопасно хранить свои данные на облачных серверах. А повсеместное распространение центров обработки данных и облачных решений обеспечивает постоянный спрос на различные рода сетевое оборудование. Спрос на ИТ-услуги поддерживается растущим разнообразием и сложностью используемых корпоративных ИТ-систем, которые требуют больших затрат на установку, интеграцию, обучение и обслуживание. В результате растет спрос на ИТ-аутсорсинг, то есть передачу функций поддержки и обслуживания ИТ-инфраструктуры сторонним организациям. Данная отрасль является одним из перспективных направлений на инновационном рынке ИТ.

Наиболее динамичным инновационным сегментом мирового рынка ИТ является ПО, ежегодный рост которого в последние несколько лет превышал 6%. Свыше половины совокупного объема данного сегмента формируют различные категории приложений, остальное приходится на системное ПО и средства разработки. Инновационная деятельность на этих направлениях наиболее активна, разработки стремительно внедряются в производство.

Быстрее всего развивается категория приложений для организации совместной работы. Самые масштабные инновационные работы

направлены на разработку внутрифирменных социальных сетей с поддержанием совместного доступа к файлам. Ежегодно их объем увеличивается более чем на 20%.

Также инновационные работы направлены на разработку решений для управления базами данных и аналитики с ежегодным ростом более 8%. Неизменно высокий спрос сохраняется на решения для управления ресурсами предприятия и отношениями с клиентами, а также решения для обеспечения безопасности.

Среди стратегических направлений инновационной деятельности в сфере ИТ особое место занимают:

1. облачные технологии;
2. аналитика больших объемов данных;
3. интеграция мобильных устройств и технологий социальных сетей в корпоративную среду.

Сумма этих инновационных технологий и процессов объединяется в собирательный термин «Третья платформа», развитие которой в ближайшие годы приведет к трансформации бизнес-моделей в большинстве отраслей [4]. Третья платформа характеризуется быстрорастущим количеством мобильных устройств, постоянно подключенных к сети Интернет, в сочетании с широким использованием социальных сетей и развитой облачной инфраструктурой, которая используется для решения сложных аналитических задач.

Заключение. Инновация – это результат деятельности, ведущей к обновлению или совершенствованию продукции, или технологических процессов на основе формирования и применения новых знаний. Инновационный сегмент ИТ-рынка в настоящее время развивается очень быстро.

Информационные технологии во многом определили облик современной мировой экономики и стали одним из ключевых факторов экономического развития, существенно влияющим на конкурентоспособность субъектов рынка в мировом хозяйстве.

Список литературы

1. Абрамова А.В. Место США на мировом рынке информационных технологий и возможности использования опыта развития этой отрасли в России / А.В. Абрамова // Торгпредство. – 2018. – №10. – С. 59-63.
2. Дандон Э. Инновации : как определять тенденции и извлекать выгоду / Э. Дандон. – М. : Вершина, 2018. - 304 с.
3. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / К. В. Балдин [и др.]. – М. : Академия, 2018. – 368 с.
4. Информационные процессы в различных сферах деятельности // Сайт о коммуникативных процессах. – URL: http://cinamebel.ru/Opisanie_informacionnykh_tekhnologij/Informacionnye_processy_v_razlichnykh_sferakh_deyatelnosti/index.html

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В СИСТЕМЕ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Долбня Н.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
nataliadolbnya@gmail.com

Введение. Исходя из анализа последних исследований и публикаций, мы пришли к выводу, что вопрос систем поддержки принятия решений рассматривается в ряде научных трудов отечественных и зарубежных авторов. Однако вопрос повышения эффективности интеллектуальных систем поддержки принятия решений, расширение их возможностей нуждаются в дальнейшем исследовании.

Целью данной работы является анализ возможностей использования нейронных сетей в системе поддержки принятия решений (СППР) как перспективного направления повышения эффективности.

Основная часть. Современные требования к системам управления обуславливают необходимость внедрения интеллектуальных СППР и адаптивных методов многомерного анализа [1-5]. В настоящее время теорию принятия решений применяют преимущественно для анализа тех проблем, которые можно относительно легко и однозначно формализовать, а результаты исследований адекватно интерпретировать. Методы теории принятия решений используются в разных отраслях управления: проектировании сложных технических и организационных систем, планировании развития, отборе программ развития экономики, организации новых экономических зон и т.д. [2].

Проведенный анализ литературных источников показал, что СППР классифицируется [1-5]:

- по способу поддержки: модельно-ориентированные СППР, основанные на коммуникациях, ориентированных на данные;
- по взаимодействию с пользователем: пассивные (помогают в процессе принятия решений), активные (непосредственно участвуют в разработке правильного решения), кооперативные (предполагают взаимодействие СППР с пользователем);
- по типу: централизованные, децентрализованные, смешанные;
- по охвату: управление всей сетью, управление зоной сети, управление уровнями сети, управление передачей между абонентами сети;
- по виду постановки и математическому аппарату: распределение ресурсов, маршрутные задачи, задачи массового обслуживания, задачи динамического программирования, задачи прогнозирования и т.д.;
- по сфере использования: общесистемные, настольные СППР;

– по этапам управления: планирование, развертывание, оперативное управление;

– по функциям управления: специальные, универсальные, управление топологией, управление качеством QoS, управление маршрутизацией, управление нагрузкой, управление безопасностью, управление трафиком, управление абонентами;

– по способу реализации: организационные, технологические, организационно-технологические.

Анализ количественных и качественных характеристик поведения объекта, подготовки необходимых данных для организации стратегии управления и принятия решений представлены в работах [1-4]. Среди существующих технологий обработки полученной информации о сложных взаимосвязях в технологических комплексах, позволяющих принять управленческое решение, выделяют: адаптивные системы с генетическими алгоритмами, интеллектуальные информационные системы, включающие применение искусственных нейронных сетей, экспертные системы (включая модели знаний) [3-5].

Принятие решений – это область исследования, в которой используются понятия и методы математики, статистики, экономики, менеджмента и психологии, которая изучает закономерности выбора людьми путей решения разного рода задач, а также исследует способы поиска наиболее выгодных из возможных решений.

Предполагается, что система поддержки принятия решений (СППР) может быть полностью реализована с помощью технологии нейронных сетей [5]. Нейросетевое решение – наиболее производительный способ обработки выходных экспериментальных данных, формирования учебной и тестовой выборок, конструирования нейросетевых структур, анализа, обработки и визуализации полученных результатов [5]. Что не противоречит базовой концепции/алгоритму обработки информации [2], лежащей в основе принятия управленческих решений с помощью интеллектуальных СППР (рис 1). Согласно которому, процесс принятия управленческого решения является поэтапным и заключается в диагностике проблемы, накоплении информации о проблеме, разработке альтернативных вариантов, а затем оценке альтернативных вариантов и принятия решений.

Потребность в применении нейронных сетей в управлении очевидна: быстрое развитие и усложнение экономических связей, обнаружение зависимостей между отдельными сложными процессами и явлениями, которые раньше казались не связанными друг с другом, приводят к резкому росту трудностей во время принятия обоснованных решений. Нейронные сети смогут решить эти проблемы, к тому же быстро и достаточно точно и эффективно.

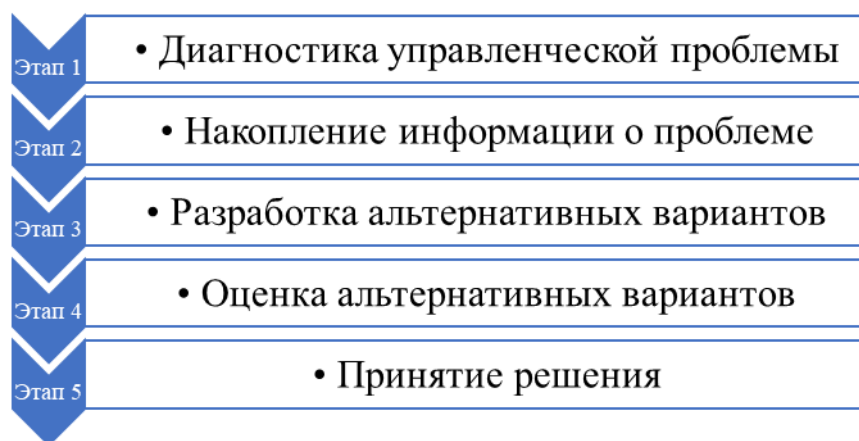


Рис. 1. Алгоритм принятия управленческих решений с помощью интеллектуальных СППР

Заключение. Подводя итоги данного исследования, а именно возможностей использования нейронных сетей в системе поддержки принятия решений (СППР) как перспективного направления повышения эффективности отметим, что этот вопрос оказался достаточно актуален благодаря активному развитию информационных технологий и необходимости быстрой обработки больших объемов информации. Большинство ученых соглашаются с преимуществом нейросетей над традиционными технологиями, применяемыми в СППР.

Теоретические исследования подтвердили, что нейронные сети действительно эффективны в контексте принятия решений за счет способности к обучению, возможности работать с неполными данными, возможности автоматизировать анализ, высокой точности результатов. Однако, технические требования, необходимость большого количества собранных данных для обучения и сложность реализации в каждом частном случае не позволяют назвать нейронные сети универсальными для всех задач.

Список литературы

1. Головнин, О.К. Информационные технологии, вычислительная техника и компьютерные сети в транспортных системах : учеб. пособие / О.К. Головнин, А.А. Столбова, С.Э. Хоружников. – Самара: НПЦ ИТС, 2019. – 88 с.
2. Интеллектуальное ядро системы поддержки принятия решений / В.П. Осипов [и др.] // Препринты ИПМ им. М.В. Келдыша. – 2018. – № 205 – 23 с. – DOI:10.20948/prepr-2018-205.
3. Чесалин А.Н. Интеллектуальные инструменты управления качеством цифрового производства / А.Н. Чесалин, С.Я. Гродзенский, М.Ю. Нилов, Фам Ван Ты. // Стандарты и качество. – 2020. – № 3. – С. 68-73.
4. Sobkowicz P. Social simulation models at the ethical crossroads / P. Sobkowicz // Science and Engineering Ethics. – 2019. – Volume 25 (Issue 1). – P. 143-157. DOI: 10.1007/s11948-017-9993-0
5. Бугаков, С.С. Перспективы внедрения нейронных сетей в реализацию систем поддержки принятия решений / С.С. Бугаков. // Молодой ученый. – 2016. – № 4 (108). – С. 343-346.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬХОЗПРЕДПРИЯТИЯ

Долятовский В.А., д-р. экон. наук, проф.,

Долятовский Л.В., канд. экон. наук, доц.,

Яковенко С.В., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»,

г. Ростов-на-Дону, РФ

dvaleri@inbox.ru

Введение. Работа любой организации включает с одной стороны выполнение своей основной деятельности, с другой стороны нужно развиваться, меняться качественно. Встречаются случаи, когда организация не меняется, отсутствует развитие. Система организационного развития является действенным инструментом управления. В связи с этим проблема развития организации на предприятии приобретает особую актуальность.

До настоящего времени так и не сложилось непротиворечивой теории развития и системы основных ее понятий. К фундаментальным работам следует отнести публикации по применению теории мотивации [1], анализу проблем менеджмента и прикладной теории организации [2,3], влияния человеческого капитала экономику фирмы [4]. До настоящего времени так и не сложилось непротиворечивой теории развития и системы основных ее понятий.

Основная часть. Современные тенденции развития и изучения развития персонала основаны на исследовании индивидуальных мотивов каждого сотрудника и разработки мероприятий по совершенствованию системы мотивации.

Деятельность СПК можно представить в виде контекстной диаграммы (рис. 1).

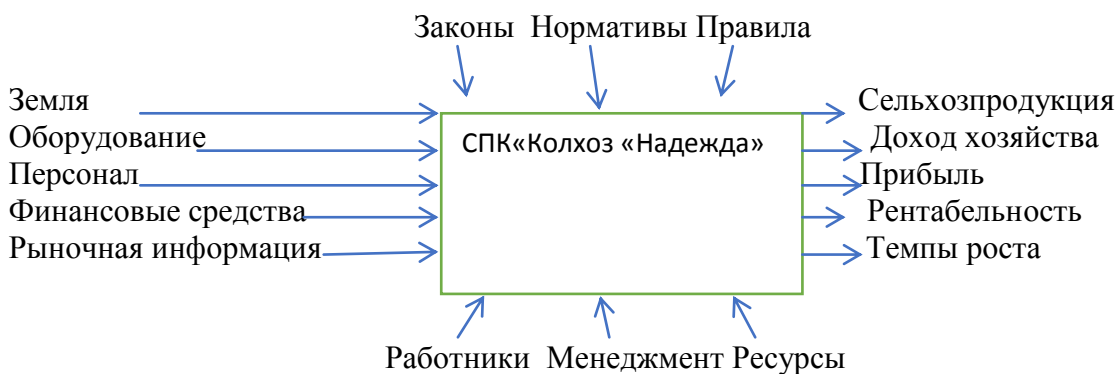


Рис. 1. Системная диаграмма функционирования СПК

Организационное развитие хозяйства будет заключаться в динамике повышения показателей деятельности СПК на основе принимаемых руководством практических решений по организации труда, обучению и повышению квалификации работников, реформированию организационной структуры и оптимизации бизнес-процессов организации.

Выделим 7 основных показателей организационного развития и организуем экспертную процедуру их оценки в принятой в менеджменте 10-балльной шкале (табл. 1).

Таблица 1

Оценки показателей организационного развития

№№	Показатели организационного развития	Средние оценки	Желаемые значения
У1	Общее развитие организации	6	8
У2	Организация обучения персонала	3	7
У3	Уровень организационной структуры	4	6
У4	Атмосфера организации, взаимоотношения, система мотивации	6	8
У5	Удовлетворенность условиями работы	6	8
У6	Адекватность стиля руководства	6	8
У7	Темп роста результатов организации	5	7

Определим весовые коэффициенты показателей путем их ранжирования. Средний взвешенный показатель уровня организационного развития равен:

$$K_{op} = \sum w_j \cdot k_j, \quad j=1,7 \quad (1)$$

В анализируемой ситуации $K_{op1} = 5,47$ еор, максимальное значение $k^* = 9$, т.е. СПК имеет уровень организационного развития 60,7% от максимального его значения. Желаемый показатель $K_{opж} = 7,56$ еор, т.е. для достижения желаемого работниками уровня оргразвития надо его увеличить на 2,09 еор., что показывает график (рис.2).

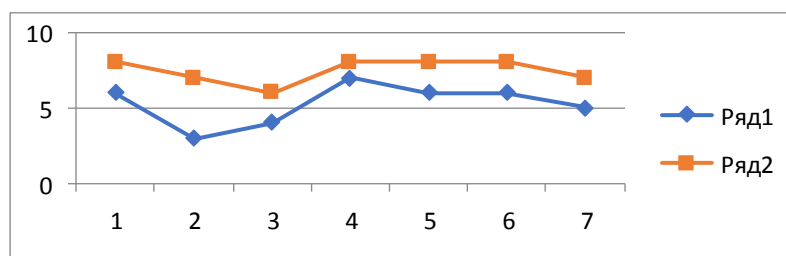


Рис. 2. Профили реальных и желаемых показателей ОР

При этом отклонения показателей от цели разные (рис. 3).

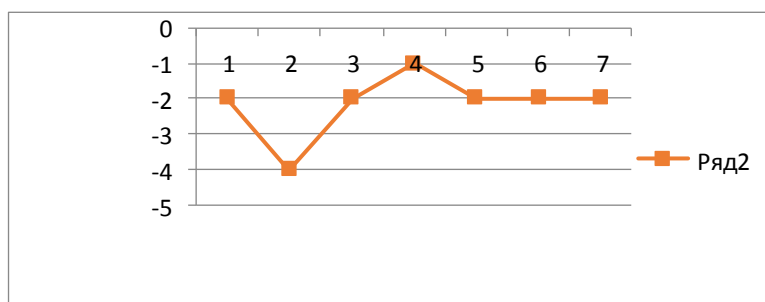


Рис. 3. Профиль отклонений показателей ОР

Хуже всего дело обстоит с обучением, повышением квалификации персонала и мотивацией.

В СПК «колхоз Надежда» был проведен опрос сотрудников с целью оценки сотрудниками системы мотивации. Сотрудникам было предложено ответить на вопрос: «Как Вы оцениваете мотивацию сотрудников на предприятии в целом?» Результаты опроса представлены на рис. 8. В результате опроса выяснилось, что 46% сотрудников считают, что мотивация «скорее низкая, чем высокая», 25% – что «скорее высокая, чем низкая», 17% – «низкая», 4% - « высокая» , 8% затруднились с ответом.

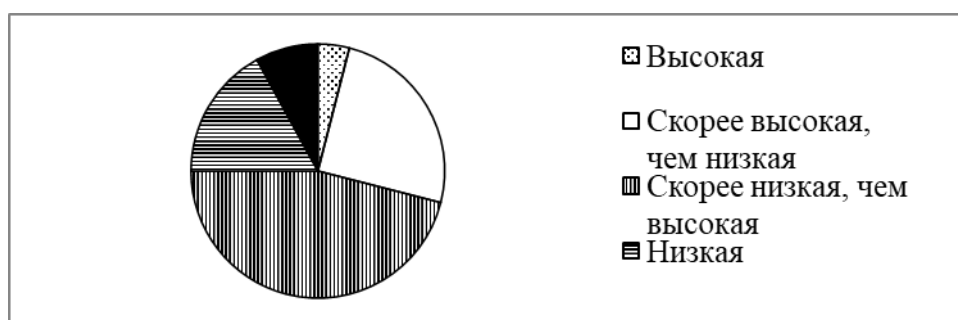


Рис. 4. Оценка системы мотивации сотрудниками в СПК

Система мотивации в СПК «колхоз Надежда» включает как материальные, так и нематериальные формы стимулирования персонала, подразделения применяется индивидуальная система оплаты труда, включающая постоянную и переменную часть.

На основе анализа данных, диагностики и СВОТ-анализа, стратегию организационного развития СПК можно представить объединением вида:

$$S = U u_{ij} \quad (2)$$

где u_{ij} - стратегические действия системы менеджмента,

U – знак логического объединения.

u_1 - расширение технологической базы,

u_2 - расширение посевных площадей,

u_3 - изменение системы управления персоналом,

u_4 -разработка новой системы мотивации,

u_5 -программы обучения,

u_6 -внедрение системы KPI,

- u7- снижение издержек на основе изменений отношения персонала,
- u8-рост зарплаты работников,
- u9-расширение рекламы и маркетинга,
- u10- регулирование взаимоотношений в коллективе.

Заключение. Обоснованная таким образом стратегия организованного развития была преобразована в программу конкретных мероприятий руководством предприятия и реализована с положительными результатами.

