

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ярославский филиал**

МОЛОДЕЖЬ, НАУКА, ПРАКТИКА

*Сборник научных трудов 64-й Международной
научно-практической конференции
студентов, магистрантов и аспирантов,
посвященной 105-летию Финансового университета*

Том 1

Ярославль 2024

УДК 33:061.3
ББК 65
М 81

Печатается по Плану изданий
Ярославского филиала Финансового
университета при Правительстве
Российской Федерации

М81 Молодежь, наука, практика / Сборник научных трудов 64-й Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов в 2 томах. Том 1 / кол. авторов; под ред. А.Д. Бурыкина, А.В. Юрченко. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2024. – 466 с. – Текст непосредственный.

ISBN 978-5-6048031-8-9

УДК 33:061.3
ББК 65

В сборник включены тезисы докладов участников 64-й Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов «Молодежь, наука, практика», посвященной 105-летию Финансового университета.

В издании представлены результаты актуальных исследований в области экономики и финансов; банковского сектора; менеджмента и маркетинга; информационных технологий; государственного и муниципального управления; социально-гуманитарных и исторических аспектов развития современного общества; учетно-аналитической деятельности и контрольно-ревизионной работы в организациях; страноведения, межкультурной и массовой коммуникаций, правового регулирования деятельности бизнеса и органов власти.

Тезисы докладов представлены в авторской редакции по материалам, представленным в электронном виде. Ответственность за содержание материалов несут авторы.

© Коллектив авторов, 2024
© Ярославский филиал
Финансового университета, 2024

ISBN 978-5-6048031-8-9

Оглавление

Приветственное слово Сенатора Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от Ярославской области, члена Комитета Совета Федерации по социальной политике.....	11
Доклады пленарного заседания.....	12
<i>Васильева Н.А., Забелина А.С. Основные этапы формирования Финансового университета</i>	<i>12</i>
<i>Белова А.Д., Невидина В.С. Знаменитые выпускники Ярославского филиала Финуниверситета</i>	<i>16</i>
<i>Ларионов В.Д., Полозова П.С. Ярославский филиал Финуниверситета в авангарде регионального высшего образования</i>	<i>19</i>
Секция 1. Развитие экономики, финансов и банковского сектора на современном этапе: проблемы, тенденции и перспективы	23
<i>Амосова О.А. Современное состояние и перспективы развития молочного скотоводства в Республике Беларусь</i>	<i>23</i>
<i>Антонова А.С. Резервы повышения материалоотдачи в организации</i>	<i>27</i>
<i>Барковская Е.В. Современное состояние на показатели эффективности производства растениеводческой продукции в РПУП «Устье» НАН Беларуси»</i>	<i>30</i>
<i>Белова А.Д., Невидина В.С. Агротуризм как перспективное направление развития туристической отрасли России</i>	<i>34</i>
<i>Блашко А.В. Роль международных образовательных услуг в системе мировой экономики.....</i>	<i>38</i>
<i>Bliznyuk E.D. Trends and Consumer Behavior in the E-Commerce Market....</i>	<i>41</i>
<i>Бобкова К.А., Большакова Е.С. Влияние экономических санкций на российскую экономику: проблемы и пути их решения.....</i>	<i>44</i>
<i>Бондарчук Д.И., Кортелёва К.А. Peculiarities of doing business in countries and regions of the world.....</i>	<i>48</i>
<i>Вайгельман Д.С., Кузнецов А.Э. Северный Морской Путь как инвестиция будущего</i>	<i>50</i>
<i>Васильева Н.А., Забелина А.С. Средняя заработная плата в России: динамика, анализ, прогноз</i>	<i>54</i>
<i>Вольский А.А. Перспективы создания сыроваренного бизнеса в Ярославской области и меры его поддержки</i>	<i>57</i>
<i>Габитова Л.Е. Небанковские кредитные организации в платёжной системе России.....</i>	<i>61</i>

<i>Гельмашина В.С., Лаврентьева В.В.</i> Роль прогнозирования в развитии института социальной ответственности предпринимателей	64
<i>Гражданов И.М., Денисов Н.А.</i> Влияние государственных органов на развитость теневой экономики	67
<i>Грибанова Н.О., Тихомирова Д.Д.</i> Эффективные сервисы безопасности в банковском секторе: особенности для клиентов АО «Тинькофф Банк» ...	70
<i>Грибова А.С.</i> Модель банка будущего в экономической теории	73
<i>Данилко И.М., Долгополов Р.В.</i> Влияние доходов населения на качество жизни на примере Ярославской за период 2001–2022 гг.	77
<i>Дмитриева А.О., Жукова К.В.</i> Анализ российско-китайских торговых отношений в условиях санкций против России	83
<i>Дурнин Д.С., Ресулов И.Д.</i> Цифровизация судоходной отрасли: повышение эффективности и устойчивости	87
<i>Евдокимова А.Д.</i> Совершенствование организации оплаты труда в зерновой отрасли агропредприятия.....	91
<i>Елкина Л.В., Мамедова А.И.</i> Величина прожиточного минимума в Ярославской области: факторы, анализ тренда, последствия.....	94
<i>Жолудева К.Л.</i> Основные тенденции и перспективные направления производства зерна в Республике Беларусь	98
<i>Заика А.К., Кашаева А.М.</i> Влияние искусственного интеллекта на обеспечение безопасности финансовых операций на примере банка "TINKOFF BANK"	102
<i>Ивлев Д.П.</i> Этапы управления денежными потоками организации	105
<i>Козлова М.А.</i> Проблемы стратегического планирования Российской Федерации	108
<i>Кокорюлина Я.С., Соловьева Е.Ю.</i> Вклады для бедных как способ стимулирования сбережений	111
<i>Кот А.А.</i> Детский банкинг как перспективное направление банковского бизнеса в России.....	115
<i>Кренделева А.Н., Косоурихина А.С.</i> Цифровые банковские сервисы как фактор доступности финансовых услуг.....	119
<i>Круглова А.А.</i> Инновационные модели развития национальных экономик	123
<i>Кубышкина А.Е.</i> Роль фондового рынка в экономике страны.....	126
<i>Лапехо А.В.</i> Совершенствование развития безналичных расчетов в Республике Беларусь.....	130
<i>Ларионов В.Д.</i> Анализ основных показателей экономической безопасности по Ярославской области	133

<i>Леонтьева А.С., Полозова П.С.</i> Льготное ипотечное кредитование в России в современных реалиях.....	137
<i>Максидов А.А.</i> Военно-техническое сотрудничество Российской Федерации и Республики Кыргызстан.....	141
<i>Михневич К.М.</i> Эффективность организации производства молока в Республике Беларусь.....	145
<i>Петрова В.Д., Пимакова А.А.</i> Оценка текущей финансовой устойчивости организации и прогнозирование ее сохранения.....	149
<i>Разгуляева П.С.</i> Влияние культуры здоровья на производительность трудовых ресурсов в условиях пандемии	152
<i>Романин В.А.</i> Роль Центрального Банка РФ в повышении эффективности бюджетных расходов	156
<i>Савельчикова А.В., Шишкина Е.О.</i> Финансовый сектор Ярославской области: основные направления и факторы развития	160
<i>Салтыкова Я.А.</i> Анализ применения зарубежных и российских моделей прогнозирования банкротства на примере АО «Некрасовский машиностроительный завод»	165
<i>Сатилов А.Э.</i> Экономическое сотрудничество Кыргызской Республики и Российской Федерации	168
<i>Селиванова П.С.</i> Цифровизация международной торговли: особенности и тенденции.....	171
<i>Сидорова А.А.</i> Мировая валютная система на современном этапе	174
<i>Слепов С.В.</i> Финансовые итоги 2023 года в ИТ-секторе российской экономики: показатели и перспективы	177
<i>Смирнов Г.Д.</i> Эпохальные инновации и их влияние на экономические процессы.....	180
<i>Трубникова Л.С., Царева А.А.</i> Роль системы регионального образования в экономическом развитии Ярославской области.....	183
<i>Уткин В.С.</i> Подходы к оценке стоимости привлечения собственного капитала российских предприятий в современных условиях.....	187
<i>Федулова Е.П.</i> Лизинг как источник развития организации.....	191
<i>Фомиченко К.А.</i> Сравнение понятий «расходы», «затраты», «издержки»	194
<i>Хасанова З.Б.</i> Искусственный интеллект в банковской сфере: опыт использования и риски	197
<i>Черныхов Л.М.</i> Резервы увеличения производства молока в сельхозорганизации за счет повышения эффективности использования кормов.....	201

<i>Чирва А.А.</i>	Организационно-экономические составляющие кормопроизводства и кормовой базы.....	204
<i>Юрченко С.Д.</i>	Роль малого и среднего предпринимательства в экономике Республики Беларусь: текущее состояние, существующие трудности и пути их решения.....	208
Секция 2. Проблемы и перспективы развития современного менеджмента и маркетинга.....		211
<i>Апакушин А.О., Большаков И.И.</i>	Развитие технологий и использование искусственного интеллекта в маркетинге.....	211
<i>Arefyeva A.S., Ertman D.V.</i>	How international companies adopted production for different regions.....	214
<i>Бараева А.А., Мамонов А.Н.</i>	Маркетинг как эффективный инструмент развития агротуризма.....	217
<i>Белова А.Д., Забелина А.С.</i>	Продвижение организаций агротуризма в социальных сетях	221
<i>Белохвостова В.А.</i>	Анализ сущности инвестиционного и инновационного проектов	225
<i>Белохвостова В.А.</i>	Современное понятие и стандарты проектной команды	230
<i>Бычевская С.В.</i>	Проблемы социального управления производством	233
<i>Великанова В.Е.</i>	О роли финансового анализа в деятельности организации в современных условиях.....	235
<i>Витальская В.А.</i>	Маркетинг и его основные концепции	237
<i>Груздева Ю.С.</i>	Влияние социальных сетей на маркетинговые стратегии и поведение потребителей.....	241
<i>Грязнов Е.В.</i>	Интеграция компетентностного и процессного подходов как перспективное направление развития менеджмента качества	245
<i>Евдокимов Н.А.</i>	Методы расчёта налоговой нагрузки в научной литературе	248
<i>Елкина Л.В., Мамедова А.И.</i>	Основные тенденции в изменении потребительского поведения при совершении цифровых покупок.....	250
<i>Забелина А.С., Васильева Н.А.</i>	Создание успешной команды и организация взаимодействий в проектной группе.....	254
<i>Заика А.К., Кашаева А.М.</i>	Создание сильного бренда на примере компания «Давыдовская мельница»	257
<i>Захарова Д.А.</i>	Основные принципы маркетинга	262
<i>Захарченко М.А.</i>	Психология потребителей в современном мире	267
<i>Зинченко П.С.</i>	Влияние корпоративной культуры на производительность труда: зарубежный опыт.....	269

<i>Калугина В.А.</i> Способы разрешения конфликтов в проектах	273
<i>Kachmazova D.G.</i> The role of modern marketing technologies	276
<i>Кондратович А.В.</i> К вопросам методологии социального управления...278	
<i>Костриков З.Е.</i> Стратегия развития сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники в современных реалиях.....	281
<i>Koshel A.Y.</i> Methods of forming a project team	285
<i>Любимова А.А.</i> Основные инструменты маркетинга.....	289
<i>Минина В.О.</i> Виды финансовых планов и особенности их составления .295	
<i>Murashko L.A.</i> Relevance and Features of Online Marketing in Banking Sphere	297
<i>Новицкая Я.В.</i> Psychological Climate in the Workplace.....	299
<i>Паутова А.Д.</i> Новые технологии в BTL-рекламе	301
<i>Пухов К.В., Шиловский Д.А.</i> Современный бизнес в сфере автоиндустрии в России в условиях санкций	305
<i>Румянцева К.Р.</i> Зеленая экономика как перспектива развития современного менеджмента и маркетинга	309
<i>Садикова С.А.</i> Оценка эффективности рекламных кампаний с использованием систем web-аналитики.....	310
<i>Sakovich U.S.</i> Modern management and some of its problems	314
<i>Торопов Е.А.</i> Проблема внедрения инноваций в организационную культуру организации	315
<i>Tsiuiminkina M.N.</i> The role of digital transformation in the development of management strategies	320
<i>Увина К.А.</i> Решение проблемы регулирования текучести кадров как фактор повышения эффективности деятельности отечественных организаций .322	
<i>Челмакина А.О.</i> Минимизация вероятности банкротства компании на основе двухфакторной модели Альтмана	326
<i>Чумак Э.Д.</i> Создание привлекательного медиаобраза объектов экотуризма в Ярославской области с использованием искусственного интеллекта ..330	
<i>Шленкова Е.А.</i> Имплементация аутсорсинга в управлении проектами...332	
Секция 3. Вопросы развития государственного и муниципального управления	336
<i>Ахмедов С.М., Уличнов В.М.</i> Электронное голосование: опыт зарубежных стран и России	336
<i>Быстрова Я.В.</i> Сотрудничество с вузами: ключ к кадровой политике в государственном и муниципальном управлении	339
<i>Волкова А.Г.</i> Развитие сферы образования в Ярославской области.....	342
<i>Воложина П.А.</i> Адаптация молодых специалистов к их профессиональной деятельности	346