Список литературы

1. Арутюнян, Ф.Г. Основные направления совершенствования системы оплаты труда в сельхозорганизациях / Ф.Г. Арутюнян // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016. – № 4. – С. 58-60.
2. Быковская, Н. Мотивационная направленность материального стимулирования работников сельского хозяйства / Н. Быковская // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2013. – № 3. – С. 44-47.
3. Варданын, И.С. Зарубежный и российский опыт управления мотивацией персонала / И.С. Варданын // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 1. – С. 129-132.
4. Генкин, Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика): монография / Б.М. Генкин. – 2-е изд. – М.: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 352 с.

УДК 615.849

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ИНДИКАТОРОВ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Красников А.В., Снегин О.В., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
1zangelofwar@gmail.com

Введение. С каждым годом все больше растет значимость государственных программ. Правительство в полной мере заинтересованы в высокой эффективности их реализации. На сегодняшний день государственные программы являются важнейшим инструментом достижения национальных целей по развитию любого государства. Принятие цифровых решений в сфере реализации и оценки эффективности государственных программ позволит значительно облегчить данный процесс и позволит сократить временные затраты.

В целях повышения эффективности управления государственными программами, оптимизации процессов разработки, реализации, мониторинга и оценки эффективности государственных программ, а также повышения информационной открытости деятельности органов исполнительной власти

по реализации государственных программ необходима информационно-аналитическая платформа, которая позволит пользователям с максимальной полнотой анализировать и применять разнородную информацию для своевременного принятия оптимальных управленческих решений.

Разработка web-приложения, на основе программной среды OracleApex, для использования в качестве платформы оценки эффективности реализации государственных целевых программ в системе индикативного планирования позволит с легкостью анализировать и управлять данными регионального развития. Предполагается, что данное приложение будет проводить моделирование достаточного объема данных по сводным показателям реализации целевых программ, анализ действующего уровня развития отраслей экономики региона и сравнивать с прогнозными (сценарными) значениями.

Основная часть. Для оценки государственных программ используются различные методики, к наиболее известным и распространённым относятся следующие их виды:

оценка реализации программ, которая включает изучение методов управления программными мероприятиями, их эффективность, способности и возможности организационных структур справиться с поставленными задачами, умение мобилизовать имеющиеся ресурсы, компетентность руководителей и служащих и др.;

оценка результатов политики, предполагающая изучение того, в какой степени были выполнены поставленные задачи и цели, удалось ли полностью осуществить запланированные мероприятия и выйти на соответствующие показатели;

оценка последствий и эффектов программы, что является наиболее сложным типом оценки, хотя ее все чаще используют, особенно при изучении последствий экономического регулирования. Трудность состоит в том, что последствия могут проявиться не сразу, а через определенный промежуток времени.

Методика оценки эффективности реализации программы учитывает необходимость проведения оценок, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Методы оценки эффективности программ

№ п/п	Название метода	Формула	Обозначения
1	2	3	4
1	Степень реализации основных мероприятий	$СРМ = МВ/М$	МВ – количество мероприятий, выполненных в полном объеме; М – общее количество мероприятий
2	Степень соответствия запланированному уровню затрат и оценки эффективности использования средств	$ССУЗ = \Phi\Phi/\Phi\Pi$	$\Phi\Phi$ – фактический объем финансовых ресурсов; $\Phi\Pi$ – плановый объем финансовых ресурсов

1	2	3	4
3	Оценка эффективности использования средств	$ЭС = СРМ/ССУЗ$	ССУЗ – уровень финансирования реализации программы; СРМ – степень реализации основных мероприятий
4	Степень достижения целей и решения задач программы	$СДЦ = (СДП1 + СДП2 + СДПn) / n$	СДЦ – степень достижения целей; СДП – степень достижения показателя программы; n – количество показателей программы
5	Степень достижения показателя программы (подпрограммы) (СДП)	$СДП = ЗФ/ЗП$	ЗФ – фактическое значение показателя программы; ЗП – плановое значение показателя программы
6	Общая оценка эффективности реализации программы (ЭГП)	$ЭГП = СДЦ \times ЭС$	СДЦ – степень достижения показателя программы; ЭС – оценка эффективности использования средств

Источник: составлено по материалам [1].

Вывод об эффективности (неэффективности) реализации программы может определяться на основании следующих критериев, представленных в таблице 2.

Сегодня важно уметь рационально распределять средства государства, выделяемые на развитие Республики и обеспечивать эффективность осуществления бюджетных затрат.

Таблица 2

Критерии оценки эффективности программ

Вывод об эффективности реализации программы	Критерий оценки общей эффективности государственной программы
Неэффективная	менее 0,5
Уровень эффективности удовлетворительный	0,5 – 0,79
Эффективная	0,8 – 1
Высокоэффективная	более 1

Источник: составлено по материалам [1].

Следующим шагом в программной среде OracleApex была разработана информационно-аналитическая система индикаторов регионального развития (рис.1), она позволяет в режиме реального времени производить расчёт индикаторов по конкретной государственной программе.

На рис.1 представлена страница «Расчёт оценки эффективности республиканских программ», данная страница является ключевой в работе информационно-аналитической системы, на ней рассчитываются основные показатели государственной программы, после чего конечный результат передаётся на другие страницы и делается вывод об эффективности данной программы.

Название Метода	Формула (Значение 1, Значение 2)	Обозначение	Значение 1	Значение 2	Результат
Степень реализации основных мероприятий (СРМ)	МВ/М	МВ – количество мероприятий, выполненных в полном объеме; М – общее количество мероприятий	174	272	0,64
Степень соответствия запланированному уровню затрат и оценки эффективности использования средств (ССУЗ)	ФФ/ФП	ФФ – фактический объем финансовых ресурсов; ФП – плановый объем финансовых ресурсов	1725,45	1992,424	0,865
Оценка эффективности использования средств (ЭС)	СРМ/ССУЗ	СРМ – степень реализации основных мероприятий ССУЗ - степень соответствия запланированному уровню затрат и оценки эффективности использования средств	0,64	0,865	0,74
Степень достижения целей и решения задач программы (СДЦ)	СДП / n	СДП – степень достижения показателя программы; n – количество показателей программы	238	298	0,8
Степень достижения показателя программы (подпрограммы) (СДП)	ЭФ/ЭП	ЭФ – фактическое значение показателя программы; ЭП – плановое значение показателя программы	19991	84	238
Общая оценка эффективности реализации программы (ЭГП)	СДЦ x ЭС	СДЦ – степень достижения показателя программы; ЭС – оценка эффективности использования средств	0,8	0,74	0,59

1 - 6

Рис. 1. Расчёт оценки эффективности республиканских программ

Заключение. Таким образом, благодаря использованию данной системы пользователь может в кратчайшие сроки добавлять и редактировать информацию и государственных программах, административно-территориальных образованиях, где они реализуются, а также разрабатывать и рассчитывать методы оценки эффективности данных программ на основании которых анализировать полученные критерии и делать выводы об эффективности рассматриваемой программы.

Список литературы

1. Индикативное планирование и прогнозирование национальной экономики типа. – Текст: электронный // Национальный открытый университет: официальный сайт. – 2022. – URL: https://intuit.ru/studies/professional_skill_improvements/20731/courses/819/lecture/30973?page=2 (дата обращения: 23.09.2022).

УДК 338

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

Лукиянчук А.В., Снегин О.В., канд. экон. наук,
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
s_lukyanchuk01@mail.ru

Введение. Реализуемая политика информатизации промышленного сектора сводится к созданию единой государственной информационной системы промышленности (ГИСП) на базе Минпромторга России. По итогам 2017 г. оборот электронной торговой площадки ГИСП составил 1 140 000 млн руб. Помимо сервиса торговли ГИСП предоставляет финансовые услуги, сервисы трансфера технологий и кадров, взаимодействия с органами государственной власти, информационные сервисы. ГИСП представляет собой единую цифровую инфраструктуру. В 2017 г. она включала в себя: 868 мер государственной поддержки для всех

предприятий; 256 регионально значимых предприятий; 44 промышленных предприятия; 197 системообразующих предприятий; 783 предприятия по отраслям; 6 809 промышленных продуктов; 9 821 объект инжиниринговой деятельности; 103 913 пользователей [1].

Таким образом, цифровизация в России происходит стремительно и является приоритетным направлением. Цифровое производство позволяет экономить деньги и время, которые необходимо затратить на ранней стадии проектирования для подготовки реального производства.

Основная часть. Цифровизация представляет собой внедрение современных цифровых технологий в процесс функционирования организации. Под цифровым производством понимается такой способ производства, при котором осуществляется комплексное применение компьютерных технологий. Использование цифрового производства приводит к сокращению рисков и затрат благодаря виртуальной и превентивной проверке производственного процесса, сокращения объема инвестиций в производство, ускорения срока ввода в эксплуатацию оборудования, экономии производственных площадей, выявления потенциально «узких мест» и производственных проблем.

В России уже достаточно широко распространены сравнительно зрелые цифровые технологии, развита инфраструктура. В частности, широкополосный доступ в Интернет имеют более 70% организаций.

На рисунке 1 представлены затраты предприятий на внедрение цифровых технологий по отраслям. На данной диаграмме видно, что лидером во внедрении цифровых технологий является финансовый сектор. Промышленность занимает второе место.

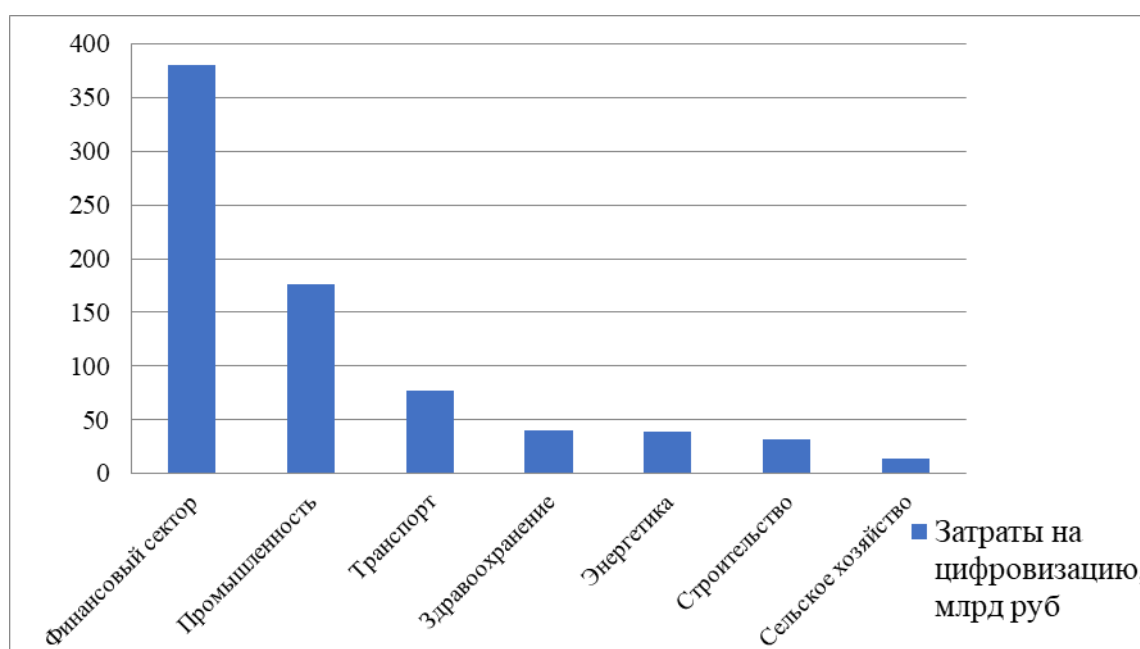


Рис. 1. Затраты организаций на внедрение и использование цифровых технологий
Источник: составлен по материалам [2]

Необходимость в цифровизации промышленности является важной составляющей устойчивого и прорывного развития экономики России. Запланированная в рамках достижения национальных целей стратегия реализации национального проекта «Цифровая экономика» столкнулась с рядом проблем. В журнале *Journal of Creative Economy* указаны следующие проблемы:

- монополизация цифровых технологий в руках других стран, которые используют доступ к ним в качестве рычага политического воздействия;
- неразвитость цифровой инфраструктуры в России, необходимость значительных временных, научных и денежных ресурсов для приведения ее в соответствие с поставленными целями;
- недостаточно проработанная законодательная база;
- бюрократические препятствия быстрой трансформации экономики;
- сложности с привлечением частных участников национального проекта «Цифровая экономика», вызванные низкой урегулированностью деловых отношений и невысокой степенью защиты инвестиций;
- вероятность переоценки некоторых из критических технологий цифровой экономики вследствие высокого общественного резонанса вокруг цифровизации [3].

Однако в данной статье рассмотрены не все проблемы. Для наглядного представления актуальных проблем цифровизации промышленности России построим диаграмму Исикавы (рис. 2).

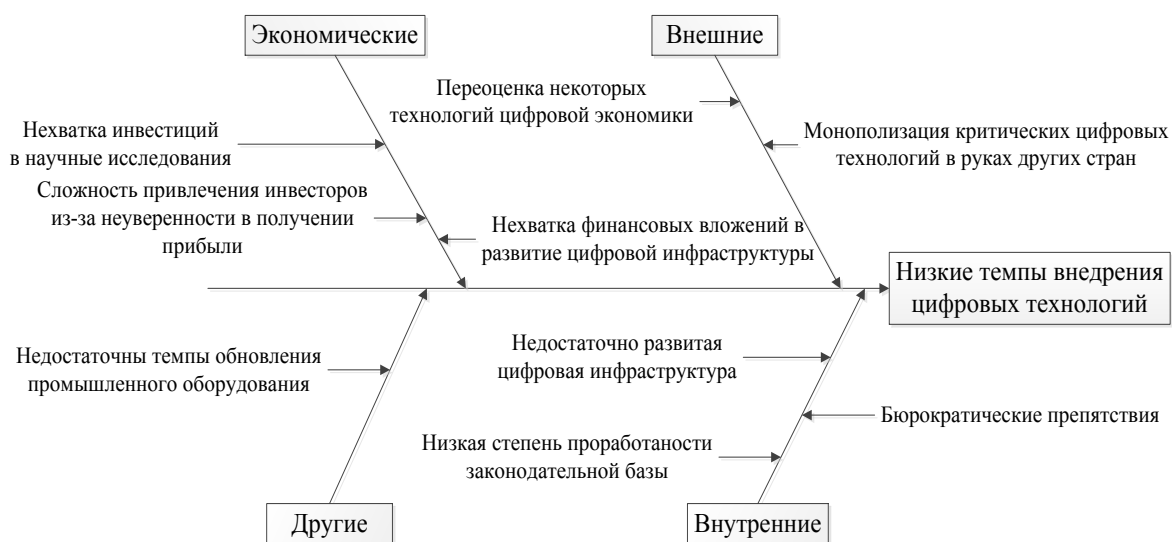


Рис. 2. Диаграмма Исикавы «Проблемы внедрения цифровых технологий»

Построенная диаграмма Исикавы позволяет выделить внешние, внутренние, экономические и другие проблемы, которые оказывают влияние на внедрение цифровых технологий. Одна из новых проблем, добавленная на диаграмму Исикава — недостаточные темпы обновления

промышленного оборудования. Недостаточное обновление производственных мощностей и оборудования на предприятиях привело к высокому износу основных фондов и росту производственных затрат. По данным Росстата, износ основных фондов на 1 января 2018 года составил 47,3%, в том числе в «обрабатывающих производствах» около 50% [4].

Заключение. В статье была рассмотрена цифровизация промышленности и указаны проблемы которые необходимо учитывать, для того чтобы развивать цифровизацию промышленности в России.

Список литературы

1. Государственная информационная система промышленности. – URL: <https://fond.amurobl.ru/gisp.php> (дата обращения: 29.09.2022).
2. Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты [Текст] / Г. И. Абдрахманова, К. Б. Быховский, Н. Н. Веселитская, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. — 239
3. Актуальные проблемы внедрения цифровых технологий в промышленность России. – URL: <https://www.researchgate.net/publication/334382476> Aktualnye_problemy_vnedrenia_cifrovyyh_tehnologij_v_promyslennost_Rossii (дата обращения: 15.05.2022).
4. Россия в цифрах. 2018: Крат. стат. сб.//Росстат. – М.,2018. – 522 с.

УДК 007.3

МЕСТО КВАНТОВОЙ ФИЗИКИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Лут М.С., Меркулова А.В., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
mashaserg16@mail.ru

Введение. На современном этапе с нарастающей частотой наблюдается синтез различных научных дисциплин, сочетание которых вызывает удивление. К примеру, пластиковая электроника, когнитивная экономика, вычислительная социология, синтетическая биология, нутригеномика, экзометеорология и др. уже давно вошли в нашу жизнь и дали первые плоды на практике.

Это связано с масштабной глобализацией информационных технологий, играющей неотъемлемую роль в современной экономике. Существует множество подходов к управлению организацией, в частности, процессный и системный, основная задача которых является рассмотрение организации с различных сторон.

Однако, не менее актуальной на сегодняшний день областью знаний, нашедшей применение в экономической науке, является квантовая физика,

чье слияние с коммерцией послужило формированию абсолютно новой научной сферы – квантовая экономика.

Следует отметить, исследователей, которые занимались вопросами нового представления о физике. Козырев А.Н в своих трудах описал квантовые эффекты и вычисления в экономике [1]. Квантовые действия в экономических процессах [2] раскрыл в своих работах Мельников В.А. О принципе работы нецеситной квантовой экономики свои тезисы опубликовал Ибраев Л.И [3]. Со своей статьей под названием «Квантовая экономика – мистика или реальность» выступил Мельник С.А. [4]. Данные деятели являются основоположниками современной «эконофизики».

Целью исследования является: *на теоретическом уровне* определить сущность квантовой физики и квантового менеджмента, а также определить ее место, роль и задачу в современной экономике; *на методическом уровне* определить способы применения квантовых принципов в экономических сферах, а также привести примеры современных квантовых технологий.

Основная часть. Под квантовой экономикой подразумевается особая область исследований, применяющая математические методы, принципы и аксиомы из квантовой физики в различных экономических отраслях, к примеру, в финансовых транзакциях или технологиях криптовалюты и блокчейнах.

Эта теория обусловлена убеждением, что экономические процессы имеют схожесть с квантовыми и могут моделироваться посредством математического формализма в целях повышения качества экономических и организационных систем. Существует множество примеров, подтверждающих наличие закономерности квантовых эффектов не только в цифровых технологиях, но и в коммерции, что, в свою очередь, способствует более глубокому изучению хозяйственных явлений.

Одним из таких примеров является положение В.П. Маслова о суперпозиции состояния экономики, утверждающее, что любая экономическая система, как и физическая, находится как минимум в двух или более состояниях, где наибольшую роль играет способ измерения, поскольку она постоянно находится в состоянии неустойчивости.

Иными словами, все измерения в экономике базируются не только на аналитических расчетах, к примеру, подсчет выпущенной продукции, но и в определении конечной стоимости бизнеса, то есть определении целостной профессиональной оценки.

К наиболее актуальным математическим концепциям в квантовой экономике следует отнести нелинейное осреднение по Колмогорову, энтропия для производителя и потребителя, психологический закон сохранения status quo, линейный самосопряженный оператор, туннельный канонический оператор в экономике и др. Они позволяют найти неординарный подход к управлению организациями на микро- и макроуровне.

Одним из подвигов квантовой природы экономики является, так называемый квантовый менеджмент или квантовое управление. Применительно к данной концепции можно приобщить такие термины, как квант, принцип неопределенности Гейзенберга, синергия, теория хаоса, странный аттрактор и др., поскольку данный физико-математический аппарат способен модифицироваться в теорию управления.

Таким образом, квантовая концепция рассматривает экономическую систему как живой организм, в которой присутствует некая хаотическая составляющая. Любую экономическую организацию можно сравнить с диссипативной динамической системой, открытой и оперирующей в неравномерной среде, где существуют свои законы и правила, а внешним фактором, влияющим на ее функционирование, может быть любая «энергия», к примеру экономическая ситуация в государстве.

Тем не менее, синтез квантовой физики и экономики не заканчивается на квантовых вычислениях в коммерции и приведении аналогий с хозяйственными процессами.

Цифровые технологии также не остались в стороне и видоизменились под воздействием физических принципов. К ним можно отнести квантовый фонд, квантовый суперкомпьютер, квантовую криптографию или квантовые сенсоры.

Заключение. Таким образом, применение физической науки в хозяйственной сфере открывает новые границы в исследовании организационных систем и процессов, что, в свою очередь, позволит найти инновационные методы разрешения различных экономических проблем. К сожалению, на современном этапе квантовая экономика находится на начальном этапе развития и еще не нашла широкого применения на практике, тем не менее, уже сейчас большинство исследователей заинтересовано в будущем квантовых концепций.

Знание физических законов позволяет выявлять определенные закономерности между физическим и экономическим миром и предугадывать различные события.

Также синтез этих дисциплин позволит экономисту лучше разбираться в специфике работы оборудования и технологии производства, а также выходить на прямую связь с инженером-исполнителем и обсуждать производственные проблемы.

Квантовые же технологии в цифровой экономике являются новой ступенью в развитии сквозных технологий, в число которых также входят нейротехнологии, блокчейн, промышленный интернет, технологии сенсорики, технологии беспроводной связи, робототехника и т.д. А взаимосвязь инженерии с хозяйственными эффектами даст новый виток в развитии экономической кибернетики.

Список литературы

1. Козырев А.Н. Квантовая экономика и квантовые вычисления в экономике / А.Н. Козырев // Вестник Центрального экономико-математического института РАН. – 2018. – № 3. – С. 5-12.
2. Мельников В.А. Квантовая экономика действий : монография / В.А. Мельников. – 2-е изд-е, испр. и перераб. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2011. – 248 с. – ISBN 978-5-7638-2280-9.
3. Ибраев Л.И. Цены и деньги. Начала нецеситной квантовой экономики. Изд. 3-е, изд-во «Диалог», 2010. – 446 с. – ISBN 978-5-9902114-4-5.
4. Мельник С.И. Квантовая экономика – мистика или реальность / С.И. Мельник, И.Г. Тулузов, А.Н. Омелянчук // Физические и технические науки. – 2006. – № 2. – С. 48-57.

УДК 339:004.5

ДАШБОРД КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Лыга Е.А., Снегин О.В., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

lygaelizaveta@gmail.com

Введение. Современный бизнес – это огромное количество данных, которые регулярно пополняются и обновляются. Информация усваивается лучше, если ее подать в виде схем, графиков и диаграмм. Дашборд - это наиболее эффективный способ представления данных, полученных из нескольких источников, для анализа и управления системой.

Основная часть. Дашборд как инструмент визуализации данных представляет собой некую информационную графическую модель, динамический отчет, который состоит из структурированного набора данных и их визуализации на основе диаграмм, графиков и таблиц. В одном дашборде можно объединить информацию из разных источников. Такими источниками могут быть аналитические системы, таблицы, CRM, а также всевозможные базы данных.

Такой способ визуализации данных помогает сфокусироваться на конкретной предметной области, бизнес-процессе или проблеме, посмотреть на данные с разных сторон. Объединив определенные метрики и ключевые показатели эффективности (КПЭ), предоставляется возможность получать ценную бизнес-аналитику и постоянно отслеживать эффективность путем глубокого изучения отдельных фрагментов данных. Как и приборная панель в авто, дашборды указывают, какими темпами вы движетесь и когда сможете достичь цели. Дашборды появились в ответ на желание руководителей компаний видеть приоритетные показатели

эффективности. Главное слово — видеть. В результате соединения аналитических инструментов и современной графики появилась возможность получать точную, интерактивную и динамическую визуализацию данных [1]. Одно из преимуществ дашбордов — это способность предоставлять актуальную информацию и контекст, которые помогают принимать бизнес-решения и расширяют возможности сотрудников. Например, ИТ-специалисты могут использовать информационную панель для обнаружения признаков угроз безопасности.

Менеджерам по продажам дашборд помогает управлять продажами. HR-специалистам — отслеживать основные метрики, связанные с трудовыми ресурсами. Для бухгалтера будет полезен дашборд о движении средств, который отражает финансовое состояние организации. Маркетологи анализируют рекламные кампании и оценивают их эффективность. Руководителю дашборд позволит быстро оценивать состояние ключевых показателей и принимать управленческие решения.

Так, сеть ресторанов быстрого питания Burger King ввела в использование удобный кастомный дашборд для мониторинга ключевых показателей ресторанов в режиме реального времени. Реализация данного инструмента в мобильном приложении позволяет знать, что происходит здесь и сейчас, и молниеносно реагировать на падение/повышение спроса, а также контролировать показатели множества точек. Пользователями являются менеджеры ресторанов, управляющий персонал (рис. 1) [2].

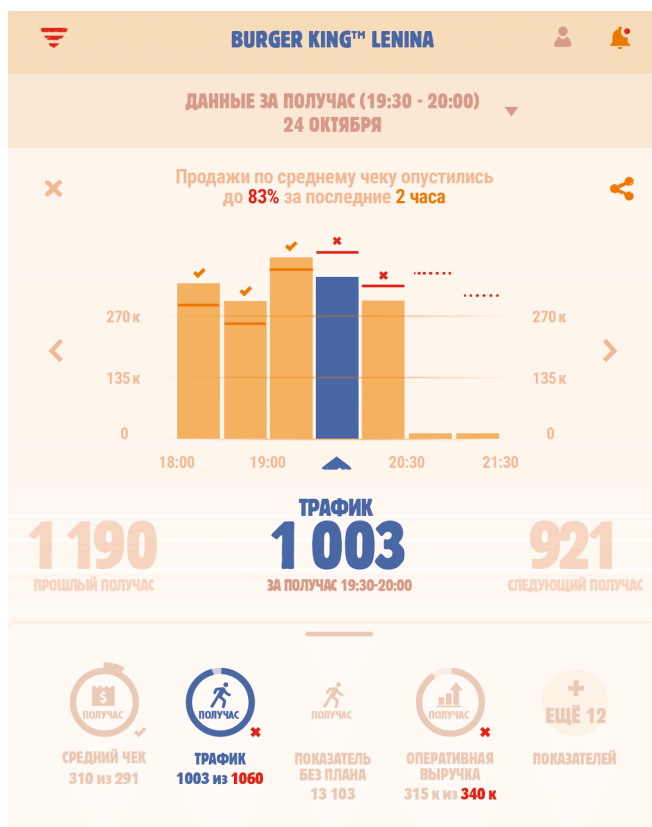


Рис. 1. Дашборд сети ресторанов быстрого питания Burger King

Существует большое количество сервисов для создания интерактивных информационных панелей, такие как Tableau, Power BI, Qlik, DataLens, Google Data Studio. Самым доступным можно назвать Excel. «Лучшее программное обеспечение для анализа данных то, при использовании которого вы забываете о нём самом — это настолько естественное продолжение вашего мышления, что вы можете использовать его, не думая о механике процесса» - один из принципов известного эксперта по дашбордам Стефана Фью. Для достижения такого результата рекомендуется соблюдать следующие принципы при построении дашбордов:

гибкость — возможность изменять и комбинировать элементы на экране;

простота — понятные и однозначные названия показателей;

динамика — сравниваемые показатели должны располагаться рядом;

доступность — ключевые данные всегда под рукой;

минимализм — избавляться от лишней, бесполезной информации;

вариативность — смена способа визуализации показателей. [3]

Однако, у дашбордов есть и недостатки. Во-первых, качественно сделанный под заказ дашборд — дорогостоящий. Во-вторых, в большинстве случаев у дашбордов сложный интерфейс и отсутствует дизайнерский изыск, поскольку зачастую все внимание уделяется информации. В-третьих, в большинстве дашбордов долгие загрузка и обновление данных, которые так нужны в конкретный период.

Заключение. Визуализация данных является одним из важнейших инструментов для решения широкого спектра задач, начиная от кадровых вопросов и заканчивая предоставлением скидки конкретному покупателю. Дашборд — динамический отчёт, который состоит из структурированного набора данных и их визуализации на основе диаграмм, графиков и таблиц. Он подойдет любому бизнесу и значительно сократит время на создание отчетов.

Список литературы

1. Нескучные финансы. Как управлять бизнесом на основе цифр и не сойти с ума / А. О. Афанасьев, А.Д. Бодрейший, С.Н. Краснов. — Санкт-Петербург : Питер, 2020. — 256 с.
2. 5 правил бизнес-дашборда на примере Burger King Manager. — Текст : электронный // Медиа Нетеологии — 2022. — URL: <https://netology.ru/blog/5-pravil-biznes-dashborda> (дата обращения: 25.09.2022)
3. Few S. Information Dashboard Design: The Effective Visual Communication of Data / S.Few. — Sebastopol : O'Reilly Media, 2006. — 224 p.

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ, КАК ОДНА ИЗ СОСТАВЛЯЮЩИХ УСПЕХА БИЗНЕСА

Меркулов И.Д., Ткачёва А.В., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» г. Донецк, РФ
mirkula2002@gmail.com

Введение. Постоянно возрастающая конкуренция требует от всех участников рынка постоянного напряжения в борьбе за потребителя. Для достижения коммерческого успеха предпринимательским структурам необходимо создать товары, которые могут привлечь внимание потребителей, невзирая на существование на рынке множества их аналогов. Однако, немаловажным фактором успеха является не только разработка нового товара, но и правильная маркетинговая политика. Это особенно важно для структур малого и среднего бизнеса, которые не могут соревноваться с большими компаниями в сфере расходов и ценового воздействия, однако благодаря рыночным новинкам и правильному подходу к их реализации, способны удовлетворять потребности потребителей лучше, чем существующие товары.

Целью работы является исследование специфики и средств влияния маркетинга инноваций на успешное развитие бизнеса [1].

Основная часть. Логика развития бизнеса требует повышения рентабельности производства и расширения ассортимента. Обе эти цели или одну из них можно достичь, разрабатывая новые, инновационные продукты. В результате успешного вывода новинок на рынок, компании могут либо расширить свою продуктовую линейку, либо закрепить за собой новую товарную категорию. Первый вариант проще и менее рискован. Во втором можно получить гораздо большую прибыль и занять стратегически выгодную позицию лидера в новой товарной категории, но при этом максимизируются риски.

Маркетинг инноваций предполагает новации в сфере маркетинга как инструменте рыночного управления на предприятии. Это не только маркетинг в ценообразовании, продвижении и распределении, но и маркетинг инновационных товаров и услуг, инновации в приемах разработки маркетинговой стратегии, маркетинговых исследованиях, в формировании маркетинговой информационной системы и т.д.

На основании этого можно утверждать, что маркетинг инноваций составляет маркетинг в инновационной сфере, который можно определить как:

во-первых, поиск возможностей достижения уникальных преимуществ, источником которых являются инновационные технологии/новые продукты,

что позволяет обеспечить качественно новый уровень удовлетворения потребностей или удовлетворение новой потребности;

во-вторых, ориентированное на рынок управление процессом создания и коммерциализации новых продуктов, технологий, процессов с целью удовлетворения потребностей субъектов хозяйствования и роста конкурентоспособности организации [3].

Следовательно, не следует преуменьшать значения инноваций в маркетинге. По данным профессора британского университета Питера Дойля, только 10% инноваций становятся предметом газетных заголовков, и только 2% являются принципиально новыми товарами. Остальные 8% – это новые маркетинговые концепции, т.е.:

- 1) новые способы применения известных продуктов;
- 2) репозиционирование товара и выход на новые сегменты;
- 3) новые способы ведения коммерческой деятельности и обслуживания клиентов [2].

Маркетинг инноваций предполагает вывод нового продукта на рынок, в процессе чего могут использоваться традиционные методы маркетинга, такие как реклама. Однако, маркетинг инновационной, в отличие от традиционной продукции, направлен на доведение до потребителя потребности в необходимости попробовать эту продукцию, не убеждая его отказаться от конкурентов.

В процессе создания новинок существует множество проблем, связанных с правильной организацией ее разработки, оценкой спроса, проведением тестирования и т.д., т.е. всё то, что является особенностями маркетинга инноваций.

Рассмотрим более подробно специфику маркетинга инноваций:

- целью маркетинга инноваций является проектирование потребительских свойств инновации и рыночных стратегии, которые будут способствовать обеспечению удовлетворения запросов потребителей;
- предметом воздействия выступает инновация на разных стадиях инновационного процесса;
- маркетинговые инструменты преимущественно ориентированы на проектирование и создание будущего спроса;
- фрагментация потребителей производится на основе индивидуализации потребительских особенностей и запросов;
- отсутствует возможность получения достоверных количественных данных о рынке или его фрагменте, так как инновационный товар обладает способностью самостоятельно создавать новый сегмент за счёт новизны потребительских свойств продукта;
- очень высокий уровень неопределённости принятия решений;
- возможны ошибки в процесс прогнозирования потребительского поведения, определении ключевых факторов покупки.

Выделяют основные средства инновационного маркетинга, которые представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Основные средства маркетинга инноваций

Заключение. Все вышеперечисленные средства маркетинга инноваций, в значительной мере позволяют привлечь куда больше внимания потребителей к продукции, чем стандартные, хорошо известные методы. Вследствие роста интереса к товару – последует и увеличение спроса, повышение доходов компании. Таким образом, будет достигнута главная цель любой предпринимательской деятельности – получение и максимизация прибыли.

Список литературы

1. Бизнес [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/810442>
2. Инновационный менеджмент: учебник для академического бакалавриата [Текст] / Л.П. Гончаренко, Б.Т. Кузнецов, Т.С. Булышева, В.М. Захарова; под общ. ред. Л. П. Гончаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 487 с.
3. Кони́на, Н. Ю. Маркетинг и конкурентные позиции ТНК / Н. Ю. Кони́на // Маркетинг. – 2009. – № 3. – С.3-14.
4. Котлер, Филип. Основы маркетинга. / Ф. Котлер / пер. с англ. В. Б. Боброва; общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – Москва: Издательство «Прогресс», 2000. – 657 с.
5. Сергеев Е. Ю. Международные экономические отношения / Сергеев Е. Ю. – М.: Маркетинг, 2002.

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

Мякинченко Ю.С., Ткачева А.В., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
juliay0710@gmail.com

Введение. Транспорт является определяющим звеном инфраструктуры современной цивилизации и инструментом реализации национальных интересов государства в мировой хозяйственной системе. Процессы развития транспортного комплекса региона, в частности его автомобилизации, не должны ограничиваться только увеличением парка транспортных средств, а должны обеспечивать решение ряда вопросов, направленных на дальнейшее совершенствование материально-технической базы и повышение операционной эффективности.

Исследованием различных аспектов развития транспортного комплекса на уровне государства и региона занимались многие зарубежные и отечественные ученые, в частности Г.В. Астапова [1], В.Н. Богумил [2], В.М. Власов [2], Д.Б. Ефименко [2], С.А. Маковецкий [1], Н.И. Новикова [1], И.П. Энглези [1] и др.

Целью данной работы является разработка проекта цифровой трансформации транспортного комплекса региона.

Основная часть. Транспорт является частью производственной и социальной инфраструктуры региона. Социальная роль транспорта заключается в создании нормальных условий жизни населения региона.

В настоящее время транспортный комплекс ДНР включает автомобильное, железнодорожное направления и направление «городской электрический транспорт».

На территории каждого региона транспортный комплекс формируется в зависимости от таких факторов, как: расположение, развитие экономики (отраслей), расположение городов и других населенных пунктов; внутренние региональные транспортные возможности и экономические связи; объекты, значимые для развития регионов, например, туризм и т.д.

Современные условия развития экономики и общества характеризуются широким использованием информационных систем и технологий, активными процессами информатизации и цифровизации всех сфер экономической и общественной деятельности. Данные тенденции не оставили в стороне и транспортный комплекс.

Основной целью цифровизации транспортного комплекса региона является национальное развитие страны. Одним из ключевых направлений

цифровой трансформации выступают телематические системы, которые обеспечивают создание распределенных отраслевых систем мониторинга транспорта с высокой нагрузкой, для создания операторского бизнеса «под ключ» и предоставления комплекса телематических, навигационно-информационных услуг в отраслевых и региональных навигационно-информационных центрах мониторинга транспорта [3].

Современные телекоммуникационные технологии обеспечивают передачу данных в зоне действия интеллектуальных транспортных систем. В рамках цифровой трансформации транспортного комплекса региона предлагается проект внедрения системы «1С: Предприятие 8. Центр спутникового мониторинга ГЛОНАСС/GPS». Такая система обеспечит централизованный контроль и управление подвижными объектами предприятий. Телематическая платформа выступает технологической основой для организации операторского бизнеса на рынке спутниковой навигации ГЛОНАСС и GPS, для реализации крупных инфраструктурных проектов [4].

Сервис ГЛОНАСС создан для автоматизации процессов мониторинга в сфере транспорта, а также для предоставления оперативной и ознакомительной информации пользователям. Информация мониторинга предоставляется в виде текста, отчетов, карт и графиков. Преимущество сервиса в том, что он территориально независим, к нему можно получить доступ из любой точки мира и в любое время суток.

Для успешной реализации любого проекта необходимо четко обозначить его цели, задачи, разработать детальный план реализации, определить необходимые ресурсы. Основные этапы разработки и внедрения проекта цифровой трансформации транспортного комплекса региона представлены в табл. 1.