<i>Гюлбекян Д.А.</i> Обеспечение эффективности проектной деятельности на муниципальном уровне: проблемы и перспективы	349
<i>Егомостев П.Д.</i> Государственная регистрация юридических лиц в Республике Беларусь на примере акционерных обществ	352
<i>Зарубина У.А.</i> Проблемные аспекты правового положения муниципального служащего в Российской Федерации.....	356
<i>Захарова С.А., Манаева Е.А.</i> О показателях оценки деятельности высших должностных лиц и исполнительных органов субъектов Российской Федерации в области качества окружающей среды	360
<i>Захарова С.А.</i> О показателях оценки деятельности высших должностных лиц и исполнительных органов субъектов Российской Федерации в области доверия к власти	363
<i>Иванчикова Е.И.</i> Повышение инвестиционной привлекательности Ярославского региона.....	366
<i>Игнатъкова В.А.</i> Анализ отношения молодежи к деятельности в государственном управлении.....	369
<i>Каширина А.В.</i> Особенности публичного управления федеральной территорией Российской Федерации «Сириус».....	373
<i>Мазитова Д.О.</i> Некоторые аспекты реализации проектного подхода в системе государственного управления Российской Федерации	377
<i>Манаева Е.А.</i> О показателях оценки деятельности высших должностных лиц и исполнительных органов субъектов Российской Федерации в области качества городской среды.....	380
<i>Мурыгина А.О., Вердиева А.В.</i> Государственная политика в сфере цифровизации учреждений культуры (на примере Ярославской области)	384
<i>Пашковская А.О.</i> Исторические аспекты противодействия коррупции во времена великого княжества литовского.	387
<i>Пикунов М.А.</i> Формирование кадровой политики в ПАО «Газпром»	389
<i>Пухова Ю.П., Торосян А.А.</i> Анализ ключевых особенностей пенсионного обеспечения в Российской Федерации.....	392
<i>Смирнов-Мальцев А.А.</i> Оценка рисков реализации проектов в органах власти.....	395
<i>Чистякова Е.В.</i> Оценка эффективности управления муниципальным хозяйством	398
<i>Шутов С.Л.</i> Актуальные проблемы пенсионного обеспечения населения в Российской Федерации	402

Секция 4. Информационные технологии и экономико-математические методы в цифровизации и информатизации современной экономики и управления.....	405
<i>Бородинова М.А.</i> Положительные и отрицательные аспекты использования сети интернет-технологий при обучении студентов СПО.....	405
<i>Арефьева А.С., Эртман Д.В.</i> Развитие образования в условиях цифровой экономики	408
<i>Атаманова Л.М.</i> Значение информационной системы организации для бизнеса.....	412
<i>Баланин П.А.</i> Информационная война в середине XX века (из истории Курской битвы).....	414
<i>Вихляева А.Е.</i> Рейтинги и отзывы в интернете как факторы, влияющие на выбор средства размещения туриста.....	416
<i>Горбач Т.П., Иванюшина А.А.</i> Развитие цифровой экономики в сфере туризма	419
<i>Гречихин П.А., Животков Н.А.</i> О пределах применимости формул Лапласа в вопросах определения вероятности стрельб.....	423
<i>Зюзин Г.М., Чернышев А.С.</i> Анализ структуры временных затрат на формирование операционной информации при оперативном восстановлении технологического оборудования в процессе производстве пива	425
<i>Kikun N.A.</i> Information Technologies of the Future in Medicine.....	429
<i>Кобяк Н.А., Сакович У.С.</i> Технология blockchain в банковской сфере....	432
<i>Косоурихина А.С., Савельчикова А.В.</i> Электронная цифровая подпись: понятие и назначение, компоненты.....	435
<i>Круглов А.Е.</i> Повышение эффективности продаж шинной продукции на основе интернет-маркетинга	437
<i>Мартинovich Л.В.</i> Digital navigation: the study of virtual cards and their impact on the modern economy	441
<i>Савельчикова А.В., Козлова М.А.</i> Электронные денежные системы и проблемы информационной безопасности, связанные с их использованием	443
<i>Салова М.А., Зинчук В.А.</i> Информатизация и ее социально-экономические аспекты	446
<i>Спыну Е.А.</i> The Role of Digitalisation in Sustainable Economic Development of the Republic of Belarus.....	448
<i>Яцкевич А.В.</i> Влияние цифровых технологий на рынок турагентств в России.....	451

<i>Тюминкина М.Н., Кошель А.Ю.</i> Развитие системы здравоохранения в условиях цифровой экономики.....	454
<i>Уптина А.Е.</i> Роль цифровых технологий в создании региональной системы утилизации отходов	457
<i>Харитонюк П.В.</i> Технология смарт-контракт в экономике	461
<i>Эвуйа Серджио Жордан Эшли</i> Система контроля управления доступом с биометрическим входом (БСКУД)	463

**Приветственное слово
Сенатора Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
от Ярославской области, члена Комитета Совета Федерации по социальной
политике**

Уважаемые участники конференции! Дорогие друзья!



Без науки и технологий сегодня невозможно успешно провести ни экономические, ни социальные преобразования. Поэтому 2022–2031 годы объявлены Указом Президента Российской Федерации Десятилетием науки и технологий. Сделано это для усиления роли науки и технологий в решении важнейших задач развития общества.

Десятилетие науки и технологий в России включает в себя комплекс инициатив, проектов и мероприятий. Главными задачами десятилетия, согласно Указу, являются: привлечение к исследованиям и разработкам талантливой молодежи; вовлечение исследователей и разработчиков в решение важнейших задач развития общества; повышение доступности информации о достижениях и перспективах отечественной науки.

64-я Международная научно-практическая конференция «Молодежь, наука, практика» проводится в сложных геополитических и социально-экономических условиях. Беспрецедентный рост экономических санкций, проведение специальной военной операции привели к необходимости переосмысления современной экономической политики. Поэтому сегодня, как никогда, необходима детальная оценка перспектив развития отечественной экономики и финансов. И новые идеи востребованы как никогда.

На конференцию поступили материалы, содержащие результаты более 250 научных исследований, более 100 участников представят полученные результаты в очном формате. Среди участников и представители зарубежных вузов.

Современное общество особенно нуждается в специалистах, способных к принятию нестандартных решений, активному участию в инновационных процессах, готовых компетентно решать исследовательские задачи. Несомненно, одним из наиболее актуальных и социально-значимых направлений интеграции студентов является наука. Поэтому привлечение талантливой молодежи в сферу науки в процессе обучения в вузе является важнейшей задачей современности.

Коллектив Ярославского филиала Финуниверситета вносит достойный вклад в развитие научной деятельности, воспитание нового поколения молодых ученых и внедрение результатов исследований в практику работы органов власти и бизнеса.

Дорогие друзья, желаю Вам плодотворной работы в ходе конференции, а в последующем успешной реализации научных идей!

С уважением, Косихина Наталия Владимировна

Основные этапы формирования Финансового университета

Васильева Н.А., Забелина А.С.

*Научный руководитель: Бородин А.В., канд. ист. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Актуальность данной публикации заключается в том, что Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации – один из старейших в нашей стране, готовящих специалистов в области экономики и финансов. История нашего ВУЗа состоит из периодов.

Первый период (1918–1921 гг.). ВУЗ был создан в соответствии с Декретом СНК от 31 октября 1918 г. об организации финансовых отделов при губернских и уездных исполкомах. Для подготовки и переподготовки работников в марте 1919 г. при Народном комиссариате финансов РСФСР был открыт Московский финансово-экономический институт НКФ РСФСР (МФЭИ) (1919–1921 гг.). В 1920-х гг. ВУЗ был закрыт. В 1920-е годы заочное обучение стало широко развиваться, приводя к созданию многих заочных отделений при различных вузах, включая МГУ и другие.

Второй период (1930–1946 гг.). В 1930 году был создан Всесоюзный заочный финансово-экономический институт под руководством Германа Михайловича Свердлова. За время его работы институт обрел множество студентов и местных филиалов по всей стране. Г.М. Свердлов сделал значительный вклад в развитие этого вуза, превратив его в центр высшего заочного образования. В 1930–1934 гг. ВУЗ был воссоздан и назывался Московский финансово-экономический институт НКФ СССР (МФЭИ). Ректором нового ВУЗа стал заместитель Народного комиссара финансов РСФСР – Дмитрий Петрович Боголепов.

Третий период (1946–2012 гг.). В 1946 г. два самостоятельных ВУЗа: Московский учетно-экономический институт Московский кредитно-экономический институт Госбанка СССР (МКЭИ) были слиты в единый ВУЗ. Существовали и иные ВУЗы, наследником которых является Финансовый университет. В 1917 году после Октябрьской революции несколько государственных организаций, включая Госбанк, не поддержали новое правительство Совет Народных комиссаров. Возникла

необходимость провести кредитную реформу, что привело к открытию институтов Госбанка в Москве и Киеве в 1931 году. Этот шаг вызвал дискуссии о неэффективном использовании государственных средств, так как уже существовал Московский финансово-экономический институт (МФЭИ).

Кроме того, не удачным был признан профиль подготовки новых специалистов. На волне этих дискуссий и был создан новый ВУЗ – Московский кредитно-экономический институт Госбанка.

В 1935 году новый университет, который разместился в здании бывшего Госбанка СССР, начал процесс изменений, включающий пересмотр профиля обучения, расширение учебных дисциплин, увеличение срока обучения до 4 лет и открытие новых кафедр, таких как «Черчение и начертательная геометрия», «Электротехника» и другие. В университете работали выдающиеся ученые, такие как А.М. Галаган, М.И. Боголепов, Н.Н. Любимов, проводилась научная и методическая работа, защищались диссертации, и издавалась научная литература. Московский кредитно-экономический институт (МКЭИ) в разное время возглавляли М.И. Шеронов, К.П. Ширяев, И.О. Вурдов, А.М. Халаш, П.П. Маслов, Г.А. Акуленко, П.М. Цветков.

В 1930 году был создан Московский Финансовый Институт (МФИ) с четырьмя факультетами и общей численностью студентов около 2000 человек. Директором МФИ был назначен Д.А. Бутков, а его заместителями – Е.И. Домбровский, В.П. Дьяченко, И.А. Ляпин. В июле 1930 г. в ВУЗе было создано 6, а к началу 1931 г. еще 17 профильных кафедр и учрежден редакционный совет для помощи учебно-методическому совету.

В 1934 году МФЭИ был переведен в Ленинград и преобразован в финансовый факультет Ленинградского финансово-экономического института. Во время Великой Отечественной войны МФЭИ был эвакуирован в Саратов и вернулся в Москву только в 1943 году. За время войны была организована аспирантура в МФЭИ. В 1946 году МФЭИ и МКЭИ были объединены в Московский финансовый институт (МФИ), который включал несколько факультетов, в том числе факультет международных финансовых отношений (МФО). В 1947 году был основан Военный факультет для подготовки офицеров финансовой службы.

Активно велась в ВУЗе научная и методическая работа, развивалась и совершенствовалась научная работа студентов (НИРС) и др. Значительный вклад в развитие ВУЗа внес Владимир Васильевич Щербаков. Под его руководством Московский финансовый институт стал ведущим финансово-экономическим ВУЗом страны.

Всероссийский заочный финансово-экономический институт – это еще один ВУЗ, наследником славных традиций которого является Ярославский филиал.

В 1956 году ВЗФЭИ было поручено расширить сеть филиалов и учебно-консультационных пунктов в соответствии с постановлением Совета Министров СССР и ЦК КПСС. Учебно-консультационные пункты создавались для обучающихся на заочных и вечерних факультетах по месту их работы и жительства.

Возникновение учебно-консультационных пунктов и расширение сети территориальных подразделений Всероссийского заочного финансово-экономического института (ВЗФЭИ) после его создания привело к организации около 50 подобных структур по всему бывшему СССР.

Ольга Николаевна Воронина, первый директор Ярославского филиала ВЗФЭИ, внесла значительный вклад в успех учебного заведения. Она стала деканом заочного исторического факультета Ярославского педагогического института и основала сеть консультационных пунктов в сельских районах области.

В 1988 году начинается новый этап в истории Ярославского филиала ВЗФЭИ во время периода реформ, вызванных политикой ускорения и перестройки под началом М.С. Горбачева. В это непростое время новым директором филиала стал Владимир Иванович Сорокин.

Доктор экономических наук, профессор Алла Георгиевна Грязнова внесла огромный вклад в развитие ВУЗа. В 1959 г. она окончила Московский финансовый институт (МФИ) по специальности «Финансы и кредит». С 1976 г. проректор по научно-исследовательской работе и международным связям. С 1985 года – ректор, в 2006–2021 гг. – Президент, с ноября 2021 г. – Почетный Президент Финансового университета при Правительстве РФ.

Михаил Абдурахманович Эскиндаров - выдающийся российский экономист, доктор экономических наук, профессор, академик РАО. С 2006 по 2021 год он занимал должность ректора Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, а с 2021 года стал Президентом университета. Он сделал значительный вклад в развитие университета и его филиалов, включая Ярославский филиал. В 2009 году ему было присвоено звание Заслуженного деятеля науки Российской Федерации.

Четвертый период (с 2012 г.). В 2012 году четыре финансово-экономических вуза были объединены в один крупный образовательный центр, включая Финансовую академию при Правительстве Российской Федерации, Всероссийский заочный финансово-экономический институт,

Налоговую академию и Государственный университет Министерства финансов РФ. Это решение было обусловлено нежизнеспособностью чисто заочных вузов, их ограниченными возможностями. В 2017 году Ярославский филиал возглавил кандидат экономических наук и доцент Владимир Александрович Кваша, который ранее работал в Военной финансово-экономической академии. Под его руководством была сформирована профессиональная команда.

Огромную помощь и поддержку филиалам оказывает Ректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации – доктор экономических наук, профессор Станислав Евгеньевич Прокофьев, который возглавил Финансовый университет 15 ноября 2021 года.

В 2022 году Ярославский филиал Финансового университета получил в оперативное управление учебный корпус по адресу: Ярославль, улица Большие Полянки, дом 3. В 2023 году Финансовый университет в Ярославле является одним из ведущих образовательных учреждений в области финансов и экономики. Университет обладает современной инфраструктурой, квалифицированным преподавательским составом и разнообразными образовательными программами. В Финансовом университете современные учебные аудитории, зоны отдыха, на этажах располагаются уютные диваны, на которых можно отдохнуть, спортивный зал с тренажерами. На сегодняшний день в филиале все учебные аудитории оборудованы современными средствами мультимедиа.

Таким образом, Финансовый университет в Ярославле активно развивается и совершенствует свою инфраструктуру, предоставляя студентам современные условия для обучения, научной и спортивной деятельности.

Библиографический список

1. Бородкин А.В., Сироткин С.А. М.Ф. Болдырев и реформа системы народного образования Ярославской губернии // Экономика и управление: теория и практика. Сборник научных трудов V Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием. Т.1. Ярославль. 2022. С. 380–385.
2. Бородкин А.В., Кваша В.А., Козлова Д.А., Трубникова А.А. Отечественный опыт привлечения трудовых ресурсов в целях реализации масштабных инфраструктурных государственных проектов. Ярославль. 2022. 289 с.

Знаменитые выпускники Ярославского филиала Финуниверситета

Белова А.Д., Невидина В.С.

*Научный руководитель: Бородкин А.В., канд. ист. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Актуальность настоящего исследования определяется тем, что успех ВУЗа часто измеряется не только по его академическим достижениям, но и по знаменитым выпускникам, которые стали яркими представителями различных сфер общественной жизни.

Их истории успеха вдохновляют студентов, а их достижения служат примером для подражания. Финуниверситет играет ключевую роль в формировании личности и карьеры своих студентов, и многие выпускники университета добиваются выдающихся результатов благодаря полученному образованию.

В данной статье будет рассмотрено несколько знаменитых выпускников Ярославского филиала Финуниверситета, чьи имена стали символом успеха и примером для подражания.

Качество образования, полученного в Ярославском филиале, его престижность подтверждаются весьма солидным списком выпускников, в число которых входят: Алексеев Владимир Борисович, Волончунас Виктор Владимирович, Краснокутская Наталья Борисовна, Михайлушкина Екатерина Александровна и др.

Владимир Борисович Алексеев – долго время работавший управляющим Отделением Ярославской области Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному федеральному округу. Родился он 18 июня 1955 года во Владимирской области.

С июля 2015 года по июль 2023 года В.Б. Алексеев работал управляющим Отделением по Ярославской области Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному федеральному округу.

Виктор Владимирович Волончунас - политик СССР и России, который занимал должность главы администрации Ярославля с 1991 по 1995 год, а затем трудился первым мэром города Ярославля с 1995 по 2012 гг.

Виктор Владимирович награжден орденами Почета, «За заслуги перед Отечеством» IV степени, медалями, удостоен званий «Заслуженный строитель Российской Федерации» и «Почетный гражданин города Ярославля».

В 2009 году Виктор Волончунас стал лауреатом национальной премии «За обустройство Земли Российской» и получил звание «Мэр года-2009».

Среди выпускников Ярославского филиала числятся: почетный гражданин г. Ярославля В.Ф. Горулев; начальник Главного управления ЦР России по Ярославской области Г.И. Захаров; руководитель управления Федерального казначейства по Ярославской области Ю.Н. Блатов; генеральный директор Ростовского оптико-механического завода В.Д. Орлов; генеральный директор ОАО «Рыбинск-кабель» А.П. Денисов; генеральный директор ОАО «Ярославский шинный завод» Л.Л. Дмитриев; заместитель генерального директора по экономике и финансам ЗАО «Балканская звезда» М.А. Багров.

Выпускниками Ярославского филиала являются: заместитель мэра, директор департамента финансов и цен мэрии г. Ярославля В.В. Истомина; директор департамента по управлению государственным имуществом администрации Ярославской области Г.В. Иванов; председатель ярославского Сбербанка РФ В.П. Рыбин; председатели правления Ярославского банка социального развития М.И. Грибкова и И.Г. Захаров; руководитель контрольно-ревизионного управления МФ РФ по Ярославской области Н.М. Рыжкова (занимаемые должности указаны на период актуальной современности) и др.

Краснокутская Наталья Борисовна – заместитель руководителя УФНС по Ярославской области, Советник государственной гражданской службы РФ I класса.

В 1991 году окончила Всесоюзный заочный финансово-экономический институт (ВЗФЭИ, ныне Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации) по специальности «Экономика труда».

Наталья Борисовна занимала должность заместителя руководителя Межрайонной ИФНС России по крупнейшим налогоплательщикам Ярославской области.

С 2 марта 2006 года работает заместителем руководителя Управления ФНС России по Ярославской области.

В 2006 году за образцовое выполнение служебных обязанностей, многолетнюю безупречную и эффективную государственную

гражданскую службу в налоговых органах Н.Б. Краснокутская была награждена Почетной грамотой Федеральной налоговой службы.\

В 2015 году за безупречную и эффективную гражданскую службу, значительные успехи в профессиональной деятельности, умелую организацию результативной работы Н.Б. Краснокутская была награждена медалью Федеральной налоговой службы «За заслуги» II степени.

Екатерина Александровна Михайлушкина - опытная спортсменка, известная своими достижениями в плавании в ластах.

Она имеет множество титулов и наград, включая звание заслуженного мастера спорта России. Екатерина стала победительницей первенства России и мира в 2015 году, а также пятикратной чемпионкой Европы.

В феврале 2016 года на Кубке России она заняла третье место на дистанции 100 метров, превысив юношеский рекорд мира и выполнить норматив МСМК РФ по подводному спорту.

В мае 2016 года на чемпионате России спортсменка победила на дистанции 100 метров в плавании в ластах, установив результат, превышающий рекорды Европы и России среди женщин, а также мировой, европейский и российский рекорды среди юниорок. На дистанциях 50 метров и 200 метров в плавании в ластах она заняла второе место, также установив рекорды мира, Европы и России среди юниорок.

Спортсменка из сборной России, участвовавшая в чемпионате мира 2016 года, стала чемпионкой в эстафетах дважды и завоевала бронзу на дистанции 100 метров.

На чемпионате Европы она выиграла три золотые медали в эстафетах и три серебра в индивидуальных дисциплинах. На Всемирных играх 2017 года у нее было два золота и одно серебро.

На 27-м чемпионате Европы по плаванию в ластах 27 июня 2019г завоевала золото и установила женский мировой рекорд на дистанции 100 метров. Она преодолела ее за 38,06 секунды.

На чемпионате мира 2021 года установила мировой рекорд на 100-метровке, а также завоевала 5 золотых и одну серебряную медали.

Это далеко не полный перечень славных выпускников Ярославского филиала Финансового университета.

Таким образом, исследование знаменитых выпускников университета открывает удивительный мир достижений и влияния, которое образование может оказать на жизнь людей.

Истории успешных выпускников вдохновляют новые поколения студентов стремиться к своим высшим целям, преодолевать препятствия и добиваться успеха в различных областях деятельности.

Эти примеры подчеркивают важность образования как инструмента для достижения мечт и превращения их в реальность.

Главная идея заключается в том, что университет – это не только место получения знаний, но и площадка для формирования лидеров и инноваторов, способных изменить мир к лучшему через свои достижения и вклад в различные сферы деятельности.

Библиографический список

1. Бородкин А.В., Кваша В.А., Козлова Д.А., Трубникова А.А. Отечественный опыт привлечения трудовых ресурсов в целях реализации масштабных инфраструктурных государственных проектов. Ярославль. 2022. 289 с.

2. Корняков В.И. Ярославский филиал Всероссийского заочного финансово-экономического института (ВЗФЭИ) // Соловьев В.А., Анисков В.Т., Аграфонов П.Г., Бородкин А.В. и др. Очерки истории высшей школы Ярославского края. Ярославль. 2008. 390 с.

УДК 378.4

Ярославский филиал Финуниверситета в авангарде регионального высшего образования

Ларионов В.Д., Полозова П.С.

*Научный руководитель: Громова М.В., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Ярославский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации – это филиал ведущего российского вуза, отметившего 1 марта 2024 года свое 105-летие. Уже 65 лет Ярославский филиал осуществляет подготовку специалистов в области экономики, менеджмента, государственного и муниципального управления, медиакоммуникации и журналистики.

Выпускники филиала пользуются высоким спросом на рынке труда. В Ярославской области не удастся найти предприятие или организацию, где бы ни работали выпускники филиала. При этом часто они занимают руководящие должности.

Студенты филиала получают знания в соответствии с образовательными программами Финансового университета при Правительстве Российской Федерации города Москвы и получают диплом

московского образца, как и те выпускники, которые непосредственно проходили обучение в головном вузе.

Кроме того, каждый год проводится приём документов для участия в конкурсе на прохождение обучения в иностранных ВУЗах по программам включённого обучения в течение одного учебного года. Студенты могут отправиться на обучение в такие страны, как Аргентина, Беларусь, Бразилия, КНР, Сербия и многие другие страны.