Таблица 1

Иерархическая декомпозиция работ по внедрению инновационного проекта
«Цифровая трансформация транспортного комплекса региона»

Иерархический код мероприятия	Название / описание
1	2
1.	Цифровизация транспортного комплекса региона
1.1.	Разработка плана внедрения системы мониторинга транспортных средств
1.1.1.	Разработка плана для автомобильного транспорта
1.1.1.1.	План для транспорта грузоперевозок
1.1.1.2.	План для транспорта пассажирских перевозок
1.1.2.	Разработка плана для железнодорожного транспорта
1.2.	Полное обследование парков
1.2.1.	Обследование автопарков
1.2.2.	Обследование железнодорожных систем
1.3.	Программирование и конфигурирование оборудования
1.3.1.	Установка операционной системы

1	2
1.3.2.	Конфигурирование системы
1.4.	Монтаж оборудования
1.5.	Инсталляция программного обеспечения
1.6.	Настройка программного обеспечения
1.7.	Обучение пользователей работе с программным обеспечением
1.8.	Подготовка отчета по результатам внедрения проекта цифровизации
1.8.1.	Подготовка отчета по железнодорожному транспорту
1.8.2.	Подготовка отчета по автомобильному транспорту
1.8.2.1.	Формирование отчета по грузовому автотранспорту
1.8.2.2.	Формирование отчета по пассажирскому транспорту

В рамках исследования разработан детальный план предлагаемого проекта цифровой трансформации в программной среде MS Project. Для расчета экономической эффективности предложенного проекта был проведен расчет инвестиционных вложений.

Заключение. Проведенные в ходе исследования расчеты подтверждают целесообразность реализации предложенного проекта по цифровизации транспортного комплекса региона.

Внедрение системы мониторинга, в первую очередь, направлено на снижение затрат за счет установления контроля за транспортным средством на линии и повышения ответственности водителей.

Опыт также показал, что внедрение системы мониторинга позволяет снизить расход топлива на 7-15%. Годовая экономия от снижения количества дорожно-транспортных происшествий исчисляется в миллионном масштабе, а затраты на внедрение мероприятий окупаются в течение 18 месяцев работы.

Список литературы

1. Эффективность инновационного развития транспортного комплекса государства [текст]: монография [Г.В. Астапова, И.П. Энглез, С.А. Маковецкий, Н.И. Новикова и др.]; ООВПО «Донецкая академия транспорта», ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2021. – 220 с.
2. Транспортная телематика в дорожной отрасли: учеб. пособие / В.М. Власов, Д.Б. Ефименко, В.Н. Богумил. – М.: МАДИ, 2013. – 80 с.
3. Техническое обеспечение телематических систем: учеб. пособие. В 6 ч. Ч. 2 / Н.Ю. Лахтина, К.Г. Манушакян. – М.: МАДИ, 2013. – 64 с.
4. ГЛОНАСС: принципы построения и функционирования / под ред. А.И. Перова, В.Н. Харисова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Радиотехника, 2010. – 800 с. – ISBN 978-5-88070-251-0.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫМ АРХИВОМ ПРОЕКТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Пантелеева О.Г., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
o.pantelieieva@donnu.ru

Введение. Современное проектное предприятие представляет собой сложную динамическую систему потоковых процессов, характеризующуюся многочисленностью изменяемых параметров и переменных. Функционируя в условиях рыночных отношений, предприятия находятся под влиянием различных типов внешних и внутренних возмущающих факторов, снижающих их эффективность.

Малое количество проектных предприятий в ДНР, особенности их функционирования и развития, невозможность и нецелесообразность проведения экспериментов в реальном масштабе времени обуславливает необходимость применения современных методов управления, что будет способствовать повышению эффективности их деятельности в условиях тяжелого экономико-политического положения. Особую актуальность приобретает эффективное управление архивной службой, поскольку с момента образования ДНР данные организации осуществляют переход на российские стандарты делопроизводства.

Таким образом, проблема исследования и разработки эффективных моделей и механизмов управления архивной службой проектных предприятий в условиях неопределенности и ограничений методами экономико-математического моделирования становится все более актуальной.

Основная часть. Исследованию проблем моделирования бизнес-процессов архивной службы проектных предприятий посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых, среди которых можно выделить работы О.И. Долгановой [1], А.Г. Мадера [2], Ю.Ф. Тельнова [3], А.В. Чукарина [4] и др.

Несмотря на значительные достижения в теории и практике, остается много открытых вопросов, в частности в моделировании деятельности архивной службы проектных предприятий, их основных и вспомогательных бизнес-процессов.

Целью исследования является разработка и внедрение экономико-математических моделей и информационной системы управления электронным архивом проектного предприятия для повышения экономической эффективности его деятельности.

Для оценки эффективности перехода архивной службы предприятия на электронный режим работы необходимо воспользоваться инструментом имитационного моделирования Powersim.

Предлагаемая имитационная модель оценки эффективности перехода архивной службы предприятия на электронный режим работы позволяет моделировать так называемую очередь из запросов в архив, их обработки и выдачи ответов. Ключевыми параметрами в модели являются время обработки запроса, а также затраты, связанные с превышением данного времени. Кроме того, еще одним важнейшим параметром модели является константа Electronic Archive. Данная константа позволяет задавать уровень автоматизации архивной службы предприятия от полного ее отсутствия (значение 0) до полного ее перевода на электронный режим работы (значение 1).

Диаграмма имитационной модели оценки эффективности перехода архивной службы предприятия на электронный режим работы представлена на рис. 1.

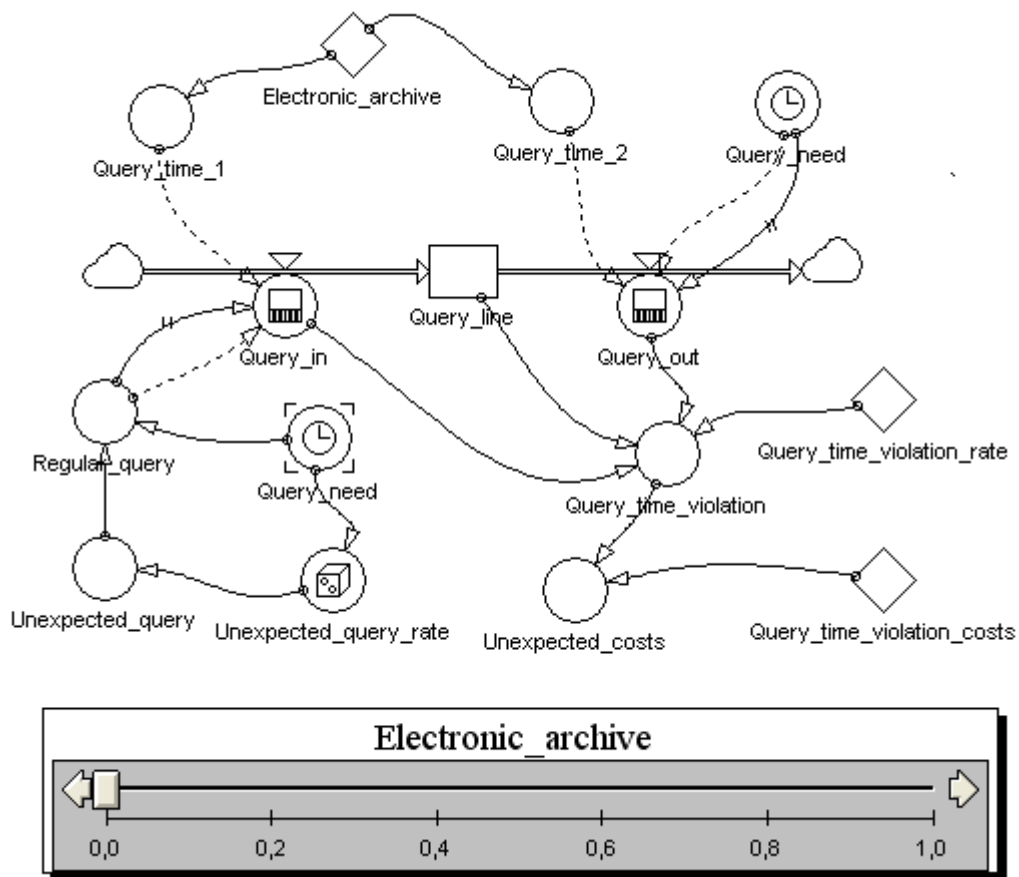


Рис. 1. Диаграмма имитационной модели оценки эффективности системы управления электронным архивом проектного предприятия

Параметры модели выбирались таким образом, чтобы период имитации очереди запросов составляло один день, а период оценки финансовых результатов составлял один месяц, что продиктовано требованиями финансовой отчетности предприятия.

Разработанная имитационная модель оценки эффективности системы управления электронным архивом проектного предприятия показала

значительное снижение затрат, понесенных проектным предприятием вследствие превышения времени обработки запросов в архив. Это связано с эффективностью работы предлагаемой информационной системы электронного архива

Заключение. Таким образом, предлагаемая информационная система для работы с электронным архивом проектного предприятия позволит полностью перевести архив предприятия в электронную форму и обеспечить повышение эффективности деятельности архивной службы за счет оперативности обработки запросов, составления отчетов, а также повышения надежности хранения информации.

Список литературы

1. Долганова, О.И. Моделирование бизнес-процессов: Учебник и практикум для академического бакалавриата / О.И. Долганова, Е.В. Виноградова, А.М. Лобанова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 289 с.
2. Мадера, А.Г. Бизнес-процессы и процессное управление в условиях неопределенности: Количественное моделирование и оптимизация / А.Г. Мадера. – М.: Ленанд, 2019. – 160 с.
3. Тельнов, Ю.Ф. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами. Методология и технология: Учебное пособие / Ю.Ф. Тельнов, И.Г. Фёдоров. – М.: Юнити, 2015. – 176 с.
4. Чукарин, А.В. Бизнес-процессы и информационные технологии в управлении современной инфокоммуникационной компанией / А.В. Чукарин. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 512 с.

УДК 378.147

ПРОАКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОЙ СРЕДЕ: ПРИНЦИПЫ И ИНСТРУМЕНТЫ

Серкутан А.А., Загорная Т.О., д-р экон. наук, проф.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
alya.serkutan.00@mail.ru

Введение. Базовая функция маркетинга заключается в управлении взаимоотношениями с потребителями. Отсюда вытекает двойственный характер решения маркетинговых задач: привлечь новых потребителей, а также удержать текущих лояльных клиентов путем расширения традиционных методов и моделей за счет инструментария *проактивного управления* в электронной среде. Другими словами, это процесс, с помощью которого компании не только создают ценность для потребителей и строят долгие и прочные взаимоотношения с ними, но и формируют внутренний адаптивный контур управленческих решений и «меняются вместе с рынком».

Основная часть. Проблематике продвижения товаров и услуг в электронной среде посвящены исследования отечественных ученых: Михайлова В.М., Меджидов Г.С., Корнеева Р.В. В проанализированной литературе рассмотрены различные методы и модели продвижения товаров и услуг в электронной среде, а также различные инструменты для формирования *цифровой лояльности*. Вопросам исследования эффективности рекламных инструментов посвящены работы Пола Павлоу и Дэвида Стюарта, комплексный метод оценки эффективности интернет рекламы изложен в трудах Т. Дейнекина [1]. Изучению проблем продвижения товаров и услуг в электронной среде и оценки их эффективности посвящено значительное количество исследований отечественных и зарубежных ученых, а именно: М.В. Шендо, Перси Л. [2] Колодник Т. [3], Шевченко Д. [4] и других. Проблемой является изучение перспективности цифровых инструментов продвижения товаров и услуг предприятия в электронной среде в рамках концепции проактивного менеджмента.

Проактивный метод управления в экономике — это современное предпринимательское движение в рамках Small and Mediumsized Business (SMB). Проактивность является распространенной, хотя не доминирующей стратегией в бизнесе: лишь около 1/3 компаний проактивны. Однако такая стратегия становится важной в условиях трансформации современной конкурентной среды, становления таких векторов конкуренции как время обслуживания, кастомизация, цифровизация, глобализация [5]. Понятие проактивности находит применение при анализе предпринимательской ориентации бизнес-сектора. Таким образом, в компаниях, ориентированных на развитие предпринимательской деятельности проактивность, является одним из важных элементов. В условиях активного развития процессов цифровизации, проактивность становится жизненно важной стратегией в бизнесе [7].

Для узкоспециализированных предприятий предлагающих товары и услуги пассивного спроса, основной проблемой является поиск клиентов, такие предприятия делают упор на сарафанный маркетинг, не уделяя должного внимания собственному сайту и не продвигая его в поисках потенциальных клиентов. Апробация предлагаемого проактивного подхода, как внешнего управленческого контура, по продвижению услуг в цифровой среде осуществлялась на примере деятельности ООО «Бастион» — предприятие по реализации противопожарного оборудования и оказании услуг по монтажу охранно-пожарных систем. Анализ основных бизнес-процессов деятельности данного предприятия позволил выявить ряд «узких мест» в системе ключевых бизнес-процессов по обслуживанию клиентов, их возможные причины и последствия.

«Узкое место»	Причины	Последствия
<i>Загруженность менеджера.</i>	Не активный сайт с отсутствием полной информации о предприятии. Отсутствие продвижения в интернете.	Большое влияние человеческого фактора на результаты работы. Значительные потери рабочего времени.
<i>Малая клиентская база.</i>		Потеря целевой аудитории.
<i>Плохая узнаваемость на рынке.</i>		Снижение эффективности предприятия.
<i>Плохая осведомленность клиента.</i>		Нагрузка менеджера. Зависимость результатов работы всего предприятия от результатов деятельности менеджера.
<i>Отсутствие возможности клиентам оставить заявку на сайте предприятия.</i>		Снижение эффективности функционирования, выполнение лишних функций персоналом, значительные потери рабочего времени.

Рис. 1. «Узкие места» процесса работы предприятия ООО «Бастион»

Анализ полученной таблицы показал, что для устранения «узких мест» процесса работы предприятия ООО «Бастион» необходимо создание качественного сайта и в продвижение услуг предприятия на онлайн платформах.

Решение	Ожидаемый результат
Разработка и внедрение стратегии продвижение предприятие с помощью интернет-маркетинга	Привлечение новых клиентов. Повышение узнаваемости предприятия. Расширение целевой аудитории. Повышение степени удовлетворённости клиента ввиду появления возможности отслеживания новой информации на онлайн платформах.
Разработка и запуск сайта с конкретной и обновленной информацией предприятий.	Регистрация заказа онлайн. Упрощение получения текущего статуса заказа клиента. Повышение качества актуальной информации о новшествах предприятия. Уменьшение влияния человеческого фактора. Повышение эффективности и оперативности работы менеджера.

Рис. 2. Мероприятия по расширению цифровых инструментов в модели проактивного управления ООО «Бастион»

Инструменты, используемые в маркетинге, одинаковы. Различается только их пропорциональное соотношение для решения конкретных задач. Отлично работают рекламные каналы, основанные на поисковой выдаче, партнерской сети и отраслевых прайс-агрегаторах, собирающих информацию со множества сайтов. Важным элементом в системе цифровых и гибких решений выступает определение целевой аудитории и

анализ текущих показателей. На данном предприятии уже используются такие инструменты как SEO-оптимизация сайта и по анализу ее показателям можно определить количество заинтересованных потребителей в товарах и услугах предприятия.

Проактивное управление, которое предполагает признание и анализ ошибок, их устранение по результатам анализа, направлено на предотвращение возникновения проблем. Повышение уровня овладения проактивным управлением способствует появлению большого числа инструментов для решения возникающих проблем и выявления резервов для развития предприятия. В качестве основных принципов проактивного управления можно назвать такие, как умение предусмотреть и предотвратить. Наряду с внедрением проактивного управления, основой формирования является прогнозные модели. Проактивный маркетинг на практике строится на базе проактивной аналитики, а проактивная аналитика в свою очередь строится на базе стратегического менеджмента. С этих позиций проактивный маркетинг можно рассматривать взаимодействием стратегического менеджмента с финансовой поддержкой и структурными преобразованиями. К числу современных инструментов проактивного маркетинга относятся: *кулхартинг*, *трэндвочинг* и *форсайттинг*. На рисунке 3 представлена проактивная модель маркетинга.



Рис. 3. Проактивная модель маркетинга

Основным условием для осуществления проактивного маркетинга выступает *agile*-методология. Она совместно с проактивной стратегией позволяет обеспечить устойчивый темп непрерывной проверки гипотез, возникающих при взаимодействии с конечным потребителем и его изучением. Внедрение *agile*-маркетинга подразумевает тщательное

изучение целевой аудитории, быстрое внедрение новых инструментов, создание краткосрочных маркетинговых планов с быстрым сроком реализации, оперативное устранение недочетов, масштабирование удачных целей, использование гибкого маркетинга для удовлетворения потребностей клиентов.

Заключение. Таким образом, одним из ключевых решений в рамках перехода к цифровому варианту продвижения пассивных услуг является использование проактивности. Этот современный принцип достижения организационной гибкости в цифровой среде позволяет не только сохранить устойчивость действующей бизнес-модели, но и расширить границы взаимодействия с новыми клиентами.

Список литературы

1. Дейнекин Т.В. Комплексный метод оценки эффективности Интернет-рекламы в коммерческих организациях / Т.В. Дейнекин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003 – №2. – С. 102-115.
2. Стратегическое планирование рекламных кампаний / Ларри Перси, Ричард Эллиот; [пер. с англ.: Будынина М.]. – Москва: Grebennikov, 2008. – 414 с.
3. Колодник Т. Развитие теории цифрового маркетинга / Т. Колодник // Наука и инновации. – 2021. – №1 (215). – С. 53-57.
4. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов / Д.А Шевченко // Практический маркетинг. – 2019. — №10 (272). – С. 29-37.

УДК 007:519.81

АНАЛИЗ РЫНКА НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

Трубицына В.С., Долбня Н.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
nataliadolbnya@gmail.com

Введение. Работа посвящена нейронным сетям. В исследовании проводится анализ возможности применения ПО, основанного на нейросетевых технологиях, в бизнес-процессах различных отраслей.

Целью данной работы является анализ возможностей использования нейронных сетей, а также выявление возможностей их применения в системе поддержки принятия решений.

Основная часть. Нейросети — это математические модели и их программное воплощение, основанные на строении человеческой нервной системы. Они используются в огромном количестве сфер, а именно поисковые системы дали толчок развитию методов искусственного интеллекта [1]. Нейросеть получает объект и относит его к определенному

классу. Например, нейронные сети могут классифицировать клиентов и выделять аудитории по интересам – мы все сталкиваемся с этой возможностью каждый день, когда наш электронный почтовый ящик классифицирует некоторые письма как спам.

Рассмотрим более подробно некоторые нейронные сети, предлагаемые на рынке, и их области применения [1-4]:

1) Intelligent Virtual Assistants (iva) Platform – платформа обработки естественного языка для создания мультифункциональных цифровых ассистентов и прочих решений для анализа текстовой и голосовой информации (область применения: цифровые ассистенты).

2) Smart Clinic Platform – единая цифровая среда, оптимизирующая процессы первичной обработки пациентов, записи ко врачу, скрининга и диагностики патологий, а также внутренние процессы клиники (ряд задач медицинской и промышленной диагностики).

3) DeepPavlov – набор нейросетевых моделей для анализа текста, компонентов диалоговых систем, библиотека для создания и тестирования диалоговых моделей, а также инструменты прикладной разработки и интеграции (цифровые ассистенты).

4) Smart City Platform – платформа управления инфраструктурой города, включая - дорожно-транспортные системы, ЖКХ и промышленность (управление инфраструктурой города).