Ярославский филиал реализует программы в сфере дополнительного образования:

- дополнительные профессиональные программы (повышение квалификации и профессиональная переподготовка);
- дополнительные общеобразовательные программы (дополнительные общеразвивающие программы для детей и взрослых).

По итогам обучения слушатель получает диплом о профессиональной переподготовке, удостоверение о повышении квалификации или сертификат.

Основное внимание при организации образовательного процесса в Ярославском филиале уделяется неукоснительному соблюдению требований к реализации основных профессиональных образовательных программ, качественной подготовке необходимых учебно-методических материалов для проведения предусмотренных видов аудиторных занятий со студентами и организации их самостоятельной работы.

На данный момент в филиале реализуются образовательные программы бакалавриата по следующим направлениям подготовки: Экономика, Менеджмент, Журналистика, Медиакоммуникации, Государственное и муниципальное управление.

Также реализуются программы магистратуры по направлениям подготовки: Экономика, Менеджмент, Юриспруденция, Медиакоммуникации, Государственное и муниципальное управление.

В филиале ведется активная работа по взаимодействию с работодателями, что позволяет ориентироваться на рынок труда и обеспечивать востребованность выпускников. Так, ежегодно заключается более двадцати новых соглашений о сотрудничестве с организациями-работодателями.

У филиала заключены договоры о прохождении студентами практики в организациях федерального уровня (например, Отделение Банка России по Ярославской области, Управление Федерального Казначейства по Ярославской области, Управление Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области), органах власти региона (Правительство

Ярославской области, Министерство финансов, Министерство конкурентной политики), органах власти г. Ярославля (Контрольно-счетная палата г. Ярославля, Департамент финансов мэрии г. Ярославля, Департамент городского хозяйства мэрии г. Ярославля), финансово-кредитных организациях (ярославские филиалы ПАО «Сбербанк России», ПАО «Промсвязьбанк», ПАО «ВТБ»), на предприятиях промышленного сектора (ПАО «Автодизель», ПАО «ТМЗ», АО «Кордиант») и во многих других коммерческих организациях.

Учебный процесс Ярославского филиала по всем направлениям подготовки полностью соответствует учебным планам. Учебная нагрузка студентов включает все виды аудиторной и внеаудиторной работы, необходимой для освоения образовательной программы в соответствии с утвержденным учебным планом.

Подобная структура обеспечивает единый подход преподавателей филиала к составлению и оформлению учебно-методических материалов по различным дисциплинам, что позволяет облегчить студентам процесс усвоения информации при самостоятельном обучении. Методическое обеспечение разработано с учетом идентификации межпредметных связей, более полного планирования самостоятельной работы студентов, внедрения инновационных методов обучения. Разработанные материалы по изучаемым дисциплинам доступны в печатном виде в библиотеке, читальном зале и на кафедрах филиала, а также они размещены в электронной информационно-образовательной среде. Централизованное хранение учебно-методических материалов на электронном носителе обеспечивает свободный доступ к ним обучающихся в любое время посредством сети Интернет.

Все виды учебных занятий проводятся с использованием современных цифровых технологий и программных продуктов, среди которых можно отметить компьютерную справочную правовую систему «КонсультантПлюс» и лицензионное программное обеспечение «1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях». Учебные аудитории полностью отвечают санитарным и иным требованиям, предъявляемым к образовательным учреждениям высшего образования.

Таким образом, можно сделать вывод, что содержание и условия реализации основных образовательных программ высшего образования программ бакалавриата и программ магистратуры, качество подготовки выпускников соответствуют требованиям, содержащимся в нормативных правовых актах по государственной аккредитации и лицензированию

образовательных учреждений высшего образования. Контрольные нормативы лицензии, контингент обучающихся, приведенный к очной форме обучения, качественный состав профессорско-преподавательских кадров, обеспеченность учебной и учебно-методической литературой, отношение доли средств, направленных на нужды образования, а также материально-техническая база и иные установленные показатели в полной мере соответствуют предъявляемым требованиям.

Библиографический список

1. История становления и развития Ярославского филиала Финансового университета (посвящается 65-летию Ярославского филиала): монография / Кваша В.А., Бородкин А.В., Трубникова А.А. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2023. – 330 с.

2. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации: официальный сайт. – URL: <http://www.fa.ru/Pages/Home.aspx> (дата обращения 10.03.2024).

3. Ярославский филиал Финансового университета: официальный сайт. – URL: <http://www.fa.ru/fil/yaroslavl/about/Pages/Home.aspx> (дата обращения 10.03.2024).

Секция 1. Развитие экономики, финансов и банковского сектора на современном этапе: проблемы, тенденции и перспективы

УДК 663.43:005.936.41(476.7)

Современное состояние и перспективы развития молочного скотоводства в Республике Беларусь

Амосова О.А.

Научный руководитель: Суценья О.А., ассистент

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Молочное скотоводство – одна из ведущих отраслей животноводства, в которой используется 1/3 затрачиваемых материальных и денежных средств и которая является основным поставщиком продукции на рынки страны. Отрасль традиционно определяет специализацию большинства субъектов хозяйствования республики. Этому способствуют относительно благоприятные климатические условия, значительные площади кормовых угодий, развитие травосеяния в севообороте, позволяющие наращивать производство травяных кормов, составляющих основу рационов кормления коров.

Данная отрасль тесно связана с растениеводством, более четверти продукции которой идет в качестве кормовых ресурсов для дойного стада. В свою очередь, молочное скотоводство поставляет для растениеводческих отраслей ценное органическое удобрение - навоз, а также является основным поставщиком молодняка для доращивания и откорма на мясо, в свиноводстве используется молоко для кормления поросят раннего возраста.

Характерной тенденцией для белорусской молочной отрасли является наращивание поголовья в общественном секторе при его сокращении в частном. Кроме того, в нашей стране делается ставка на крупнотоварное производство. В республике производством молока занимается подавляющее количество сельскохозяйственных организаций, что составляет примерно 92% от их общего числа. В большинстве этих хозяйств молочное скотоводство определяет специализацию производства. Основная часть молока производится в Республике Беларусь в специализированных хозяйствах, которые подразделяются на:

- хозяйства молочного направления с высоким удельным весом коров в структуре стада (60–70%) и реализацией сверхремонтного молодняка в возрасте 15–20 дней;

- хозяйства молочно-мясного направления с удельным весом коров в структуре стада в 45–55% и реализацией сверхремонтного молодняка в 18-месячном возрасте;

- хозяйства мясомолочного направления с удельным весом коров в 35–40% и реализацией сверхремонтного молодняка в возрасте 1,5–2 лет и старше.

В настоящее время в республике имеется 1576 высокотехнологичных ферм, оборудованных доильными залами и роботами, или 44,5% от общего наличия ферм. На данных фермах производится 68% молока от общего производства, а продуктивность дойного стада на 561 кг превышает среднереспубликанский показатель. На 138 молочнотоварных фермах средняя продуктивность дойного стада за 2021 г. составила более 9 тыс. кг молока, в том числе на 61 ферме – более 10 тыс. кг [5].

Устойчивый прирост производства молока (табл. 1), позволяющий удовлетворить потребности внутреннего рынка и последовательно наращивать экспорт молочной продукции обеспечили мероприятия, реализуемые в ходе государственной программы возрождения и развития села в 2005–2015 годах, Республиканской программой развития молочной отрасли в 2010-2015 годах и государственной программой развития аграрного бизнеса в Беларуси на 2016-2020 годы.

Согласно данным таблицы 1, в исследуемом периоде наблюдается сокращение поголовья крупного рогатого скота в целом на 2,9%, в том числе коров – также на 2,8%. Доля коров в структуре стада при этом стабильна и составляет в 2022 году 34,4%. Несмотря на снижение поголовья молочного стада, уровень производства молока возрос за счет роста продуктивности на 10,4%.

Работа по интенсификации отрасли продолжается и в ходе действующей государственной программы «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы [2]. Как пример можно отметить, что только в 2022 г. в рамках выполнения поставленных действующей программой задач построено и реконструировано 59 молочнотоварных ферм. Целенаправленная селекционно-племенная работа позволила создать молочное стадо с потенциалом продуктивности 10 тысяч килограммов молока и более. А принимаемые меры по интенсификации молочного скотоводства, строительству современных молочнотоварных ферм, внедрению однотипного круглогодичного кормления коров, планированию

воспроизводства дойного стада позволили значительно сократить сезонность производства молока [1; 6].

Таблица 1. Динамика основных производственных показателей молочного скотоводства в хозяйствах всех категорий Республики Беларусь [3]

Регион	Годы					2023 г. в % к 2019 г.
	2018	2019	2020	2021	2022	
Поголовье КРС - всего, гол	4357,9	4336,7	4290,8	4287,7	4232,4	97,1
в т. ч. коровы	1497,7	1494,9	1492,1	1482,6	1456,7	97,2
тоже в %	34,4	34,5	34,8	34,6	34,4	-
Производство молока, тыс. т	7344,6	7393,5	7764,7	7822,1	7871,1	107,2
Среднегодовой удой от коровы, кг	4962	5005	5268	5362	5477	110,4
Производство молока на душу населения, кг	778	785	828	841	853	109,6
Потребление молока и молочных продуктов в пересчете на молоко, кг	248	246	244	237	237	95,6
Уровень самообеспечения по молоку, %	315,9	318,7	338,9	354,4	359,9	113,9
Уровень рентабельности реализации молока в общественном секторе, %	25,9	27,4	31,4	21,2	24,7	-1,2 п. п.

Данные мероприятия не могли не повлиять на качество производимой продукции. За последние пять лет качество молока существенно возросло. Если в 2018 году сортом «Экстра» было реализовано 47,8% молока, то в 2022 году данный показатель составил 68,4%. Соответственно сократилось количество молока, сдаваемого высшим и первым сортом. Отметим также, что в 2022 году структура сортности сдаваемого молока является лучшей за все годы изучаемого периода (табл. 2).

Таблица 2. Качество молока, поступившего на молокоперерабатывающие предприятия Республики Беларусь в 2018–2022 гг. по сортам СТБ 1598–2006, % [4]

Сорт	Годы					2022 г. к 2018 г. п. п.
	2018	2019	2020	2021	2022	
Экстра	47,8	52,4	59,5	62,2	68,4	20,6
Высший	35,4	32,3	28,4	26,5	22,5	-12,9
Первый	16,7	15,3	12,1	11,3	9,1	-7,6

В качестве одного из приоритетных направлений дальнейшего развития молочного скотоводства в рамках подпрограммы «Развитие животноводства, переработки и реализации продукции животноводства»

на 2021–2025 годы определена максимальная реализация генетического потенциала продуктивности сельскохозяйственных животных за счет соблюдения технологических регламентов при производстве продукции животноводства, в целом, и интенсификация кормопроизводства и укрепление кормовой базы, в частности. А также дальнейшая техническая модернизация производства. При этом для рационального использования генетического потенциала молочных коров по оценкам специалистов требуется обеспечения уровня кормления в пределах 50–55 ц. к. ед. в расчете на условную голову, в том числе на стойловый период – не менее 30 ц кормовых единиц при содержании в рационе белка не менее 100-105 г на кормовую единицу [2; 5].

Реализация действующей подпрограммы будет способствовать достижению объемов производства молока к 2025 году на уровне не менее 9200 тыс. тонн, за счет роста в сельскохозяйственных организациях численности коров молочного стада до 1,45 млн. голов и среднегодового удоя от коровы до 6,2 тыс. килограммов.

В целом следует отметить, что молочное скотоводство в сельскохозяйственных предприятиях на современном этапе и в перспективе должно получить качественно новое содержание – развиваться интенсивно, высокопродуктивно и быть экономически выгодным как для хозяйств, так и государства.

Библиографический список

1. Белоруссия. Молочный рынок [Электронный ресурс]. URL: <http://produkt.by/news/>.

2. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 01.02.2021 г. № 59 // Консультант Плюс: Беларусь.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/>.

4. Качество молока, поступившего на молокоперерабатывающие предприятия Республики Беларусь за 2022 год (по данным областных организаций «Мясомолоко») [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dvnp.gov.by/uploads/download/moloko2023.pdf>.

5. О состоянии животноводства в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/homep/m/indicators/regions/13.php>.

6. Русак Л.В. Специализация молочного скотоводства – путь интенсификации отрасли // Белорусское сельское хозяйство. 2018. № 3. С. 3–6.

Резервы повышения материалоотдачи в организации

Антонова А.С.

*Научный руководитель: Молчанов А.М., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Производственные запасы составляют значительную часть затрат предприятия в себестоимости продукции. Поэтому повышение эффективности их использования является одним из важнейших факторов снижения себестоимости продукции и роста прибыли.

Основными источниками резервов повышения материалоотдачи и снижения материалоемкости продукции являются: увеличение объема производства продукции; сокращение материальных затрат на ее производство [1].

В общем виде методику подсчета резервов снижения материалоемкости продукции можно представить, как разницу между возможным ее уровнем, который учитывает ранее выявленные резервы увеличения производства продукции и снижения материальных затрат, и фактическим [3]:

$$P \downarrow ME = \frac{MЗ_{\phi} - P \downarrow MЗ + MЗ_{\text{доп}}}{VBP_{\phi} + P \uparrow VBP} - \frac{MЗ_{\phi}}{VBP_{\phi}}$$

где $P \downarrow ME$ – резерв снижения материалоемкости продукции, руб./руб.;

$MЗ_{\phi}$ – фактические материальные затраты на производство, тыс. руб.;

$P \downarrow MЗ$ – резерв снижения материальных затрат, тыс. руб.;

$MЗ_{\text{доп}}$ – дополнительные материальные затраты, тыс. руб.;

VBP_{ϕ} – фактический объем производства, тыс. руб.;

$P \uparrow VBP$ – резерв увеличения объема производства продукции, тыс. руб.

Следовательно, для определения резерва повышения материалоотдачи можно использовать следующую модель:

$$P \uparrow MO = \frac{VBP_{\phi} + P \uparrow VBP}{MЗ_{\phi} - P \downarrow MЗ + MЗ_{\text{доп}}} - \frac{VBP_{\phi}}{MЗ_{\phi}}$$

где $P \uparrow MO$ – резерв роста материалоотдачи продукции, руб./руб.;

Исследования проводились на примере филиала «Дубрава-агро» РУП «Гомельэнерго» Светлогорского района Гомельской области.

Определим резерв увеличения производства продукции сельского

хозяйства. Чтобы определить резерв увеличения производства продукции за счет повышения эффективности использования кормов, необходимо возможное сокращение кормов на единицу продукции умножить на фактический объем производства и полученный результат разделить на плановую (возможную) норму расхода (табл. 1) [2].

Таблица 1. Резерв увеличения производства продукции животноводства за счет повышения эффективности использования кормов за 2022 год

Показатели	Молоко	Прирост ж.м. КРС
Расход кормов на производство 1 ц продукции, ц к. ед.: фактический	0,91	9,12
возможный	0,86	9,00
Перерасход кормов на 1 ц продукции, ц к. ед.	0,05	0,12
Фактический объем производства, ц	104406	7576
Перерасход кормов на весь объём производства, ц к.ед.	20220,3	909,1
Резерв увеличения производства продукции, ц	23512	101
Средняя стоимость 1 ц продукции, руб.	105,21	323,87
Резерв увеличения объема производства продукции, тыс. руб.	2474	33

Анализ данных таблицы 1 показал, что при доведении фактического расхода кормов до возможного уровня, объем производства продукции животноводства может быть увеличен на 2507 тыс. руб.

Далее в таблице 2 рассчитаем резерв увеличения производства продукции растениеводства за счет повышения урожайности основных культур.

Таблица 2. Расчет резерва увеличения валовой продукции за счет повышения урожайности основных культур за 2022 год

Вид продукции	Урожайность культур, ц/га		Площадь, га	Резерв увеличения валового сбора, ц	Средняя цена, руб./ц	Резерв увеличения валовой продукции, тыс. руб.
	Факт.	Возм.				
Зерно	31,5	36,0	1741	7834,5	37,51	294
Картофель	328,9	350,0	50	1055	57,35	61
Семена рапса	7,6	13,5	334	1970,6	141,37	279
Итого	-	-	-	-	-	633

Анализируя данные таблицы 2, можно сделать вывод, что за исследуемый период за счет доведения урожайности культур до планового уровня в организации можно дополнительно получить валовой продукции растениеводства на сумму 633 тыс. руб.

Таким образом, резерв увеличения производства продукции в организации составит 3140 тыс. руб.

Для расчёта резерва снижения материалоемкости продукции и повышения материалоотдачи воспользуемся таблицей 3.

Таблица 3. Расчет резерва снижения материалоемкости и увеличения материалоотдачи продукции за 2022 год

Показатели	Значение
1. Материальные затраты, тыс. руб.:	
- фактические	27987
- резерв сокращения	2798,7
- возможные	25188,3
2. Производство продукции, тыс. руб.:	
- фактическое	15873,51
- резерв увеличения	3140
- возможное	19013,51
3. Материалоемкость продукции, руб./руб.:	
- фактическая	1,404
- возможная	1,325
- резерв сокращения	0,079
- в % к фактическому уровню	5,63
4. Материалоотдача, руб./руб.:	
- фактическая	0,713
- возможная	0,755
- резерв увеличения	0,042
- в % к фактическому уровню	5,89

Из анализа данных таблицы 3 видно, что в результате сокращения суммы материальных затрат и увеличения производства сельскохозяйственной продукции материалоемкость продукции можно снизить на 0,079 руб./руб. или на 5,63%, в свою очередь резерв повышения материалоотдачи составит 0,042 руб./руб. или 5,89% от фактического уровня.

На основании проведенных исследований для снижения материалоемкости продукции, повышения материалоотдачи мы предлагаем:

- довести фактический расход кормов до возможного уровня, что будет способствовать увеличению объема производства продукции животноводства;

- довести урожайность культур до планового уровня, что позволит дополнительно получить прирост валовой продукции растениеводства.

- сократить сумму материальных затрат.

Библиографический список

1. Веденеева Т.А. Организация учета, анализа и контроль наличия и движения производственных запасов // Вестник Тульского университета. 2018. № 1. С. 383–385.
2. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. М.: Проспект, 2017. 424 с.
3. Трухина В. Методика анализа материально-производственных запасов [Электронный ресурс]. URL: https://nalog-nalog.ru/analiz_hozyajstvennoj.

УДК [631.16:658.155]:633/635.002.6:631.559

Современное состояние на показатели эффективности производства растениеводческой продукции в РПУП «Устье» НАН Беларуси»

Барковская Е.В.

*Научный руководитель: Колмыков А.В., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академии*

Растениеводство – одна из основных отраслей сельскохозяйственного производства, включающая ряд таких подотраслей, как зерновое производство, льноводство, свекловодство, картофелеводство, овощеводство, садоводство, виноградарство, производство масличных и ряда других культур [2, с. 7].

Система растениеводства сельскохозяйственной организации представляет собой научно обоснованные принципы ведения растениеводческих отраслей как составной части системы хозяйства. Она определяет размеры и структуру отраслей растениеводства, обеспечивая сбалансированность и пропорциональность их развития с другими отраслями сельскохозяйственной организации в целях получения максимальной прибыли. Система растениеводства определяет характер использования территории [1, с. 60].

В ходе исследования нами проанализировано влияние урожайности на показатели эффективности производства растениеводческой в РПУП «Устье» НАН Беларуси».

РПУП «Устье» НАН Беларуси» создано в соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24.12.2015 г. № 130 «О безвозмездном приобретении в собственность Республики Беларусь предприятия как имущественного комплекса»; зарегистрировано

в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей за №300072707; имеет статус юридического лица, является коммерческой организацией, наделено всеми присущими для таковых правами и обязанностями, имеет самостоятельный баланс, расчетный и другие счета в учреждениях банка.

Уровень развития отраслей растениеводства характеризуется, прежде всего, урожайностью сельскохозяйственных культур (табл. 1).

Таблица 1. Урожайность сельскохозяйственных культур в РПУП «Устье» НАН Беларуси», ц/га

Культуры	Годы			2022 г. к 2020 г. в %
	2020	2021	2022	
Зерновые и бобовые	40,4	32,7	34,6	85,6
В т. ч.:				
озимые	39,2	36,2	41,1	104,8
яровые	41,1	28,5	22,6	55,0
зернобобовые	52,0	28,1	27,0	51,9
Кукуруза на зерно	34,0	–	–	–
Рапс	18,4	14,6	13,6	73,9
Многолетние травы на сено	58,0	53,0	54,2	93,4
Многолетние травы на семена	1,3	1,9	1,2	92,3
Многолетние травы на зеленый корм	255,0	251,0	250	98,0
Однолетние травы на зеленый корм	152,0	150,0	149	98,0
Кукуруза на силос	321,0	242,0	433	134,9
Сено естественные	49,0	18,0	29	59,2

Анализ данных таблицы 1 видно, что урожайность зерновых уменьшилась на 14,4%, за счёт сокращения сборов по яровым и зернобобовым на 45,0 и 48,1% соответственно. Меньше стала урожайность рапса на 26,1%, многолетних трав на сено, семена и зеленый корм однолетних трав на зеленый корм.

Рассмотрим изменения себестоимости получаемой продукции за 2020–2022 гг. в таблице 2.

Себестоимость единицы продукции значительно увеличилась почти всем видам получаемой продукции, особенно по зерну (в 1,97 раз), многолетним травам (более, чем в 2,0 раза), силосу и сенажу (в 2,10 и 1,44 раз соответственно). Снижение себестоимости наблюдается по сене естественных (на 20,6%) и однолетним травам на зеленый корм (на 20,6%).

Основные показатели эффективности производства и реализации основных видов продукции отрасли растениеводства представлены в таблице 3.

Таблица 2. Себестоимость 1 т продукции в РПУП «Устье» НАН Беларуси», руб.

Показатели	Годы			2022 г. в % к 2020 г.
	2020	2021	2022	
Зерновые в среднем	215	329	423	196,7
В т. ч.:				
озимые	229	332	443	193,4
яровые	196	345	378	192,9
зернобобовые	190	251	354	186,3
Кукуруза на зерно	129	—	—	—
Рапс (семена)	346	624	738	213,3
Многолетние травы на сено	17	18	34	200,0
Многолетние травы на семена	1250	1280	2600	208,0
Многолетние травы на зеленый корм	5	5	10	200,0
Однолетние травы на зеленый корм	63	38	50	79,4
Кукуруза на силос	14	33	38	271,4
Сено естественных	17	20	5	29,4
Силос	31	60	65	209,7
Сенаж	46	55	66	143,5

Таблица 3. Экономическая эффективность производства и реализации основных видов продукции отрасли растениеводства

Показатели	Годы			2022 г. в % к 2020 г.
	2020	2021	2022	
Валовой сбор, т:				
зерна	9469	8907	9663	102,0
рапса	1469	819	600	40,8
Реализовано, т:				
зерна	6150	6891	7788	126,6
рапса	1457	763	355	24,4
Уровень товарности, %:				
зерна	65,0	77,3	80,5	+15,5 п.п.
рапса	99,0	93,3	59,2	-39,8 п.п.
Прибыль от реализации, тыс. руб.:				
зерна	499	25	202	40,5
рапса	707	399	111	15,7
Уровень рентабельности, %:				
зерна	37,4	1,0	5,6	-31,8 п.п.
рапса	140,0	68,4	38,0	-102,0 п.п.

По данным таблицы 3 видно, что за период 2020–2022 гг. валовой сбор зерна увеличился на 2,0%, при этом реализация зерна увеличилась на 26,6%, в результате чего уровень товарности увеличился на 15,5 п.п. Также

следует отметить, что прибыль и уровень рентабельности снизились на 59,5% и 31,8 п.п., соответственно. За период 2020–2022 гг. валовой сбор рапса снизился на 59,2%, при этом реализация рапса снизилась на 75,6%, в результате чего уровень товарности снизился на 39,8 п.п. Также следует отметить, что прибыль и уровень рентабельности снизились на 84,3% и 102,0 п.п., соответственно.