5) Alphago – компьютерная программа, играющая в настольную игру Go, пытаясь сопоставить ходы опытных игроков из записанных исторических игр, используя базу данных, содержащую около 30 миллионов ходов (развитие искусственного интеллекта).

6) Artificial Business Intelligence Platform – мультифункциональная платформа предиктивной аналитики (прогноза) и обработки больших данных. Система способна обрабатывать большие данные, генерировать персонализированные бизнес-предложения, автоматизировать внутренние и внешние рабочие процессы, анализировать тренды, рынки и риски (прогнозирование экономики).

7) Prisma – мобильное приложение, позволяющее переносить художественный стиль на фотографии пользователей (редактирование фотографий).

8) EYE Platform — промышленная мультифункциональная платформа распознавания и обработки фото и видео изображений на базе технологий машинного зрения. ПО позволяет решать широкий спектр задач по контролю производственного процесса на промышленных, добывающих и обрабатывающих предприятиях с помощью применения алгоритмов компьютерного зрения ко входящему видеопотоку с использованием предобученных нейросетей и данных Заказчика, размеченных в интерфейсе приложения (ряд задач медицинской и промышленной диагностики).

9) Deep Blue — шахматный суперкомпьютер, машина может анализировать до двухсот миллионов позиций в секунду (развитие искусственного интеллекта).

Рассчитаем удельный вес по области применения ПО и представим его в виде диаграммы (рисунок 1). Полученная информация позволяет сделать вывод, что программное обеспечение в области прогнозирования экономики, редактирования фотографий и управления инфраструктурой города занимают по 11% рынка, развитие искусственного интеллекта и ряд задач медицинской и промышленной диагностики – по 22%, а цифровые ассистенты – 23%.



Рис. 1. Удельный вес по области применения ПО

По вышеизложенному можно сказать, что практически все ПО направлено на автоматизацию процессов, возможности настройки системы под конкретную задачу, визуализацию и интерпретацию полученных данных, повышение эффективности работы в различных сферах применения, а также на развитие искусственного интеллекта.

Под термином интеллектуальная система поддержки принятия решений понимают инструментарий выработки рекомендаций для лица, принимающего решение, на основе ранжирования конечного множества альтернатив (решений) или оптимизации их на бесконечном множестве, применяя методы искусственного интеллекта [4]. Возможно ли применение нейросетевых технологий в процессе принятия решений? Анализ литературных источников и полученные нами результаты исследования, позволяют сделать однозначный вывод: нейросетевые технологии за счет своей гибкости и универсальности могут быть адаптированы к потребностям принятия решений в различных отраслях народного хозяйства.

Заключение. Программное обеспечение, основанное на нейронных сетях, охватывает такие области: прогнозирование экономики, редактирование фотографий, ряд задач медицинской и промышленной

диагностики, управление инфраструктурой города, развитие искусственного интеллекта и цифровые ассистенты, а также имеет большой потенциал в применении в системах поддержки принятия решений.

Список литературы

1. Как работает нейронная сеть: разбираемся с основами. – URL: <https://blog.skillfactory.ru/kak-rabotaet-nejronnaya-set-razbiraemsya-s-osnovami/> (дата обращения: 25.09.2022).
2. Бурцев М. Искусственный интеллект: что могут нейронные сети и как они изменят нашу жизнь? – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3495930> (дата обращения: 25.09.2022).
3. Как работает нейронная сеть: разбираемся с основами. – URL: <https://blog.skillfactory.ru/kak-rabotaet-nejronnaya-set-razbiraemsya-s-osnovami/> (дата обращения: 25.09.2022).
4. Интеллектуальное ядро системы поддержки принятия решений / В.П. Осипов [и др.] // Препринты ИПМ им. М.В. Келдыша. – 2018. – № 205. – 23 с. – DOI:10.20948/prepr-2018-205.

УДК 339:004.5

МАРКЕТПЛЕЙС КАК ИННОВАЦИОННАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Филатова Е.М., Гридина В.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
elizaveta.filatova.02@bk.ru

Введение. Маркетплейс как инструмент электронной коммерции появился относительно недавно, но вызывает активный интерес у предпринимателей как площадка для стабильного роста и развития. Его бизнес-модель из-за роста популярности всё ещё находится в процессе формирования и на её изменение влияют многочисленные факторы. Согласно исследованиям Data Insight, в период с 2019 по 2024 годы среднегодовой темп роста российской торговли на маркетплейсах составит 33,2% (рис. 1) [1].

Маркетплейсы также позволяют предпринимателям охватить более широкую аудиторию потенциальных клиентов, чем они могли бы получить самостоятельно. Этот тип платформы становится все более популярным в последние годы благодаря росту экономики совместного использования и простоте онлайн-транзакций.

Основная часть. Маркетплейс представляет собой бизнес-модель, которая объединяет продавцов и покупателей. Они совершают сделки посредством онлайн-площадки, предлагающей широкий и разнообразный

ассортимент многочисленных товарных категорий (а также комплексы услуг), с момента оформления заказа до его получения. В качестве примеров наиболее популярных маркетплейсов на территории Российской Федерации можно назвать Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, Lamoda, Бери, СберМегамаркет. Среди популярных международных маркетплейсов: Amazon, Ebay, Etsy, Aliexpress, Asos и др. [2].

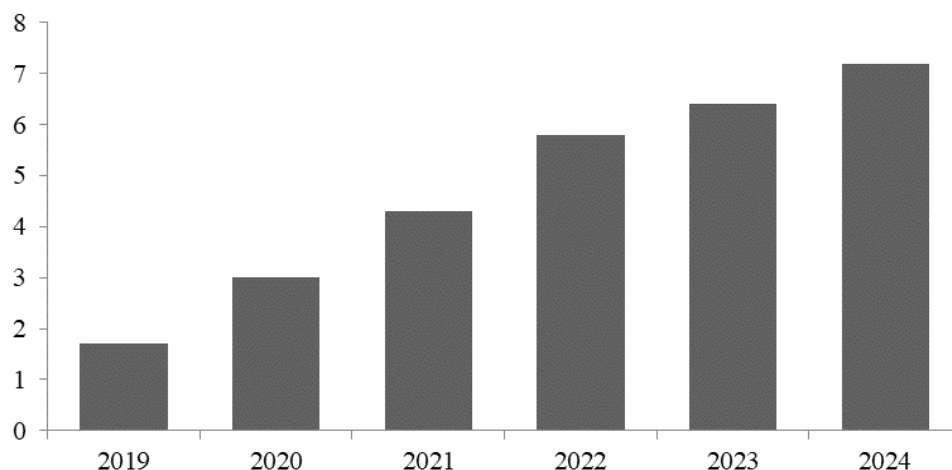


Рис. 1. Прогнозируемый объем продаж товаров через маркетплейсы в России, трлн.руб

Существует 3 базовые модели маркетплейсов: B2B (бизнес предоставляет товары и услуги для бизнеса), B2C (предприниматели предоставляют товары и услуги отдельным покупателям), C2C (частные лица продают товары и услуги другим частным лицам за деньги или по бартеру).

Маркетплейс обычно выступает посредником между поставщиком и клиентом и берет на себя обязательства по обслуживанию сайта и мобильного приложения магазина, инвестирует время и деньги в привлечение потенциальных клиентов, предлагает безопасный процесс покупок и оплаты, доставку и хранение товара у себя на складе, решает другие административные задачи. Базовая ИТ-инфраструктура маркетплейса представлена на рисунке 2.

Главным преимуществом маркетплейса, как бизнес-модели, является его общедоступность. Онлайн-площадкой могут воспользоваться как опытные, так и начинающие предприниматели, а её использование не требует особых навыков и умений. Также, маркетплейс значительно упрощает коммуникацию между продавцами и покупателями, предоставляя возможность разместить подробную информацию о товарах, услугах, их характеристиках и особенностях. Посредством маркетплейсов для продавцов даётся возможность получить весьма прогнозируемый и достаточно хорошо управляемый канал продаж. Таким образом, можно ликвидировать посредников, сократить расходы на содержание интернет-магазина, а также поставить лучшие цены для покупателей, чтобы более выгодно построить маржинальность бизнеса [3]. Маркетплейсы могут стать эффективными каналами продаж для небольших компаний и индивидуальных

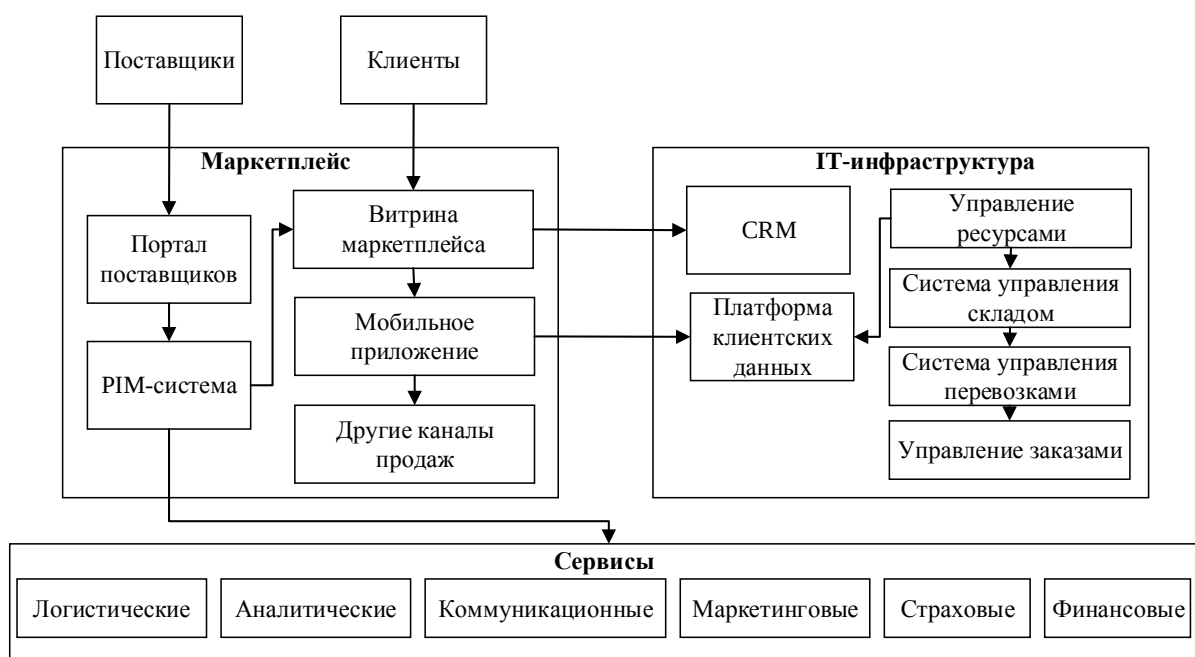


Рис. 2. Базовая IT-инфраструктура маркетплейса

предпринимателей, у которых нет возможности самостоятельно заниматься активным привлечением трафика в свой интернет-магазин, поддержанием его работоспособности, хранением товаров и логистикой.

Однако существует ряд недостатков ведения бизнеса по модели маркетплейс: наличие постоянного контроля над совершением сделок на платформе, вероятность потери покупателя, по причине установления между покупателем и продавцом прямых хозяйственных связей, высокий уровень конкуренции на онлайн-площадке, отсутствие возможности для продавца выстроить прочные отношения с клиентом и укрепить собственный бренд, возврат неликвидного товара [3].

Заключение. Маркетплейсы становятся доминирующей инновационной бизнес-моделью развития предпринимательства, так как они имеют огромное количество преимуществ и позволяют развивать онлайн-продажи с минимальным вложением ресурсов. В настоящее время данные платформы заняли более половины объема рынка, за счет предоставления пользователям необходимых удобств, а продавцам - возможности быстро развивать бизнес.

Список литературы

1. Маркетинговые исследования рынка «Маркетплейсы». – URL: <https://datainsight.ru/filter/marketpleysy> (дата обращения: 22.09.2022)
2. Маркетплейсы: что это, модели и особенности работы. – URL: <https://ru.ecomlife.pro/blog/osobennosti-raboty-marketplejsov> (дата обращения: 22.09.2022)
3. Куликова, О. М. Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли / О. М. Куликова, С. Д. Суворова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 6(48). – С. 50-55. – DOI 10.47581/2020/10.23.PS85/IE/5.48.008. – EDN ZLREFV.

К ВОПРОСУ О ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ченакал В.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
v.chenakal@donnu.ru

Введение. В последние десятилетия информационные технологии с каждым годом играют все большую и большую роль в жизни общества. На сегодняшний день ни одна крупная организация не может обойтись без применения информационных технологий. Развивающаяся цифровая экономика проникает во все сферы жизнедеятельности общества, что порождает потребность в системных технологических прорывах и освоении новых способов обработки информации. Процессы цифровизации оказывают значительное влияние и на сферу образования. К сожалению, на текущий момент далеко не все образовательные организации перестроились на новые подходы, наиболее эффективные для обучения студентов в таких условиях. Это обуславливает актуальность дальнейших исследований в данной области.

Цель данного исследования – изучение процессов трансформации информационно-учебной деятельности образовательной организации на основе архитектурного подхода.

Основная часть. Цифровая трансформация образования представляет собой обновление планируемых образовательных результатов, содержания образования, методов и организационных форм учебной работы, а также оценки достигнутых результатов в цифровой среде для улучшения образовательных результатов каждого учащегося[1]

Информационные технологии дают возможность существенно повысить эффективность деятельности образовательной организации, создают условия для совершенствования средств планирования и организации образовательного процесса и широкого использования активных методов обучения[1].

Однако на практике их внедрение зачастую носит хаотичный характер, не позволяющий в полной мере воспользоваться открывающимися возможностями. Цифровые технологии, платформенные решения, «оцифрованный» контент сами по себе не приводят к росту человеческого капитала[2].

В некоторых случаях поддержка и стимулирование внедрение информационных технологий в учебный процесс приводит к созданию малоэффективных электронных ресурсов, при этом образовательный результат студентов уходит на второй план, в системе диагностики знаний

делается упор на автоматизированное тестирование, а компетенции, которым можно эффективно обучить только при выполнении соответствующей деятельности, остаются сформированными в недостаточной мере[2]. Исследования показали, что подобное применение информационных технологий без надлежащей подготовки и организации может привести даже к снижению эффективности процесса обучения студентов [3].

Поэтому для наиболее эффективной реализации потенциала цифровых технологий необходима ясная и четкая постановка задачи разработки цифровых решений для образовательной организации в сочетании с адаптацией технологического потенциала к конкретным задачам, которые решают педагоги и учащиеся[1].

Для достижения цели высшего образования – подготовке специалистов, способных решать профессиональные задачи в быстро меняющихся условиях, необходимо рациональное применение цифровых технологий. Цифровая трансформация образования – это не только и не столько создание электронной инфраструктуры, оснащение аудиторий компьютерами, интерактивными досками или обеспечение цифровыми сервисами.

Крайне важно формирование и распространение новых моделей функционирования образовательной организации.

Эффективная цифровой трансформации требует достижения планируемых образовательных результатов каждым обучающимся, перехода к персонализации учебного процесса на основе использования цифровых технологий, и должна осуществляться на основе заранее принятие стратегических решений[1]. Цифровая трансформация должна базироваться на комплексном представлении о структуре и бизнес-процессах образовательной организации.

Информационные технологии применимы как в процессе обучения, так в вопросах обеспечения образовательной деятельности. Цифровая трансформация образования не ограничивается исключительно созданием электронной инфраструктуры.

Это процесс затрагивает все уровни образования. Его эффективная реализация неосуществима без активного участия педагогов, учащихся и работников управления. Его можно разделить на три составные части, которые тесно взаимосвязаны и должны происходить параллельно.

1) Развитие цифровой инфраструктуры образования.

2) Разработка и распространение новых моделей организации учебной работы.

3) Развитие цифровых учебно-методических материалов, инструментов и сервисов, включая цифровое оценивание [1].

Точные шаги, необходимые для эффективной цифровой трансформации зависят от потребностей конкретной организации и должны планироваться и осуществляться в соответствии с ее нуждами. Применение информационных технологий позволяет повысить эффективность как в подготовке, так и в осуществлении и контроле учебной деятельности.

В последние годы целесообразными в большинстве случаев представляются применение мультимедийных технологий и технологий дистанционного обучения, создание электронного документооборота с целью оптимизации подготовки учебной деятельности, а также применение ИТ для оптимизации процессов контроля и оценки качества учебной деятельности и фиксирования индивидуальных достижений обучающихся.

Эффективная цифровая трансформация должна базироваться на комплексном представлении о потребностях организации, для чего целесообразно применение архитектурного подхода.

На рисунке 1 представлена демонстрация процессов цифровой трансформации учебной деятельности образовательной организации, демонстрирующая последовательность выполнения шагов в каждом из протекающих процессов.

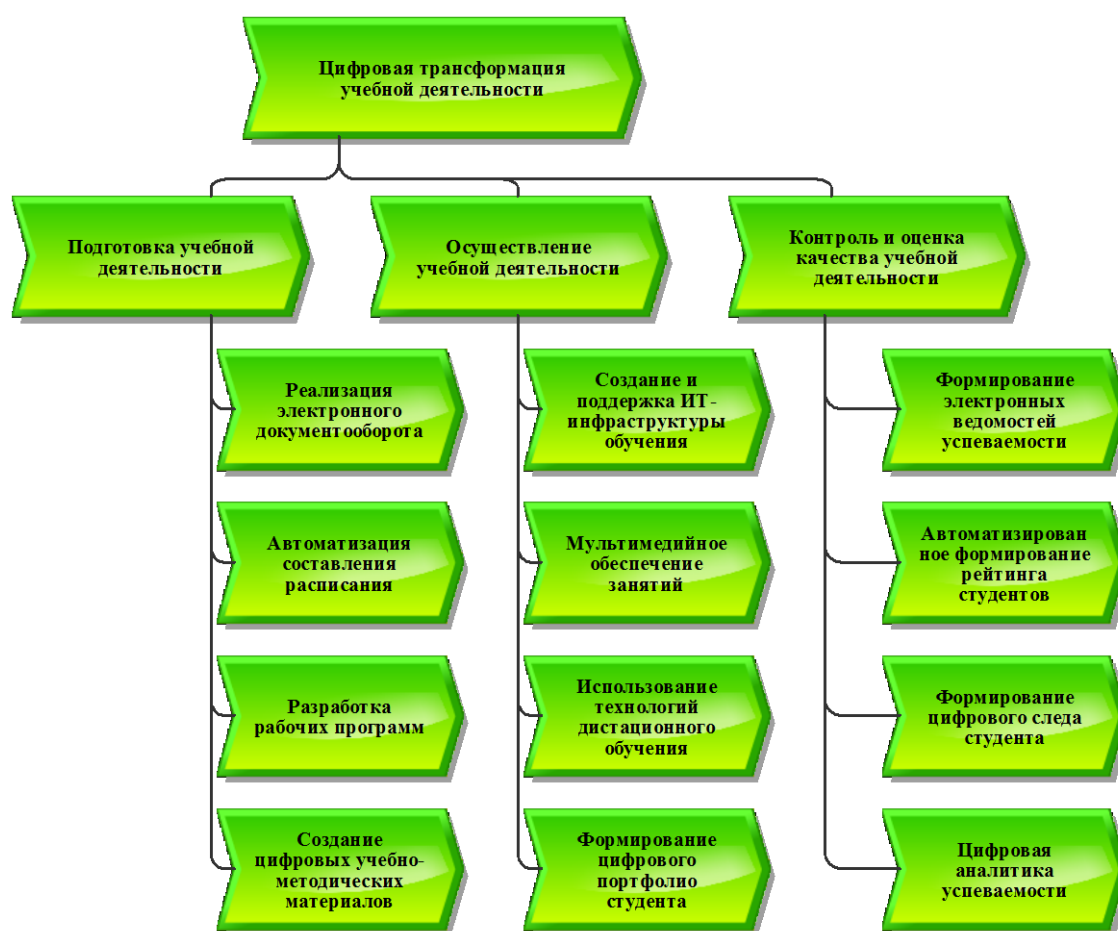


Рис. 1. Процессы цифровой трансформации учебной деятельности

Заключение. В рамках данной работы были изучены процессы трансформации информационно-учебной деятельности образовательной организации. Представленная концепция модели цифрового вуза позволяет повысить эффективность учебной деятельности и после доработки под нужды конкретной организации может лечь в основу при разработке

программы цифровой трансформации. В рамках дальнейших исследований планируется создание полной модели архитектуры университета.