Проведя анализ функционирования растениеводческой отрасли РПУП «Устье» НАН Беларуси» можно сделать вывод, что посевные площади предприятия в основном заняты зерновыми и кормовыми культурами. Товарными видами продукции отрасли растениеводства на предприятии являются зерно и рапс. Основными зерновыми культурами, выращиваемыми в РПУП «Устье» НАН Беларуси» являются озимые рожь, пшеница и тритикале; яровые ячмень, овес, пшеница, горох. В РПУП «Устье» НАН Беларуси» производятся озимые пшеница, тритикале, рожь и яровые пшеница, яровой овес. На протяжении 2020–2022 гг. в РПУП «Устье» НАН Беларуси» высевали следующие сорта и гибриды рапса: Зорный, Прометей, Гедемин, Олимп. В РПУП «Устье» НАН Беларуси» обеспечивается интенсивная технология возделывания зерновых культур и рапса. Площадь посевов в хозяйстве увеличилась незначительно, при этом наблюдается сокращение урожайности практически всех культур. Значительный прирост урожайности и валовых сборов сельскохозяйственных культур может быть достигнут в результате сокращения потерь при уборке урожая [3, с. 278]. В целом отрасль растениеводства является рентабельной. Также рентабельными и прибыльными являются зерновые культуры и рапс.

На перспективу, предприятию необходимо стремиться к увеличению урожайности и снижению себестоимости продукции отрасли растениеводства, совершенствовать технологию возделывания, минимизировать потери, обеспечить правильное хранение семенного материала и повышать качество продукции отрасли растениеводства, так как от этого во многом зависят результаты деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Зеленовский А.А., Оганезов И. А., Гургенидзе И.И. Организация производства: учебное пособие. Мн.: УО БГАТУ, 2007. 250 с.
2. Макарец Л.И. Экономика отраслей растениеводства: учебное пособие / Л.И. Макарец, М.Н. Макарец. СПб: Лань, 2021. 368 с.
3. Минаков И.А. Экономика агропромышленного комплекса / И.А. Минаков, Б.И. Смагин. СПб: Лань, 2024. 320 с.

Агротуризм как перспективное направление развития туристической отрасли России

Белова А.Д., Невидина В.С.

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

На сегодняшний день существует множество разнообразных направлений и форм туризма, каждое из которых имеет свою специфику. Среди нестандартных видов туризма особое внимание в последнее время привлекает аграрный туризм. Этот формат туризма, пока необычный для отечественного путешественника, становится все более популярным, что вызывает необходимость более глубокого изучения данного явления. В данной статье проведен анализ понятия аграрного туризма, показаны его преимущества и перспективы развития, приведены примеры успешного агротуризма в нашей стране.

Туризм — это путешествие, совершаемое для отдыха, развлечений и других целей [2]. Различают большое количество различных видов туризма, от обычного «пляжного» туризма до таких экзотических, как, например, «космический» туризм. Одним из наиболее интересных новых направлений туризма является аграрный туризм.

Агротуризм предполагает выезд горожанина за пределы города, в сельскую или лесную местность. Там можно уйти от сигналов сотовой связи, заняться физическими нагрузками, познакомиться с новыми людьми и погрузиться в местную культуру. Агротуризм — это совершенно другой вид отдыха, отличный от традиционного: летом можно гулять босиком по траве, собирать грибы и ягоды, кататься на лодках, сапах, а зимой заниматься рыбалкой подо льдом, посещать баню и кататься на санках или лыжах.

Потребительский интерес к уникальным агротуристическим маршрутам растет, и, по прогнозам Министерства сельского хозяйства, будет продолжать увеличиваться в ближайшие годы. Для туристов это возможность отдохнуть от городской суеты, а для сельскохозяйственных производителей развитие этого направления открывает перспективы для дополнительных каналов продвижения своей продукции, увеличения объемов ее сбыта и повышения прибыли [5].

С начала прошлого года Министерство сельского хозяйства России осуществляет поддержку сельскохозяйственных предприятий с целью развития агротуризма, выделяя гранты в размере до 10 миллионов рублей на создание объектов проживания для туристов, их оборудование, подключение к коммуникациям, благоустройство территории, покупку специального оборудования и другие цели. В текущем 2024 году гранты получают 73 предприятия в пятьдесят одном регионе России, при этом общая сумма финансирования по агротуризму составит до 500 миллионов рублей [5].

В результате планируется увеличение туристов на сельских территориях до 400 тысяч человек. По прогнозам Минсельхоза, за счет развития агротуризма объемы продаж сельскохозяйственной продукции в России будут расти ежегодно на 3–5%. Кроме того, агротуристические проекты оказывают сильное положительное влияние на снижение безработицы в сельской местности. Аграрный туризм можно рассматривать и как способ противодействия общей деградации села в России, основной причиной которой выступает отток населения в город. Люди, получившие достаточно престижную и высокооплачиваемую работу в сфере агротуризма, могут радикально изменить свое отношение к жизни в сельской местности. Другим положительным результатом аграрного туризма является возможность для населения увидеть «русское село» с совершенно новой, неожиданной стороны [2].

Можно выделить и другие преимущества агротуризма:

- такое путешествие обходится гораздо дешевле других видов туризма, поскольку места отдыха чаще всего находятся недалеко от городов, также не требуется покупка авиабилетов и оформление визы;
- сельский туризм предоставляет хорошую возможность для познавательного и увлекательного семейного отдыха;
- в России имеется множество сельскохозяйственных предприятий, удобных и перспективных для создания новых объектов сельского туризма;
- проведя несколько дней в сельской местности, можно прекрасно отдохнуть на свежем воздухе, вдали от шумного города;
- в процессе посещения объектов агротуризма можно познакомиться с историей данной местности, поучаствовать в обработке земли, выращивании растений, уходе за животными и интересных народных обрядах;
- сельский туризм дает хорошие возможности для рыбалки, охоты, сбора грибов и ягод.

Министерство сельского хозяйства активно занимается популяризацией сельского туризма и создает общий реестр подобных объектов в России. В нем будет представлена структурированная информация об увлекательных местах для посещения и доступных услугах. Это облегчит составление оптимального маршрута и будет способствовать дополнительному повышению популярности агротуризма.

Еще одним важным аспектом работы в этой сфере является разработка соответствующего законодательства. В январе 2024 года Государственная Дума РФ одобрила в I чтении проект закона, который позволяет фермерам принимать туристов в жилых домах, построенных на сельскохозяйственных землях. Принятие этого закона создаст необходимую правовую базу для предоставления таких услуг, что поможет фермерам повысить качество сервиса и увеличить доходы. При этом фермеры, которые будут предоставлять услуги в рамках сельского туризма, сохранят статус производителей сельхозтоваров, что позволит им продолжать пользоваться всеми видами господдержки.

На сегодняшний момент доходы российских фермеров от агротуризма пока невелики, но существуют хорошие перспективы развития отрасли. Государственная поддержка сельского туризма должна стимулировать развитие малого и среднего бизнеса в сельской местности, что приведет к росту налоговых поступлений и ВВП страны. Особенно важны и социальные последствия развития агротуризма: он помогает раскрыть в людях черты гостеприимства, поддерживает развитие традиционных ремесел, и, в итоге, способствует развитию у россиян чувства патриотизма и любви к своей родине [3].

В качестве примера приведем места, куда можно отправиться, чтобы прикоснуться к сельскому быту и местным традициям - туристические деревни, фермы и агротуры в различных регионах Российской Федерации.

Первое место - база отдыха «Дубки» в Нижегородской области. В «Дубках» вам предложат остановиться в бревенчатой избе, попариться в русской бане на берегу озера, можно будет посетить ферму и приобщиться к древним славянским играм и забавам. На завтрак интересные блюда: каша из настоящей русской печи и домашние оладушки по-деревенски. Во время долгих неспешных прогулок посетитель сможет пособирать луговую клубнику, дикую малину и лесные орехи. В июле можно также поучаствовать в мастер-классе по сбору лекарственных трав. Номер в гостевом доме стоит 4000 рублей, а пожить в избе - 8000 рублей в сутки.

Второе интересное место - усадьба северного виноградарства «Кулаково» в Тульской области. «Кулаково» - уникальное место, где

выращивают морозостойкие, экзотические для средней полосы России сорта винограда. Для взрослых проводятся экскурсии по виноградникам и дегустация вин, дети могут поиграть с крольчатами или покормить цесарок. Летом открыт песчаный пляж для отдыха у пруда. На территории можно снять площадку для свадьбы или корпоратива. Цена на экскурсию по винограднику с чаепитием, прогулкой по дикой тропе и бёрдвотчингом составляет от 6000 рублей с человека [4].

Есть подобные организации агротуризма и в Ярославской области - Усадьба «Добрынино» в Некрасовском районе. Здесь турист может познакомиться с альпийскими козами, которые снабжают ферму молоком, попробовать сыр, приготовленный из этого молока, и даже попробовать себя в роли подмастерья в местной сыроварне. Также здесь можно вдоволь натанцеваться, посмотреть любимые фильмы и послушать выступления артистов. Цена на экскурсии стартует от 500 рублей с одного человека [1].

В заключении нужно отметить, что агротуризм является перспективным направлением развития туристической отрасли России. Он позволяет путешественникам познакомиться с уникальной культурой и бытом сельской местности, насладиться свежим воздухом и нетронутой природой. Кроме того, агротуризм способствует развитию сельских территорий, созданию новых рабочих мест и оживлению местной экономики. Все это делает агротуризм важным инструментом для устойчивого развития сельских районов и улучшения уровня жизни их населения.

Библиографический список

1. База отдыха [Электронный ресурс]. URL: <https://dobrynino.com/?ysclid=lt4nxj37di716555176>.

2. Казначеева С.Н., Челнокова Е.А., Коровина Е.А. Агротуризм как одно из перспективных направлений индустрии туризма // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 3–2. С. 248–252.

3. Мордовченков Н.В. Перспективы развития аграрного туризма Чкаловского района // Вестник НГИЭИ. 2013. № 3 (22). С. 126–136.

4. Отдых в деревне [Электронный ресурс]. URL: <https://travel.yandex.ru/journal/selskiy-turizm/>.

5. Реализованные при поддержке Минсельхоза проекты агротуризма привлекут в этом году 400 тыс. туристов [Электронный ресурс]. URL: <https://mcx.gov.ru/press-service/news/realizovannye-pri-podderzhke-minselkhoza-proekty-agroturizma-privlecut-v-etom-godu-400-tys-turistov/>.

Роль международных образовательных услуг в системе мировой экономики

Блашко А.В.

*Научный руководитель: Дудко Е.Н., канд. экон. наук, доцент
Академия управления при Президенте Республики Беларусь*

Создание и развитие успешно функционирующей системы международного образования, привлечение значительного числа иностранных студентов — это не только одна из возможностей увеличить бюджет страны, но также и способ продвижения ее политики, культуры, экономики, образа жизни на родину студента. Все это заставляет правительства многих стран разрабатывать и реализовывать общенациональные программы по привлечению зарубежных студентов. Не исключением в этом направлении деятельности является Республика Беларусь, которая стремится к интеграции в мировое образовательное пространство и предпринимает конкретные шаги по ее осуществлению. В этой связи особый научный интерес в нашем государстве представляет изучение передового международного опыта формирования рынков образовательных услуг развитыми странами (США и Западной Европы). Повышенное внимание к международному измерению высшего образования становится особенно заметным в международных и национальных дискуссиях. Глобальная конкуренция за привлечение иностранных студентов — все это вопросы, которые еще недавно не составляли предмет научных споров в среде работников образования. Однако сегодня они являются одними из наиболее важных вопросов повестки дня не только для них, но также для руководства отдельных стран, которые заинтересованы в экспорте и импорте образовательных услуг. По этому поводу российский исследователь И.В. Аржанова высказывает свое мнение о том, что глобализация является катализатором растущей конкуренции в образовании, а университеты становятся ее субъектами [1].