Список литературы

1. Трудности и перспективы цифровой трансформации образования [Текст] / А. Ю. Уваров, Э. Гейбл, И. В. Дворецкая и др.; под ред. А. Ю. Уварова, И. Д. Фрумина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Ин-т образования. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 343 с.
2. Крутова И.А. Цифровая трансформация университета: риски и перспективы // И.А. Крутова, О.В. Крутова. - Современные наукоемкие технологии. – 2021. – № 2. – С. 170-174.
3. Смирнов С.А., Исаев Д.А. Активизация и оптимизация методической подготовки будущих учителей физики с применением электронного обучения // Наука и школа. – 2015. – № 5. – С. 54–59.

УДК 615.849

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОЦЕССОВ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕГИОНА

Шаталова Т.С., канд. техн. наук, доц., *Бирюшов М.М.*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ

t.shatalova@donnu.ru

Введение. Управление любой экономической системой, особенно в современных условиях, когда повышается роль информации во всех сферах общественной жизни, невозможно без поддержки современных компьютерных технологий, облегчающих принятие решений на основе сбора, поиска, обработки, накопления, хранения, распространения и использования большого массива информации.

Донецкая Народная Республика (ДНР) на сегодняшний день движется в направлении развития информационного общества, распространения использования информационных технологий в жизнедеятельности населения, государственного и предпринимательского сектора. Однако, уровень цифровизации ДНР, в частности в сфере управления ресурсным обеспечением, все же остается достаточно низким, а темпы ее развития замедленными, что отражается на эффективности деятельности предприятий.

Основная часть. Для целей управления ресурсным обеспечением региона был создан Центр экономического взаимодействия республик. Именно ООО «ЦЭВР», при поддержке Интеграционного комитета «Россия – Донбасс», дает основу для всестороннего развития предприятиям ЛНР и

ДНР, путем их сотрудничества с предприятиями Крыма и РФ. В это же время предприятия РФ получают экономическую выгоду в связи с уникальностью добычи сырья и производимой продукции.

По результатам причинно-следственного анализа определены группы внешних и внутренних факторов и их составляющие, влияющие на эффективность работы исследуемого объекта. Исходя из диаграммы причинно-следственных связей, для повышения эффективности деятельности предприятия необходимо устранить имеющиеся «узкие места», требуется тщательная работа с внутренними проблемами, важнейшей из которых является повышение уровня информационно-аналитической поддержки работы Центра на основе использования современных подходов, методов и моделей.

Целью исследования является разработка информационно-аналитической поддержки процессов ресурсного обеспечения региона на основе процессного и архитектурного подходов для повышения эффективности деятельности предприятия.

Информационно-аналитическая поддержка — это распределенная информационно-управленческая система, обеспечивающая сбор, обработку и представление информации, предназначенной для достоверного информационно-аналитического обеспечения принятия управленческих решений [1]. Информационно-аналитическая поддержка региона основывается на анализе предметных областей регионального управления и выделения приоритетных программно-целевых установок.

В современных социально-экономических и нормативно-правовых условиях, когда ДНР предоставлена самостоятельность в принятии решений, важным становится рассмотрение вопросов эффективного использования совокупного ресурсного потенциала региона. Исследование региональных процессов основывается на изучении материальных (непосредственно материальное производство), финансовых (инвестиции), экономических (цены, налоги) условий, а также учитывает связи с другими региональными подсистемами (население, политика, окружающая среда). Обобщённая модель региональных процессов представляет собой комплекс взаимосвязанных моделей с развитыми динамическими и информационными связями. Процесс управления регионом корректно рассматривать как сочетание трех режимов принятия решений, стратегического, оперативного, чрезвычайного. [2]. Для того, чтобы глубоко и всесторонне понять процессы предприятия, была построена контекстная диаграмма, обеспечивающая наглядность и полноту визуализации процесса для получения возможности улучшения его эффективности. Первый уровень декомпозиции модели процесса управления деятельностью ООО «Центр экономического взаимодействия республик», показывает, что бизнес-процесс предприятия состоит из нескольких подпроцессов, отраженных на рис.1.

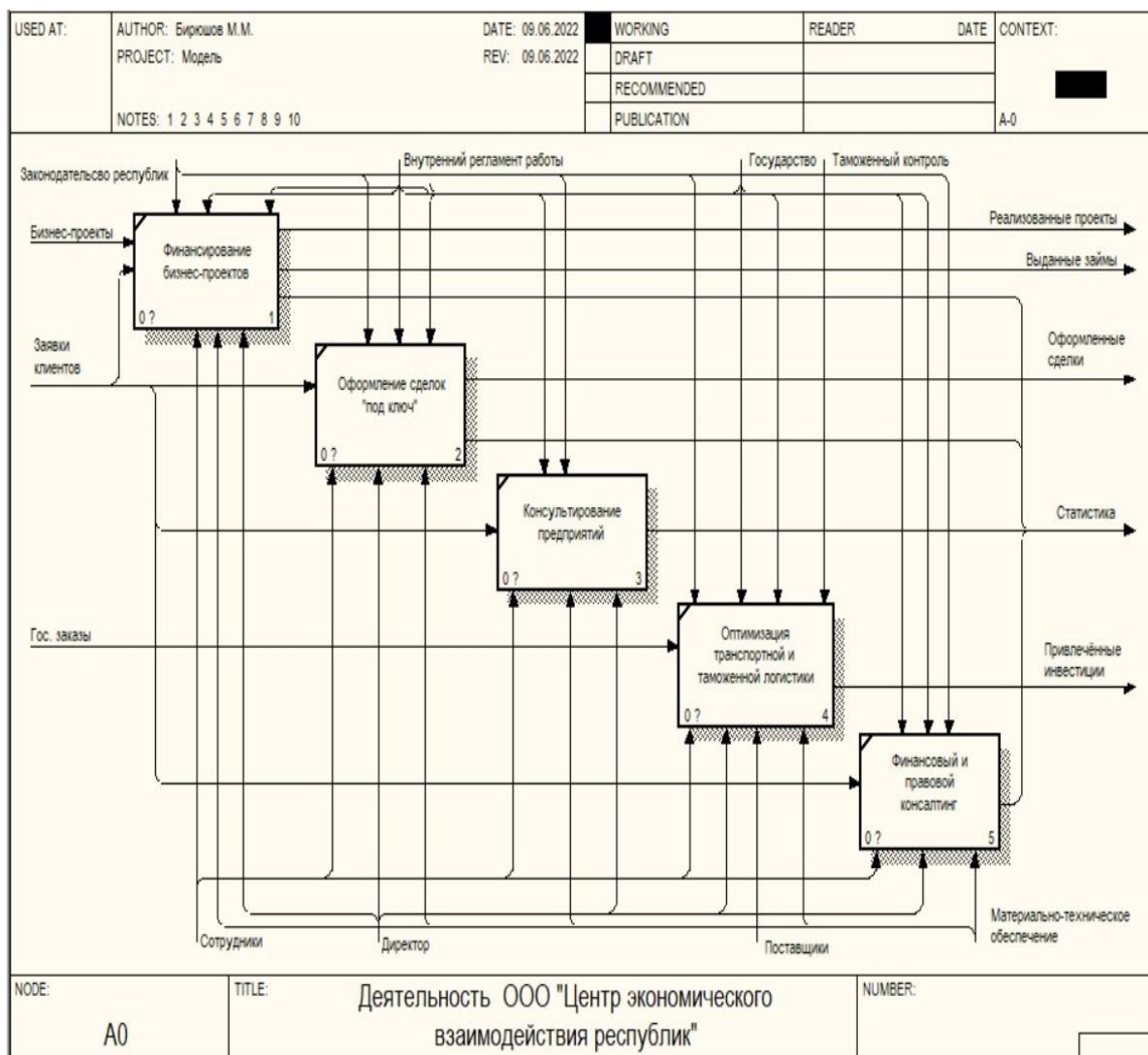


Рис. 1. Диаграмма декомпозиции процесса управления деятельностью исследуемого объекта в нотации IDEF0

Для совершенствования процесса деятельности предложен ряд механизмов и структур (организационно-экономический механизм, который позволяет регламентировать последовательность задач применения информационно-аналитической поддержки ресурсного обеспечения региона до обоснования целей и необходимости внедрения современной ИС в процесс работы предприятия и моделирования процесса её внедрения; архитектура системы мониторинга данных для целей управления ресурсным обеспечением). Также был добавлен новый управляющий поток «Режим повышенной готовности» с целью учета всех рисков, связанных с этим потоком.

Система мониторинга данных для целей управления ресурсным обеспечением региона включает такие основные элементы, как функциональные блоки, источники данных, пользователи информации. Разработанная архитектура представляет собой общую концепцию,

которая определяет модель, структуру, выполняемые функции и взаимосвязь компонентов информационной системы.

Заключение. Внедрение данной системы позволит обеспечить множество положительных эффектов, главным из которых является своевременное выявление лимитирующих ресурсов, что будет способствовать своевременной и грамотной выработке управленческих решений по достижению полного ресурсного обеспечения региона и, как следствие, сбалансированной и бесперебойной жизнедеятельности территориального образования.

Список литературы

1. Пьянков О.В. Информационно-аналитическая система: назначение, роль, свойства [Электронный ресурс] / О.В. Пьянков // Информационная безопасность регионов. – 2014. – №1 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-analiticheskaya-sistema-naznachenie-rol-svoystva> (дата обращения: 22.09.2022).
2. Информационно-аналитическая система как инструмент проведения экономического анализа. – URL: http://www.e-biblio.ru/book/bib/01_informatika/inform_analit_systemy/posob/332.2.3.html (дата обращения: 22.09.2022).

УДК 331.5

ВЛИЯНИЕ РОБОТИЗАЦИИ НА РЫНОК ТРУДА

Швадропова М.Д.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
masha.shvadronova@mail.ru

Введение. Человечество на протяжении всей своей деятельности стремится облегчить свой труд. Результатами данных целей стали три промышленные революции, позволившие человеку механизировать процесс производства. На данный момент мир находится на грани четвертой промышленной революции.

Современный рынок труда характеризуется возрастающей тенденцией к преимущественной замене использования человеческих ресурсов на рабочих местах в промышленности автоматизированным и роботизированным трудом. Основная причина — это заинтересованность бизнеса в получении максимальной прибыли за счет сокращения затрат, обеспечиваемого роботами [3].

Цель данного доклада – проанализировать проблемы и перспективы развития рынка труда, вызванные стремительным внедрением роботизации.

Основная часть. Роботизация – это вытеснение людей из производственного процесса с заменой их на автоматизированные и

роботизированные станки и производственные линии, в связи с чем высвобождаются ресурсы для развития сферы услуг.

Проблема роботизации актуальна не первый год. Большее значение она обрела в 2017 году, когда стала повесткой Всемирного экономического форума в Давосе (Швейцария). В докладе было сказано, что в ближайшие несколько лет роботы заменят 75 млн рабочих мест, но в то же время создадут 133 млн новых. Согласно прогнозу Международной организации труда, в отношении государств АСЕАН до 2035 г., около 56% всех работников в Камбодже, Индонезии, Филиппинах, Таиланде и Вьетнаме вытеснят технологии. К примеру, из-за технологий сканирования тела и трехмерной печати существует риск утраты рабочих мест для 88% работников в текстильной, швейной и обувной промышленности развивающихся стран.

Объем применения робототехники на предприятиях увеличивается с каждым годом. Так с 2013 по 2021 год количество устанавливаемых промышленных роботов в мире выросло более чем в 3 раза.

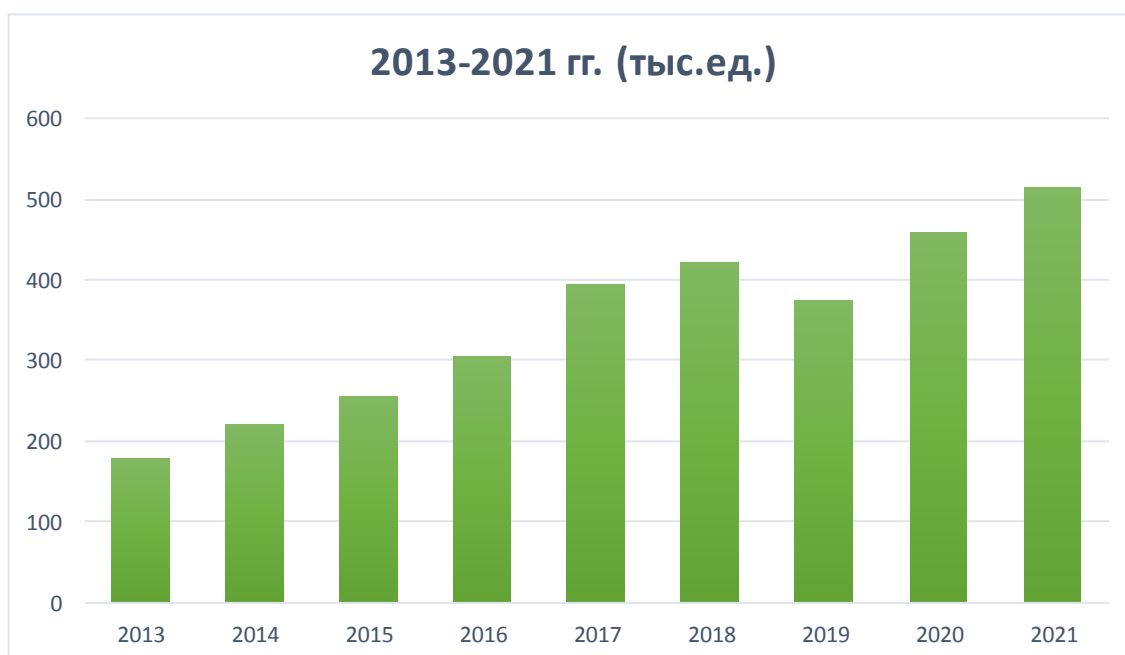


Рис. 1. Количество устанавливаемых промышленных роботов в мире [2]

На данный момент основной темой дискуссии ученых является вопрос о том, какие именно профессии могут стать недоступны людям из-за развивающейся роботизации.

Представленные прогнозы в исследованиях консалтинговой группы McKinsey свидетельствуют о том, что к 2036 году может быть автоматизировано от 2 до 50% работы, выраженной в человеко-часах, а к 2066 году эта доля может достичь от 46 до 99%. По мнению экспертов, под

угрозой вымирания сегодня находится почти любая профессия, которая связана с повторяемым алгоритмом действий.

Ученые Института развития интернета (ИРИ) анонсировали список профессий, которые находятся под угрозой исчезновения из-за появления новых технологий: водители, контроллеры, рабочие конвейеров, охранники, кассиры, переводчики, финансовые работники, операторы call-центров, почтальоны, курьеры и т. д. И это не перспектива далекого будущего: большинство из этих профессий активно осваиваются роботами. [1]

Так, Amazon уже запустил магазин без кассиров в 2018 году. В 2021 году количество таких торговых точек увеличилось до 3 тысяч. Для того чтобы совершить покупку в таком магазине, достаточно просканировать личный QR-код в приложении Amazon Go на своем смартфоне. Оплата товаров пройдет автоматически, при этом вернуть деньги за испортившийся продукт можно практически мгновенно, без разбирательств с охраной и кассирами. Плюсы подобной технологии налицо – отсутствие очередей, экономия времени и сокращение затрат на трудовые силы.

При этом на данный момент не представляется возможным определить те профессии, которые не будут заменены роботами. Из-за постоянной цифровизации и развития робототехники профессии, которые ранее «принадлежали» только людям, активно внедряют роботов в свою деятельность. В первую очередь это касается медицины. Ярким примером является алгоритм Watson, который в 90% случаев ставит правильный диагноз онкологическим больным на ранних стадиях. Уровень точных диагнозов врачей в этой сфере не смог преодолеть отметку в 50%. Это может привести к сокращению количества врачей-диагностов в онкологических отделениях и не только.

Заключение. Таким образом, можно с уверенностью сказать, что в ближайшем будущем активная роботизация на рынке труда неизбежна. Вместе с тем характер последствий разворачивающихся процессов для работников, корпораций, государств и глобальной экономики в целом будет зависеть от того, по какому сценарию будут развиваться события. Значительная роль в регулировании вектора движения и характера влияния роботизации на национальный рынок труда принадлежит государству и его инициативам в части переобучения и переподготовки, адаптации кадров к меняющимся условиям. Комплексный подход в этом вопросе способен обеспечить наиболее гармоничный сценарий развития для всего мирового сообщества в целом в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Количество промышленных роботов в мире [Электронный ресурс]. – URL: <https://ifr.org> (дата обращения: 27.09.2022)
2. Какие профессии исчезнут с рынка [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/11/22/12826268.shtml?updated> (дата обращения: 27.09.2022)

3. Шутов, А. Н. Роботизация в современном мире / А. Н. Шутов // Фундаментальные основы инновационного развития науки и образования : VI Международная научно-практическая конференция. МЦНС «Наука и просвещение». – М., 2019. – С. 107–109. – ISBN 978-5-00159-212-9

УДК 330.101

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ

Швайка О.И., канд. экон. наук, доц.

ЧОУ ВО «Московский Университет имени С.Ю. Витте», г. Рязань, РФ
semer-ka@yandex.ru

Введение. В современной трактовке организационные инновации направлены на улучшение деятельности организаций за счет сокращения транзакционных и административных издержек, усовершенствование процесса организации рабочих мест, рационализацию рабочего времени и тем самым стимулирование роста производительности труда, внедрение систем, которые значительно повышают уровень управления в организации.