Другой российский исследователь О.В. Сагинова считает, что международный рынок образовательных услуг превращается в стремительно развивающийся сектор экономики, центральными элементами которого являются международный маркетинг образовательных учреждений и целенаправленный набор иностранных студентов [2].

Мировой рынок образовательных услуг в настоящее время является одной из самых интенсивно развивающихся областей экономики. Реализация концепции устойчивого развития требует смены ориентиров совершенствования системы образования. основополагающий принцип ЮНЕСКО «Образование для устойчивого развития» предполагает принципиально новый взгляд на образование, основанный на соотношении социально-экономического благополучия с культурно-образовательными традициями и бережным отношением к природным ресурсам.

Как отмечают специалисты Организации экономического сотрудничества и развития [5], сравнительные преимущества стран все меньше и меньше определяются богатством природных ресурсов или дешевой рабочей силой и все больше - техническими инновациями и конкурентным применением знаний. Прогресс общества, основанный на эволюции техники и технологии, требует постоянного увеличения количества образованных людей. Общемировая тенденция роста образовательных систем вызывает необходимость изучения образовательного рынка как отраслевого и образовательной услуги как экономического блага.

Мировой рынок образовательных услуг является одновременно экономическим и социальным явлением. При этом конкуренция на нем ведется не только за платежеспособного потребителя, но и в первую очередь за потенциальный человеческий капитал. Формирующаяся экономика знаний напрямую зависит от позиций игроков на данном рынке.

Надо отметить, что основной сегмент мирового рынка образовательных услуг составляют программы высшего образования. По оценкам Организации экономического сотрудничества и развития в мире около 140 млн. студентов проходят обучение в 36 тыс. высших учебных заведениях [5]. При этом число студентов в ближайшие десять лет может увеличиться вдвое, во многом благодаря существенному увеличению числа получающих высшее образование представителей азиатских стран. На данный момент более половины всех иностранных студентов обучаются в четырех англоязычных странах: США, Великобритании, Австралии и Канаде.

Европа остается регионом, принимающим наибольшее количество иностранных студентов. Северная Америка, хотя и принимает меньшее число студентов в абсолютном выражении, занимает первое место по количеству стран-поставщиков, из которых азиатские страны составляют почти две трети. Азия возглавляет список регионов, направляющих студентов для получения высшего образования за рубеж. Самыми

крупными странами-донорами являются Китай, Индия и Республика Корея. После азиатских стран в списке располагаются Европа, Африка, страны Северной и Южной Америки, Азиатско-Тихоокеанский регион [3, с. 4]. Последние десятилетия ускоренное развитие национальных систем высшего образования обеспечивалось в основном за счет существенного увеличения государственного финансирования данной сферы. В развитых странах высшее образование стало одной из самых дорогих социальных услуг, финансируемых государством (табл. 1).

Таблица 1. Расходы на образование в % от ВВП страны (2021 г.)

Страна	Расходы на образование (% от ВВП)
Беларусь	4.8
Германия	4.8
Индия	2.9
Китай	4.0
Литва	4.0
Польша	4.6
Россия	3.7
Соединенные Штаты Америки	6.1

Что касается развивающихся стран, то в них расходы на образование в 2021 составили в среднем 3% от ВВП [5]. Значимость образовательных систем для различных стран мира также позволяет оценить показатель государственных расходов на одного студента в процентах к ВВП на душу населения. Наименьшие значения данного показателя демонстрируют страны бывшего Советского Союза, наибольшие - страны Северной Европы, а также Индия, Мексика и некоторые страны Африки. Лидеры рынка образовательных услуг (страны Западной Европы, США, Австралия) имеют относительно низкие показатели по государственным расходам на одного студента в процентах к ВВП на душу населения. Это связано с тем, что с возрастанием спроса на образовательные услуги произошла диверсификация источников его финансирования. Вузовский сектор стал активно искать собственные источники финансирования, возросли объемы частных вложений в образовательную сферу. В среднем по странам Организации экономического сотрудничества и развития соотношение государственного и частного финансирования образовательной сферы составляет 70 к 30%.

С момента диверсификации источников финансирования образовательных услуг мировом сообществе не прекращаются споры о плюсах и минусах частичного ухода государства из сферы высшего

образования с точки зрения соблюдения принципа его доступности.

Такие организации, как Всемирный банк, ВТО, ЮНЕСКО, ОЭСР выступают за сокращение правительственных расходов на содержание образовательных учреждений. Они полагают, что рыночные механизмы и конкуренция приведут к улучшению качества образовательных услуг, поскольку наиболее успешными окажутся те поставщики, которые смогут более качественно и эффективно удовлетворять запросы потребителей.

Противниками либерализации образовательной сферы являются Ассоциация европейских университетов, Ассоциация университетов Азиатско-Тихоокеанского региона и ряд других неправительственных организаций. Они утверждают, что если высшее образование подчинить жестким рыночным предписаниям ВТО, то его первоначальное предназначение в качестве общественного блага отойдет на второй план. Коммерциализация образовательной сферы снизит доступность образования для малоимущих слоев населения и, соответственно, отрицательно скажется на общей эффективности образовательной системы. Альтернативой предлагается применение прогрессивной системы налогообложения к будущим доходам выпускников вузов, которые, как правило, значительно выше, чем у людей без высшего образования.

Библиографический список

1. Аржанова И.В. Введение: императивы интернационализации // Императивы интернационализации, 2013. С. 7–18.
2. Хазелкор Э. Глобализация и гонка за репутацией // Императивы интернационализации, 2013. С. 276–316.
3. Галичин В.А. Международный рынок образовательных услуг: основные характеристики и тенденции развития. М.: Дел, 2015. 60 с.
4. Organization for Economic Co-operation and Development [Electronic resource]. URL: <https://www.oecd.org/>.
5. Government expenditure on education as % of GDP // The World Bank. [Electronic resource]. URL: <https://data.worldbank.org/indicator>.

УДК 339.13

Trends and Consumer Behavior in the E-Commerce Market

Bliznyuk E.D.

*Research supervisor: Slassi Moutabir S.A., senior lecturer
Belarusian National Technical University*

The fastest-growing industry in the world is e-commerce. Online purchases are now more common than ever before, and the trend shows no signs of stopping.

E-commerce is a combination of online transactions and electronic payment transactions. E-commerce also includes supply chain management, internet marketing, electronic data exchange, and automated data collection systems [1].

In modern realities, almost every business needs to go online. First of all, this applies to manufacturers of various products. To scale their business, they need to create their e-store or access an existing marketplace.

The launch of the business in e-commerce will allow the company to expand its customer base and increase sales. In addition, online shopping is more convenient for most consumers, they will be able to buy goods anytime and anywhere. Another advantage is the reduction of operating costs for the business. Compared to traditional retail stores, doing business online implies lower costs for renting premises, warehouses and other expenses.

Despite the economic downturn, the global e-commerce market continues to grow. By 2027, the share of e-commerce in global trade will reach 27%. The dynamics of online sales volume is shown in Figure 1, the abbreviation “F” means “forecast” [2].

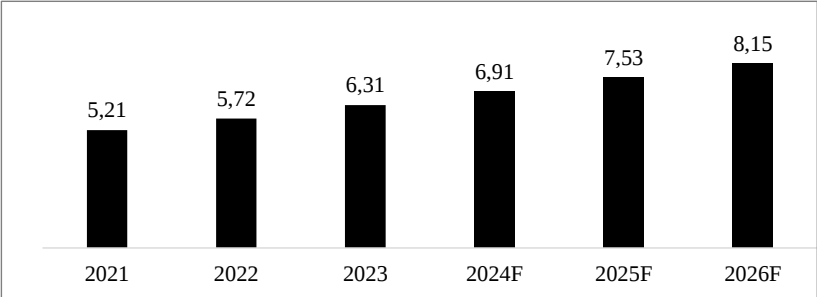


Figure 1. Dynamics of online sales volume, billion dollars

To successfully develop an electronic sales channel, it is necessary to understand market trends and consumer behavior. Table 1 shows the main trends of the e-commerce market for 2024 [3].

Understanding the consumer plays a key role in sales. 79% of customers shop online at least once a month. And 61% of consumers are willing to pay more for goods and services that have less environmental impact. In this regard, it is important to consider the following environmental aspects when working online:

- Biodegradable or recyclable materials for packaging goods.
- Choice of delivery method: bicycle or foot delivery, delivery at a convenient time for the consumer.
- Reduction in the number of returns of goods: more accurate information about the sizes, colors and characteristics of goods; virtual fitting using AI and additional reality.
- Social responsibility or charity: donating a portion of profits to environmental or social projects; enabling consumers to make such a donation upon purchase [4].

Table 1. E-com market trends for 2024

Trend	Description	Market impact
VR and AR	Virtual product fitting. 71% of consumers would shop more often if they used augmented reality	Reducing refunds, increasing satisfaction
Personalization	Suggestions based on user behavior. 91% of consumers crave personalized offers and recommendations	Increase conversion and customer loyalty
Use of AI	Chatbots and product recommendations. 51% of consumers are more likely to repeat purchases in e-commerce companies with chat support	Increase sales, accelerate the purchase process
Voice search	Search and purchase using voice commands. 50% of people use voice search to find information on the Internet	Expansion of purchase methods, user-friendliness

The most important thing in the sale is to guide the client along the entire path as efficiently as possible and in a reasonable time. It is quite simple to attract a client to the site with a bright advertisement, he will end up in the store. However, when it comes to buying, the situation is not so positive. The e-commerce conversion rate ranges from 2.5% to 3%. That is, out of 100 people who saw your product in an online advertisement, such as a social network, only 3 people will make a purchase. The percentage of abandoned online order cards on mobile devices is 84% (72% on PC). The main reasons for refusing to make an online purchase are shown in Figure 2 [5].

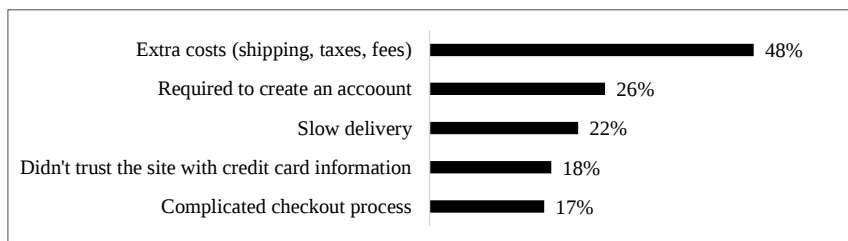


Figure 2. Reasons for refusing to make an online purchase

It is important to take into account the above trends in work. This does not mean that business should develop only due to trends. However, understanding trends and consumer behavior helps businesses better adapt to market conditions, improve their products and services, and compete effectively in the e-commerce market.

Reference

1. Роль электронной коммерции в современной мировой экономике [Электронный ресурс]. URL: <https://kmept.ru>.
2. 38 E-Commerce Statistics Of 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com>.
3. Top 15 E-Commerce Trends You Should Know in 2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hostinger.com>.
4. Ecommerce Statistics That Will Blow Your Mind in 2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://cashflowinventory.com>.
5. Voice Search as a Digital Marketing Tool: Integrating It into Your Business [Электронный ресурс]. URL: <https://medium.com>.

УДК 338.24

Влияние экономических санкций на российскую экономику: проблемы и пути их решения

Бобкова К.А., Большакова Е.С.

*Научный руководитель: Киселев А.А., канд. пед. наук, профессор
Ярославский государственный технический университет*

В настоящее время в мировой экономике совершается переход от однополярного мира к многополярному миру. Так, например, Президент РФ В.В. Путин на форуме «Российская Энергетическая неделя» в г. Москве отметил, что мировая экономика переходит к новой модели. Это

многополярная модель, где действуют несколько центров роста, а место, роль и значение каждой страны определяется тем, как она воспринимает эти необратимые процессы, как эффективно отстаивает свой суверенитет и перестраивает экономические связи [5].