Цель исследования – выявление роли организационных инноваций в повышении эффективности процесса управления инновационным развитием организации.

Основная часть. В современной российской экономике все чаще делается акцент на инновационную деятельность, которая позволяет организациям добиться желаемого и устойчивого экономического роста и повышения уровня конкурентоспособности на рынке. Под организационными инновациями понимают реализацию инновационных методов по ведению и управлению бизнесом, организации рабочих мест и внешних связей хозяйствующих субъектов. Их внедрение обеспечивает значительный рост эффективности осуществления деятельности организации в целом [1].

Главная цель, которую преследуют менеджеры, внедряя организационные инновации, – обеспечение эффективной системы управления, которая реализует условия необходимые для развития и осуществления инновационной деятельности.

Организационные инновации существенно отличаются от технологических и продуктовых, и обладают определенными свойствами и особенностями, которые необходимо учитывать менеджеру при внедрении в организацию.

Рассмотрим главные особенности организационных инноваций:

- отсутствие возможности объективной оценки от их внедрения;
- отсутствие потребности в существенных затратах на их разработку и последующую реализацию;
- получение значительно быстрого эффекта от внедрения организационных инноваций, чем от технологических и продуктовых;
- результат внедрения организационных инноваций в большей мере зависит от управленческих способностей организовывать и отслеживать процесс разработки, внедрения и контроля;
- позволяют персоналу своевременно выявлять проблемы в текущей деятельности;
- организационные инновации выступают в качестве резерва повышения эффективности технологических инноваций, синтезируя роль в общем процессе инновационного развития организации [2].

Новые методики ведения бизнеса часто становятся организационной инновацией. Рассмотрим наиболее актуальные подходы, совершенствующие процесс управления организацией [3]. Теория «открытой инновации» – это инструмент формирования ценностей организации и ее ресурсов с помощью синергетического эффекта от вкладов участников инновационной экосистемы и их взаимодействия в ходе осуществления инновационных проектов.

«Открытая инновация» - это процесс обмена имеющимися знаниями со всеми участниками вне организационного поля на протяжении всего инновационного процесса. В процессе реализации инновационного процесса на базе концепции открытых инноваций рассматриваются следующие типы взаимодействия:

1) Инновационные сети – это взаимодействие участников, которые способны сформировать идеи или решения, благоприятствующие инновациям. Каждый участник обладает компетенциями в распределении и использовании технических, экономических и финансовых ресурсов. Взаимодействие между участниками осуществляется с помощью обмена необходимыми информацией и ресурсами.

2) Посредничество – взаимодействие с посредником в целях нахождения компетентных и грамотных экспертов в области инноваций.

3) Совместные инновации – форма взаимодействия с организациями партнерами для совместного решения о запуске и/или реализации одного или нескольких инновационных проектов (например, проекты соразвития).

4) Поиск ноу-хау – способ взаимодействия с внешними участниками в целях получения и применения знаний, ноу-хау в инновационном процессе организации (например, создание технологических платформ).

5) Функционально-стоимостной анализ (ФСА) – эффективный системный инструмент оценки процессов и их функций. ФСА осуществляет основные инновационные изменения в сфере организационных процессов [4].

6) Функция качества (QFD) является систематическим подходом к интерпретации требований и ожиданий клиента и реализует перевод этих требований в технические характеристики производимой продукции.

7) Бенчмаркинг – систематический, непрерывный и аналитический процесс оценки деятельности организации с целью установления собственных приоритетов, целей и задач. Для грамотного выбора объекта усовершенствования организация обязана рационально оценить свое текущее положение на рынке, сильные и слабые стороны основных конкурентов. Бенчмаркинг официально доказал свою эффективность как в производственной, так и в непроизводственной сферах деятельности.

8) Метод «шесть сигм» – концепция управления, которая нацелена на усовершенствование процесса производства с помощью поиска и исключения причин ошибок или дефектов в бизнес-процессах с применением управленческого цикла под названием DMAIC.

9) Реинжиниринг бизнес-процессов – это инструмент по усовершенствованию, рационализации действующих бизнес-процессов с целью улучшения ключевых показателей деятельности организации.

10) Использование бережливого производства устраняет потери касательно перепроизводства, излишних запасов комплектующих, дефектной продукции, дополнительной обработки или перемещения, ожидания ресурсов, неполного использования человеческих способностей и опыта, потерь при транспортировке.

Заключение. Таким образом, в настоящее время именно организационным инновациям принадлежит главенствующая роль в повышении эффективности процесса управления инновационным развитием организации. Именно организационные инновации позволяют улучшить качество продукции, избавить от лишних расходов, уменьшить время на производство продукта и свести к минимуму риски.

Список литературы

1. Майорова, Д. А. Проблемы инновационного развития России в современных условиях / Д. А. Майорова // Инициативы молодых - науке и производству : Сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции для молодых ученых и студентов, Пенза, 20–21 июня 2022 года / Под научной редакцией О.Н. Кухарева, А.В. Носова. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2022. – С. 125-129. – EDN CQAVKR.
2. Соломонов, А. П. Проблемы выбора и обоснования процедур преобразований на основе процессного представления предприятия / А. П. Соломонов, О. И. Швайка // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11. – № 5. – С. 46. – EDN PISBMR.
3. Швайка, О. И. Совершенствование форм и методов организации производства на предприятии / О. И. Швайка, Н. В. Митрошева // Современные технологии в науке и образовании - СТНО-2020 : Сборник трудов III Международного научно-технического форума: в 10 т., Рязань, 04–06 марта 2020 года. – Рязань: Рязанский государственный радиотехнический университет, Издательство«BookJet», 2020. – С. 27-33. – EDN QBIKMA.

4. Федиова, Е. В. Цифровизация экономики в российских компаниях / Е. В. Федиова, О. И. Швайка // Цифровизация экономики и общества: проблемы, перспективы, безопасность: Материалы международной научно-практической конференции. В 2-х т., Донецк, 29 марта 2019 года / Отв. ред.: И.П. Подмаркова. – Донецк: Цифровая типография, 2019. – С. 281-284. – EDN OMCROB.

УДК 330.101

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

Шулепина Т.И., канд. экон. наук, доц.,

Швайка О.И., канд. экон. наук, доц.

ЧОУ ВО «Московский Университет имени С.Ю. Витте», г. Рязань, РФ
semer-ka@yandex.ru

Введение. Успешное экономическое развитие всех стран в первую очередь основано на процессном подходе к разработке и реализации инноваций.

Чем быстрее инновации проникают во все сферы деятельности как организаций и предприятий, так и человека, тем более устойчивым в общемировом пространстве становится положение того или иного государства. Наша страна не является исключением.

Поэтому с целью обеспечения лидирующего положения на рынке и возможности непрерывного развития, особое внимание необходимо уделять инновационному пути развития экономики страны, а, значит, и количеству инновационных разработок и скорости их диффузии в различные сферы и отрасли народного хозяйства [1].

Цель исследования – оценка современного состояния инновационного развития организаций в сфере услуг.

Основная часть. В условиях зарубежных санкций и начавшейся политики импортозамещения в России проблема инновационного развития является особенно актуальной.

Темпы наращивания продукции по программе импортозамещения напрямую зависят от новых разработок и их внедрения в повсеместную деятельность организаций и предприятий.

Именно данный фактор напрямую влияет как на уровень инновационной деятельности страны, так и на реализацию поставленных перед государством стратегических целей, к приоритетным из которых можно отнести следующие: обеспечение национальной безопасности, всеобщая цифровизация и т.п.

При этом инновационная активность является главным элементом, точнее, основой эффективного функционирования и конкурентоспособности организаций и страны в целом.

Для оценки современного состояния инновационного развития организаций сферы услуг рассмотрим их основные показатели в таблице 1.

Таблица 1

Доля организаций в сфере услуг в общем числе организаций, реализующих организационные изменения, %

Внедряемое инновационное организационное изменение	2017	2018	2019	2020	2021	Среднее значение
1	2	3	4	5	6	7
Управление с помощью информационных технологий	66,6	64,2	63,7	63,3	64,4	64,44
Модифицированные организационные структуры	62,2	57,5	56,6	56,5	56,2	57,8
Вариативный сменный режим рабочего времени	14,7	16,6	11,8	13,7	19,3	15,22
Контроль качества, сертификация продукции	53,0	49,7	50,9	52,3	50,3	51,24
Логистические методы	24,1	21,5	21,6	24,3	30,2	24,34
Организация департаментов по проведению НИР и внедрению результатов НИОКР	25,0	22,0	23,9	19,6	17,6	21,62
Внедрение интеграции и кооперации	25,7	25,4	29,3	28,2	30,8	27,88
Делегирование управления бизнес-процессами на аутсорсинг	32,0	31,9	28,6	27,9	26,9	29,46
Новые методы мотивации труда	–	29,5	28,8	32,9	34,6	30,4
Прочие	10,1	11,8	9,8	8,1	9,7	9,9

Составлено автором самостоятельно по данным Росстата

В сфере услуг среди наиболее внедряемых организационных инноваций в среднем за анализируемый период отметим:

- управление с помощью информационных технологий (64,44 %);
- модифицированные организационные структуры (57,8 %);
- контроль качества, сертификация продукции (51,24 %).

Менее внедряемыми инновациями оказались:

- создание департаментов по проведению НИР и разработок научно-технических достижений (в среднем за анализируемый период – 21,62 %);
- вариативный сменный режим рабочего времени (в среднем за анализируемый период составили 15,22 %).

Эффект от внедрения организационных инноваций в сфере промышленности и сфере услуг не носит одинаковый характер, у каждой области свои особенности, однако, организационные инновации наиболее пользуются популярностью в сфере услуг, чем в промышленности, для которых наиболее эффективно внедрение технологических инноваций [2].

Отметим, что организационные инновации в сфере услуг значительно преобладают над инновациями в промышленном производстве, это может быть связано, с тем что, в промышленности наиболее целесообразны технологические инновации (машины, оборудование, основные средства).

Затраты на внедрение организационных инноваций в практике российских компаний оценивается по-разному. Согласно статистическим данным, в структуре затрат на инновации «физического» сектора экономики значительно преобладают процессные инновации, а в «цифровом» секторе – продуктовые инновации, также можно сделать вывод, что доля организационных и маркетинговых инноваций низка. Недооценивание организационных инноваций менеджерами основательно подтверждается контекстным анализом. Аналитическая система Яндекс выдает следующее: управленческие инновации – 16 млн., технологические – 23 млн., маркетинговые инновации – 0,64 млн., организационные – 1 млн. [3]

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод о том, что управление инновационным развитием организаций – это многогранный и сложный процесс, зависящий как от уровня управления, так и от субъекта, его осуществляющего.

При этом особая роль в инновационном развитии всех отраслей должна отводиться не только самим организациям, входящим в их состав, но и инновационной политике государства, являющегося главным регулятором в современном мире [4].

Список литературы

1. Швайка, О. И. Возможности применения математических методов в прогнозировании финансовых результатов деятельности предприятий / О. И. Швайка // IV Международный пенитенциарный форум "Преступление, наказание, исправление": Сборник тезисов выступлений и докладов участников, к 140-летию уголовно-исполнительной системы России и 85-летию Академии ФСИН России, в 10-ти томах, Рязань, 20–22 ноября 2019 года. – Рязань: Академия ФСИН России, 2019. – С. 269-274. – EDN TAATJL.
2. Соломонов, А. П. Проблемы выбора и обоснования процедур преобразований на основе процессного представления предприятия / А. П. Соломонов, О. И. Швайка // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11. – № 5. – С. 46. – EDN PISBMR.
3. Швайка, О. И. Человек в информационном обществе: проблема или достижение? / О. И. Швайка, В. О. Алипова // Актуальные проблемы науки и практики XXI века : материалы Всероссийской научно-практической конференции, Рязань, 05 декабря 2016 года / Рязанский филиал НОУ ВО «Московская академия экономики и права». – Рязань: Общество с ограниченной ответственностью "Бук", 2016. – С. 85-87. – EDN SQGJYD.
4. Федиова, Е. В. Цифровизация экономики в российских компаниях / Е. В. Федиова, О. И. Швайка // Цифровизация экономики и общества: проблемы, перспективы, безопасность: Материалы международной научно-практической конференции. В 2-х т., Донецк, 29 марта 2019 года / Отв. ред.: И.П. Подмаркова. – Донецк: Цифровая типография, 2019. – С. 281-284. – EDN OMCROB.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ОПТИМИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Щукина А.А., Гридина В.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, РФ
alionschuk@yandex.ru

Введение. В условиях нестабильной экономической среды увеличение эффективности деятельности торговых предприятий является приоритетным направлением, так как сфера торговли в Донецкой Народной Республике является одной из динамично развивающихся: открываются новые магазины и торговые сети, улучшается качество предоставляемых услуг. В 2020 г. торговую деятельность осуществляли 38 торговых сетей, включающие 454 торговых объекта, в том числе 8 крупных торговых сетей, включающих 218 торговых объекта [1]. В связи с этим, оптимизация логистических бизнес-процессов является одним из важнейших инструментов, позволяющих самостоятельно обеспечить торговому предприятию реальный, ощутимый рост эффективности логистической деятельности, благодаря кардинальным изменениям на предприятии, а также благодаря активному внедрению современных ИТ-технологий, новых методов управления, развития маркетинга.

Основная часть. Оптимизация логистических бизнес-процессов торгового предприятия представляет собой процедуру поиска, оценки, выбора, проектирования и внедрения улучшений в логистических подсистемах (закупки, транспорт, и т.д.) с учетом выбранного критерия (затраты, время и т.д.), согласно стратегии логистики предприятия [2].

Внедрение современных информационных технологий для оптимизации логистических бизнес-процессов позволяет автоматизировать рутинные операции до 80%, снизить затраты предприятия, ускорить обработку заявок от клиентов и обеспечить рост прибыли. Таким образом, предлагается организационно-экономический механизм оптимизации логистических бизнес-процессов торгового предприятия, позволяющий упростить мониторинг и организацию данных бизнес-процессов за счет внедрения специализированного приложения. Предлагаемый механизм (рис. 1) реализуется в 4 этапа: анализ существующих логистических бизнес-процессов, разработка и подготовка к внедрению приложения для оптимизации логистических бизнес-процессов, внедрение приложения для оптимизации логистических бизнес-процессов в эксплуатацию, а также оценка эффективности внедрения приложения.

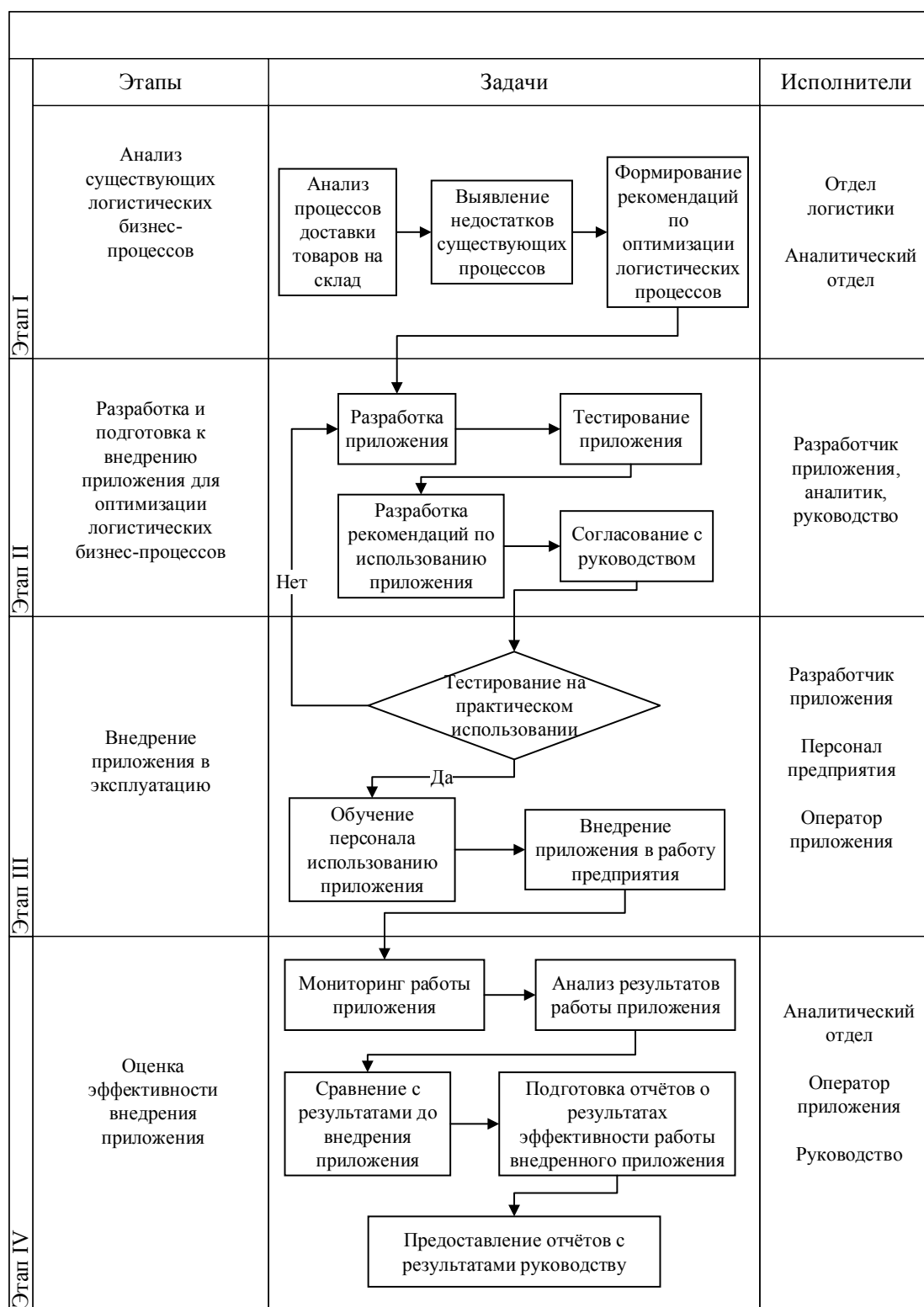


Рис. 1. Организационно-экономический механизм оптимизации логистических бизнес-процессов торгового предприятия

1. *Анализ существующих логистических бизнес-процессов.* На данном этапе осуществляется анализ существующих логистических бизнес-процессов и выявление их недостатков. Далее на основе результатов анализа формируются рекомендации по оптимизации

существующих логистических бизнес-процессов. Исполнителями на данном этапе являются отдел логистики и аналитический отдел.

2. *Разработка и подготовка к внедрению приложения для оптимизации логистических бизнес-процессов.* В рамках данного этапа на основании сформированных рекомендаций по оптимизации существующих логистических бизнес-процессов осуществляется разработка и тестирование приложения, разработка рекомендаций по его использованию, а также согласование проделанной работы с руководством предприятия. Исполнителями на данном этапе являются аналитик, разработчик приложения и руководство.

3. *Внедрение приложения в эксплуатацию.* На данном этапе осуществляется тестирование разработанного приложения на практическом использовании. При обнаружении недостатков в результате тестирования осуществляется доработка приложения, в случае положительных результатов - проводится обучение персонала по использованию приложения и внедрение его в работу предприятия. Исполнителями на данном этапе являются разработчик приложения, персонал предприятия и оператор приложения.

4. *Оценка эффективности внедрения приложения.* В рамках заключительного этапа осуществляется мониторинг и анализ работы приложения, сравнение полученных результатов с результатами оценки логистических бизнес-процессов до внедрения приложения, подготовка отчета о результатах эффективности работы приложения, а также его предоставление руководству предприятия. Исполнителями на данном этапе являются аналитический отдел, оператор приложения и руководство.

Заключение. Таким образом, оптимизация логистических бизнес-процессов за счет внедрения специализированного приложения позволит осуществлять более тщательный мониторинг и контроль всех логистических бизнес-процессов, увеличить скорость обработки заявок, улучшить коммуникацию внутри предприятия, снизить влияние человеческого фактора, повысить качество клиентского сервиса, что обеспечит снижение затрат и повышение эффективности деятельности торгового предприятия.

Список литературы

1. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения : Научный доклад / Под научной редакцией А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной. – Донецк : Институт экономических исследований, 2021. – 360 с. – EDN IQEENI.
2. Головина, Е. Н. Особенности оптимизации логистических процессов торговых предприятий в постпандемический период / Е. Н. Головина, Е. Н. Степанова // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2021. – № 2(106). – С. 23-27. – DOI 10.38161/2618-9526-2021-2-23-27. – EDN ZWVZVW.

СОДЕРЖАНИЕ

Маркетинг и логистика

<i>Бауэр А.В.</i> Информационные технологии как приоритетное направление развития железнодорожного транспорта	5
<i>Белоусов А.В., Паршин Н.М.</i> Развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства в Воронежской области	8
<i>Беспятая М.Н.</i> Этические последствия применения нейромаркетинга	12
<i>Божко Е.В.</i> Информационная безопасность мирового сообщества	15
<i>Гасило Е.А.</i> Показатели оценки социальной ответственности маркетинга предприятия	19
<i>Германчук А.Н.</i> Цифровые инновации в ритейле	22
<i>Дайнеко В. Г., Дайнеко Е.Ю.</i> Инновационные технологии коммуникаций в маркетинге	25
<i>Дудник В.В.</i> Нейромаркетинг как инструмент эмоциональной связи между предприятиями и аудиториями социальных сетей	28
<i>Дудник В.В., Игнатьева Я.А.</i> Использование технологии eye-tracking в исследованиях нейромаркетинга	31
<i>Зелинская М.В., Мхладжян Л.Д.</i> К вопросу о функциях маркетинговой логистики	34
<i>Ибрагимхалилова Т.В.</i> Лендинг – эффективный маркетинговый инструмент популяризации и продажи продуктов	37
<i>Ибрагимхалилова Т.В., Гвоздик А.А.</i> Сервисное сопровождение как звено производственной цепочки полного цикла	40
<i>Ибрагимхалилова Т.В., Леонова Д.А.</i> Инструменты повышения эффективности лидогенерации веб-сайта	43
<i>Иншаков А.А.</i> Структура веб-сайта организации (на примере потребительского кооператива)	46
<i>Кужелева А.А., Рамирес-Сташко Т.Ф.</i> Формирование ассортиментной политики предприятия: маркетинговый инструментарий	49
<i>Молохова Я.О.</i> Диагностика стратегического управления маркетингом на предприятии ООО «Потенциал»	53
<i>Петенко И.В., Корнилов Н.А., Петенко А.В.</i> Реализация маркетинга персонала на современном предприятии	56
<i>Петенко И.В., Парапанов Н.С., Белявцев Ю.М.</i> Маркетинговый механизм управления экологическими рисками	60
<i>Савина О.В., Байдова Н.В., Савина А.М.</i> Экспертиза качества томатного сока, представленного на потребительском рынке города Рязани	63
<i>Сироткин А.А., Клешина Л.А.</i> Повышение прозрачности учета товаров на складе	66
<i>Слепова А.А., Барабан В.А.</i> Психологические аспекты маркетинговой коммуникации	69
<i>Чиждова Н.Е.</i> Особенности таргетированной рекламы как инструмента современного интернет-маркетинга	72
<i>Чиждова Н.Е., Орехов К.В.</i> Роль брендинга в электронной коммерции	75

<i>Чижова Н.Е., Унгуриян Е.В.</i> Новые технологии в процессах хранения и распределения товаров	78
<i>Чурсина А.А., Чернов Б.О.</i> Особенности реализации маркетинга персонала в организации	81

Международный бизнес и деловое администрирование

<i>Брыль Е.А.</i> Типы институциональных изменений в процессе модернизации экономического института денег	84
<i>Воробьева Ю.С., Некрасов М.А.</i> Внедрение smart-технологий в GR-менеджмент ..	87
<i>Горобец М.Г., Макаров К.Б.</i> Механизм эффективного управления компанией в условиях санкционного давления	90
<i>Забавина Е.Ю., Попова М.Н.</i> ESG-ориентированность в России: инициативы и тенденции	93
<i>Забавина Е.Ю., Стрюков Н.С.</i> Практика цифровизации банковской деятельности на примере ПАО «Сбербанк»	96
<i>Козаченко Ж.Н.</i> Применение современных информационных технологий в международных компаниях	99
<i>Костина Т.В.</i> Роль цифровизации государственного управления в развитии Донецкой Народной Республики	102
<i>Костина Т.В., Бак И.А.</i> Особенности удаленного режима работы сотрудников: риски и проблемы	105
<i>Костина Т.В., Степанова Е.В.</i> Преимущества и недостатки дистанционного режима работы в период кризиса COVID-19	108
<i>Некрасова О.Л.</i> «Санкционная война» в отношении России, блокирующая политическое и экономическое развитие: факторы и пути преодоления	111
<i>Некрасова О.Л., Алиева Е.Ф.к.</i> Обзор изменений в области налогообложения сельскохозяйственных товаропроизводителей в России	115
<i>Некрасова О.Л., Черемных В.Ю.</i> Функционирование централизованного государственного финансового контроля как способ обеспечения экономической безопасности государства	118
<i>Шевцова В.В.</i> Негативные тенденции развития трудовых отношений в цифровой экономике	121

Финансы и банковское дело

<i>Алексеев Н.В.</i> Стратегическое планирование как инструмент формирования стратегии устойчивого развития предприятия	124
<i>Алиева Л.Р., Шекишова С.В.</i> Значение внедрения финансовых технологий в банковскую деятельность	127
<i>Горбатенко Ю.В.</i> Совершенствование системы управления экономической устойчивостью предприятия	130
<i>Гошадзе Т.Г., Бибикина Е.А.</i> Депозитная политика коммерческих банков во взаимодействии с населением	133
<i>Демидова Е.Н.</i> Концепция совершенствования организационно-экономического механизма формирования инвестиционного климата предприятия	136

<i>Егоров П.В., Егоров В.П.</i> Цель как информационная компонента системы стратегического управления предприятием	140
<i>Карпова Е.И., Блажевич А.А.</i> Совершенствование системы управления кредитным риском в банках России	143
<i>Ковалев А.В.</i> Анализ барьеров информационного взаимодействия и характера интеграционных процессов в деятельности экономических субъектов	146
<i>Курбанов В.В., Зацаринная Е.И.</i> Роль бюджетирования в принятии управленческих решений	149
<i>Ларина О.И., Морыженкова Н.В.</i> Перспективы применения смарт-контрактов	152
<i>Ляхова Н.И.</i> Актуальные проблемы реформирования мировой валютной системы	154
<i>Матюшин А.В.</i> Финансовые аспекты сотрудничества в рамках интеграционных процессов	158
<i>Михальская Л.С., Хорошева Е.И.</i> Направления совершенствования амортизационной политики предприятия	161
<i>Ольховец А.Н., Малёнкина Т.М.</i> Кредитная политика российских коммерческих банков в условиях новой реальности	164
<i>Подмаркова И.П., Гатамов Б.А.</i> Пути противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма	167
<i>Суздальский Г.А., Колчин С.П.</i> Налогообложение интернет-трафика как фактор укрепления технологического суверенитета Российской Федерации	170
<i>Шуленина Т.И.</i> Инструменты привлечения инвестиций в региональной политике	174

Учет, анализ и аудит

<i>Гончарова Н.Н.</i> Экономическая интерпретация интеллектуальной собственности и проблемы ее оценки	177
<i>Горин Д.А., Акаев Ш.М.</i> Оценка вероятности банкротства предприятия с использованием logit-моделей	179
<i>Ерохина Е.И.</i> Методическое обеспечение прогнозирования ESG-рисков	183
<i>Коваленко С.Н.</i> Управленческий анализ эксплуатационных расходов в авиакомпании	186
<i>Козырева С.Д.</i> Краткий обзор показателей обеспечивающих финансовую составляющую экономического равновесия предприятия	189
<i>Марченкова И.Н.</i> Эффективность хозяйственной деятельности: экономическая сущность, диагностика и система факторов влияния	193
<i>Морозова Н.Г., Сандина К.В.</i> Влияние цифровых технологий на систему налоговых отношений	196
<i>Панкова М.М., Сырыцина А.С.</i> Проблемы и пути совершенствования аудита финансовых активов	199
<i>Пискунова Н.В., Орлов П.Р.</i> Информационные технологии учета в бюджетных учреждениях	201
<i>Салихова И.С.</i> К вопросу оценки справедливой стоимости при подготовке отчетности по МСФО в условиях санкций	205

<i>Сердюк В.Н., Родионов А.В.</i> Методика факторного анализа валовой прибыли	209
<i>Удовикова А.А.</i> Методические подходы к оценке ликвидности и платежеспособности производственного предприятия	213
<i>Удовикова А.А., Шторк Е.Е.</i> Теоретические аспекты аудита основных средств: цель, задачи и информационная база аудиторской проверки	216
<i>Чикурова С.С.</i> Сравнительный подход к проведению внутреннего и внешнего аудита товарно-материальных ценностей согласно ФСБУ 5/2019 «Запасы»	219

Экономическая статистика

<i>Дадашова Т.А.</i> Влияет ли экономический рост государства на счастье россиян? ..	225
<i>Долгих Е.А., Першина Т.А.</i> Статистический анализ качества жизни детей с инвалидностью в Российской Федерации	228
<i>Киосак Я.В.</i> Оценка социально-экономической безопасности здравоохранения РФ: роль цифровизации	231
<i>Кухенная М.А.</i> Ретроспективный анализ динамики показателей информационного общества	234
<i>Масич Л.А.</i> Мониторинг демографической ситуации как основа эффективной социально-экономической политики	237
<i>Романюк В.В.</i> Анализ политики импортозамещения отдельных отраслей промышленности ДНР путем построения модели импортопотребления	240
<i>Сухинин С.А., Чернышенко Д.О.</i> Количественные индикаторы оценки состояния рынка труда городов (на примере Архангельской области)	243
<i>Юрина Н.А.</i> Статистическая оценка деятельности субъектов малого предпринимательства российской федерации в современных условиях	246
<i>Юрина Н.А., Чухман Ю.И.</i> Информационно-аналитическое обеспечение статистического изучения сферы платных услуг населению Российской Федерации	249

Экономическая теория

<i>Арабаджи Ю.В.</i> Бедность в условиях роста экономики: состояние и причины противоречия	252
<i>Аржаев Ф.И.</i> Насколько глубоко влияние изменения миропорядка на центральноазиатский регион?	255
<i>Батракова Л.Г.</i> Экономические идеи в трудах Д. И. Менделеева	258
<i>Глухова Е.А.</i> Социальные ориентиры при реализации государственной экономической политики	261
<i>Гучмазова Д.А.</i> Роль социальной защиты в регулировании дифференциации доходов домохозяйств	264
<i>Дегтярев С.В., Химченко А.Н.</i> Корпоративное управление в условиях трансформации международных экономических отношений	267
<i>Диброва Е.Н.</i> Роль образования в формировании человеческого капитала	271
<i>Дмитриченко Л.И.</i> Качество элит: методология анализа сущности и роли в современном обществе	274

<i>Карпухно И.А.</i> Направления гармонизации фискальных интересов государства и социально-экономических интересов субъектов общества	277
<i>Краснова Г.Н.</i> Анализ подходов к понятию потенциала	280
<i>Крылова Е.В.</i> Развитие эволюционного подхода как методологии научного исследования	282
<i>Мамбетшаева А.Э.</i> Модернизация экономики Донбасса	285
<i>Панасюк Е.А.</i> Согласование интересов государства и общества в аспекте института образования	288
<i>Плаксына А.М.</i> Роль государственных суверенных фондов в развитии национальной экономики	291
<i>Подгорный В.В.</i> Модернизация экономической теории как объективная необходимость.	295
<i>Потяг В.С., Сергеевич Т.В.</i> Феномены глобализации и глокализации в современном мире	298
<i>Рожкова Н.К., Рожкова Д.Ю.</i> Развитие социального предпринимательства через краудфандинг	300
<i>Рябченко А.А.</i> Критический анализ теоретических основ оценки сбалансированного социально-экономического развития региона	302
<i>Соловьева Ю.М., Соловьева Р.П.</i> Электронный бюджет в условиях цифровизации: теоретические аспекты	305
<i>Стельмахова Н.В.</i> Влияние налогов и налоговой политики на экономический рост	308
<i>Стрижак А.Ю., Кутрань Е.В.</i> Нормативный подход к формированию эффективного институционального пространства в республиках Донбасса	311
<i>Тарков В. В.</i> Дефиниции категории «экономический рост»	314
<i>Шемякина Н.В., Пономаренко А.А.</i> Государственно-частное партнерство в реализации технико-экономической парадигмы развития промышленности ДНР	317

Коммерция и таможенное дело

<i>Баркалова Н.А.</i> Развитие стрит-ритейла как одно из условий обеспечения конкуренции в области торговой деятельности	321
<i>Васильева В.В.</i> Законодательные основы развития процедуры специального экспортного контроля в Донецкой Народной Республике	324
<i>Головинов О.Н.</i> Перспективы развития института уполномоченного экономического оператора в РФ	327
<i>Дмитриченко Л.А.</i> Государственное регулирование таможенных отношений: исторический экскурс	330
<i>Жевлакова А.Ю.</i> Теоретико-методологические подходы к формированию стоимости продукции	333
<i>Колесник В.В., Колесник В.И., Чернышук Е.Е.</i> Проблемные аспекты административного производства по делам о нарушении таможенных правил...	336

<i>Колчева Д.В.</i> Таможенный маркетинг как эффективное решение для современного ведения бизнеса	339
<i>Кудинова О.В.</i> Экологический контроль грузов и товаров на таможенной территории Донецкой Народной Республики	341
<i>Моисеева А.В.</i> Роль таможенного регулирования в эффективном развитии экономики государства	345
<i>Подмаркова И.П., Анисимова А.Е.</i> Проблемные вопросы определения страны происхождения товаров	348
<i>Подмаркова И.П., Шеин А.М.</i> Проблемы применения методов определения таможенной стоимости товаров	351
<i>Павловская И.Г.</i> Проектирование мер по обеспечению динамичного развития крупных интегрированных структур	354
<i>Попадюк О.И.</i> Логистика в торговом предприятии: сущность и значение	357
<i>Харченко В.А.</i> Система управления рисками в таможенном деле	360

Бизнес-информатика и инноватика

<i>Гридина В.В.</i> Data fabric как инструмент управления данными организации	363
<i>Девянина Л.Д., Тумаков Е.А.</i> Информационное обеспечение инновационного процесса. Развитие мировой отрасли ИТ	366
<i>Долбня Н.В.</i> Возможности использования нейронных сетей в системе поддержки принятия решений	369
<i>Долятовский В.А., Долятовский Л.В., Яковенко С.В.</i> Формирование стратегии организационного развития сельхозпредприятия	372
<i>Красников А.В., Снегин О.В.</i> Проектирование информационно-аналитической системы индикаторов регионального развития	375
<i>Лукьянчук А.В., Снегин О.В.</i> Проблемы цифровизации промышленности в России	378
<i>Лут М.С., Меркулова А.В.</i> Место квантовой физики в современной экономике	381
<i>Лыга Е.А., Снегин О.В.</i> Дашборд как современный инструмент ведения бизнеса... ..	384
<i>Меркулов И.Д., Ткачёва А.В.</i> Маркетинг инноваций, как одна из составляющих успеха бизнеса	387
<i>Мякинченко Ю.С., Ткачева А.В.</i> Разработка проекта цифровой трансформации транспортного комплекса региона	390
<i>Пантелеева О.Г.</i> Оценка эффективности системы управления электронным архивом проектного предприятия	393
<i>Серкутан А.А., Загорная Т.О.</i> Проактивное управления в электронной среде: принципы и инструменты	395
<i>Трубицына В.С., Долбня Н.В.</i> Анализ рынка нейронных сетей	399
<i>Филатова Е.М., Гридина В.В.</i> Маркетплейс как инновационная бизнес-модель развития предпринимательства	402
<i>Ченакал В.А.</i> К вопросу о цифровой трансформации образовательной организации	405
<i>Шаталова Т.С., Бирюшов М.М.</i> Информационно-аналитическая поддержка процессов ресурсного обеспечения региона	408

<i>Швадропова М.Д.</i> Влияние роботизации на рынок труда	411
<i>Швайка О.И.</i> Роль организационных инноваций в повышении эффективности процесса управления инновационным развитием организации	414
<i>Шулетина Т.И., Швайка О.И.</i> Современное состояние инновационного развития организаций в сфере услуг	417
<i>Щукина А.А., Гридина В.В.</i> Организационно-экономический механизм оптимизации логистических бизнес-процессов торгового предприятия	420

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ДОНЕЦКИЕ ЧТЕНИЯ 2022:
ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА, ИННОВАЦИИ,
КУЛЬТУРА И ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ**

Материалы
VII Международной научной конференции,
посвящённой 85-летию
Донецкого национального университета,
27–28 октября 2022 г.,
г. Донецк

**ТОМ 5
Экономические науки
Часть 2**

под общей редакцией проф. *С.В. Беспаловой*

Дизайн обложки	<i>А.Ю. Гурина</i>
Технический редактор	<i>М.В. Фоменко</i>
Компьютерная верстка	<i>А.Н. Химченко, М.В. Фоменко</i>

Адрес оргкомитета:

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
ул. Университетская, 24, г. Донецк, 83001, ДНР, РФ.
E-mail: science.prorector@donnu.ru

Подписано в печать 14.10.2022 г.
Формат 60×84/16. Бумага офисная.
Печать – цифровая. Усл.-печ. л. 25,1.
Тираж 100 экз. Заказ № 22окт17/56.
Донецкий национальный университет
83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.
Свидетельство о внесении субъекта
издательской деятельности в Государственный реестр
серия ДК № 1854 от 24.06.2004 г.