Однако российская экономика сегодня испытывает сильнейшее давление в виде экономических и политических санкций со стороны США и его союзников. Это связано с тем, что не сбылись «мечты» бывшего президента США Б. Обамы «разорвать российскую экономику в клочья» [3]. Для того, чтобы добиться своей цели США решили «победить Россию на поле боя» [2]. Для этого они организовали на Украине переворот в целях использования скрытых механизмов конфликта, которые не оставили России выбора на проведение мероприятий по возвращению «в свою гавань» Крыма, а затем и на проведение специальной военной операции [10]. Одновременно это послужило сигналом для того, чтобы воздействовать на экономику России экономическими санкциями. При этом США пошли даже на то, чтобы организовать диверсию на газопроводе «Северный поток-2», лишив возможность использовать его для поставок газа в Германию и другие страны Западной Европы.

Необходимо отметить, что применение экономических санкций способствовало тому, что российская экономика начала перестраиваться. При этом нужно отметить, что еще в 2014 году Россия вынуждена была перейти на отечественную банковскую систему «Мир», что помогло успешно противодействовать новым санкциям США и стран Запада, которые начали вводиться с марта 2022 года [8]. Так, например, 21 марта 2014 года платежные системы Visa и MasterCard, используемые в России без предупреждения прекратили обслуживание карт, надеясь на создание проблем в экономике, связанных с невозможностью своевременного осуществления платежей; снижением доли платежей, производимых в электронной форме; доступность услуг и т.д.

Но Россия сумела быстро создать свою национальную платежную систему «Мир», что позволила с активизацией объявления новых экономических санкций успешно их преодолевать. И практика показала своевременность таких действий для обеспечения жизнеобеспечения российской экономики в дальнейшем. Хотя проблемы заморозки и изъятия российских активов со стороны США и стран Западной Европы сохраняются. При этом активно обсуждается на Западе передача процентов от замороженных российских активов Украине в виде финансовой помощи. Однако об изъятии российских активов западные

страны говорят осторожно, так как опасаются зеркальной ситуации по отношению к своим активам в России.

Тем не менее, нельзя считать, что экономические санкции против российской экономики не повлияли негативно на ее развитие. Так, например, у «Газпрома» заблокировали практически все банковские счета в ЕС, а также изъяли зарубежные дочерние компании. А в Германии и Польше под национализацию попали Gazprom Germania и Europol Gaz, общая стоимость которых на конец 2021 года равнялась примерно 9 млрд. евро. При этом «Газпром» лишился активов в Великобритании на сумму более 5 млрд. долларов [9]. Кроме того, Россия сделала все, чтобы, лишившись европейского рынка газа перенаправить его в такие страны Азии, как Китай и Индия. Однако полностью восстановить объем поставок газа и нефти пока не удастся, а бюджет России не получает необходимых средств. К этому добавились скрытые санкции на экспорт зерна и минеральных удобрений, который снизился на 15% по отношению к досанкционному периоду взаимоотношений. Экономические санкции вынудили Россию реализовывать стратегию импортозамещения. Но реализация стратегии импортозамещения не решила всех проблем. Так, например, очень сильно пострадал российский автопром, который значительно сократил выпуск российских автомобилей из-за нехватки иностранных комплектующих, а также привел к тому, что автомобили стали выпускаться в «упрощенных» версиях без таких опций, как подушки безопасности, круиз-контроль, климат-контроль и т.д. [1]. Пришлось прибегать к такой мере, как параллельный импорт, то есть приобретение необходимых комплектующих через «третьи страны». Однако такой подход привел и к негативным последствиям, когда отечественные организации успокоились и стратегия импортозамещения во многих отраслях начала «пробуксовывать», особенно в сфере микрочипов и электроники. А США начали активно воздействовать на страны, которые способствовали реализации российской экономической стратегии параллельного импорта. При этом США сделали ставку на то, что война на Украине будет создать российской экономике большие проблемы, связанные с оттоком профессиональных кадров в зону специальной операции; необходимости использовать новое оружие, производство которого требует больших затрат, множества микрочипов и др.

Россия, как показывает практика, пыталась разрабатывать и производить собственные полупроводники, но пока не может полностью отказаться от импорта. В настоящее время Россия планирует потратить на эти цели всего 44 млрд. долларов вместо требуемых сотен млрд. долларов

до 2030 года. Так, что пока Россия не может обеспечить себя собственными чипами. В настоящее время поставки западных чипов идут в Россию через многочисленных посредников из третьих стран, в основном из Китая и Турции. Так, например, с 1 апреля по 31 октября 2023 года Россия закупила чипов Intel на сумму не менее 457 млн. долларов. В результате западные чипы обнаруживаются в недавно произведенных российских беспилотниках и других системах вооружения [7]. Такое возможно потому, что страны, поставляющие чипы в Россию, сами нуждаются во многих ресурсах, имеющихся у России. И, тем не менее, это сегодня самая большая проблема для российской экономики, которую требуется целенаправленно решать. В целом, по данным правительства КНР, под давлением США экспорт в Россию в марте 2024 года упал на 27% по сравнению с февралем. Львиная доля этого падения приходится на высокотехнологическую продукцию. Так, поставки ноутбуков за этот период снизились почти наполовину, а смартфонов – на две трети. Экспорт базовых станций связи в Россию за этот период остановился практически полностью [4].

Несомненно, США и страны его поддерживающие стремятся не оставляют попыток негативно повлиять на снижение эффективности российской экономики всеми доступными как законными, так и силовыми методами, чтобы добиться своих целей, вводя все новые и новые пакеты экономических санкций. При этом даже спорт стал незаконным механизмом с позиции мирового права давления на экономику России, связанную с недопуском спортсменов на соревнования. Как отметил Президент РФ В.В. Путин в послании Федеральному собранию 29 февраля 2024 года, «темпы и, главное, качество роста позволяют надеяться и даже утверждать, что уже в ближайшей перспективе мы сможем сделать еще один шаг вперед, войдем в четверку крупнейших экономических держав мира» [6].

Таким образом, экономические санкции против России оказали и продолжают оказывать существенное влияние на российскую экономику. Но она смогла перестроиться. Были найдены новые рынки для экспорта продукции, выстроены новые логистические цепочки поставок, заработал параллельный импорт для ввоза необходимых товаров через третьи страны. Однако сегодня нельзя на этом успокаиваться, так как российская экономика должна стать самодостаточной и уметь противостоять любым со стороны недружественных стран.

Библиографический список

1. Киселев А.А., Сазонов А.И. Экономические санкции США и стран Запада как экономический бумеранг по западной экономике // Экономика и предпринимательство, 2023. № 6. С. 122–126.

2. Лавров заявил о стремлении США и НАТО уничтожить Россию [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/>.

3. Обама заявил о «разорванной в клочья» экономике России [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/politics/>.

4. Почему Китай отказался поставлять в Россию высокотехнологическую продукцию [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ridus.ru/pochemu-kitaj-otkazalsya-postavlyat-v-rossiyu-vysokotehnologicheskuyu-produkciyu-380550.html/>.

5. Путин объявил о переходе мировой экономики к новой модели [Электронный ресурс]. URL: <https://dzen.ru/a/ZSaRP8J26S7E0z27>.

6. Путин рассказал о новых мерах поддержки экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20240229/support-1930238735.html>.

7. Россия не может заменить западные чипы — поэтому она получает их незаконно [Электронный ресурс]. URL: https://dzen.ru/a/Y_YqP7Gg5EVWvM9p.

8. Сазонов А.И., Киселев А.А. Противодействие экономическим санкциям против России как механизм для развития процесса создания многополярного миропорядка // Экономика и предпринимательство, 2023. № 12. С. 460–464.

9. Сколько российские компании потеряли из-за санкций [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/rus-sanctions-losses/>.

10. Тайные операции США: как Вашингтон толкнул Украину на конфликт с Россией [Электронный ресурс]. URL: https://www.worldandwe.com/ru/page/taynye_operacii_ssha_kak_vashington_tolknul_ukrainu_na_konflikt_s_rossiey.html.

УДК 332.12

Peculiarities of doing business in countries and regions of the world

Бондарчук Д.И., Кортелёва К.А.

Научный руководитель: Бондарчук Д.И., преподаватель

Белорусский национальный технический университет

This work is going to be devoted to the analysis of traits and specifics of

business in such countries as Italy, Israel, and Great Britain. First of all, it should be noted that we are to analyze the economic activity of countries with developed economies and membership in many international economic unions, and therefore countries with full economic potential, with sound and robust markets.

Italy is a country of great prospects. Due to its geographical location and mild climate, it has a vast number of opportunities. It is a country with a highly developed industries of automobiles, engineering industries, and electronics. Italian products are trusted by consumers all over the world. As for the climate being mentioned, the country is widely engaged in farming and cattle breeding as well.

Speaking of communication typical for this country, building close relationships is an important factor in Italian business. It is trivial to express open disagreement and start a constructive conflict during business meetings. Italian colleagues often talk at the same time or interrupt each other, accompanying their speeches with a plenty of gestures. Punctuality is not a priority: Italians are often late for business meetings and it is not considered rude or impolite.

Regarding Israel, we ought to note that this country doesn't obtain much of natural resources, therefore the most successful areas for business development in this country are IT technologies, scientific and technical development, and service industry.

Israel has a very high level of financial discipline and civil responsibility, so it's strictly forbidden to provide services or sell goods without official registration. Despite full support from the state, doing business is not always successful. There are many reasons for this: ignorance of the intricacies of doing business on the Israeli market, legislation, great competition, poor command of the language. Therefore, at the initial stage it is better to find yourself an experienced consultant, whose service is rather needed in these terms of doing business.

Great Britain is one of the leaders of European trade and a major financial center, this country has a very long-playing history of economic development, and therefore, high competitiveness. Leading industries are oil and gas production, mechanical engineering, pharmaceuticals, metallurgy, oil refining etc.

The finer points of British manners can be a source of confusion. The British business culture can be characterized by an esteem for rank, age and authority. A small introductory conversation on everyday topics are typical for British business etiquette, while in other European countries this might be a sign

of a person not interested in the job. Outside of a business environment, people can gather to relax, this is a great way to form relationships between colleagues.

Making a conclusion, we could say that business peculiarities of different countries significantly vary from each other. Lots of different works on cultural dimensions were published in order to illustrate it in more detail. One simple summary may be made: before starting a business, you should familiarize yourself with the economy, culture and mentality of the country so as not to get into an unprofitable position. Modern and fast-changing world require all your attention. Only then starting a business will be much easier.

Библиографический список

1. Европейская интеграция: учебник для вузов / Под ред. О.В. Буториной, Н.Ю. Кавешникова. М.: Аспект Пресс, 2018. 736 с.

2. Ковшар Е.А. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие. Минск: РИВШ, 2012. 404 с.

3. Психология и этика менеджмента и бизнеса: учебное пособие / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. М.: Дашков и К°, 2017. 274 с.

УДК 339.976

Северный Морской Путь как инвестиция будущего

Вайгельман Д.С., Кузнецов А.Э.

*Научный руководитель: Гулина А.И., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Северный морской путь, проходящий по водам Северного Ледовитого океана, является кратчайшим морским путем между Европой и Азией. В последние годы этот путь набирает популярность как потенциально более удобный и короткий путь, особенно между Китаем и Европой, который позволит уменьшить время и затраты на транспортировку грузов, избежать возможных заторов и нападений пиратов. Однако, использование СМП также связано с рядом проблем и рисков. В этой работе мы рассмотрим основные проблемы СМП и способы их решения, а также экономические выгоды и перспективы, которые влечет за собой Северный морской путь для России.

На данный момент, важнейшей транспортной артерией в международной морской торговле между Европой и Азией является Суэцкий канал, через него идет более 1,3 млрд. тонн грузов, проходят 20 тыс. судов в год. Однако, протяженность маршрута от Роттердама до

Июкогамы через Суэцкий канал составляет 20,7 тыс. км, а через СМП - 12,7 тыс. км. Существенная разница в длине морских путей представляется очевидной, что делает Северный морской путь главным претендентом на роль новой ведущей транспортной артерии.

Тем не менее, на сегодняшний день через Северный морской путь прошло лишь 36 млн тонн груза, что говорит о непопулярности данного маршрута. Основными препятствиями, мешающими росту популярности Севморпути, являются: недостаток инфраструктуры, квалифицированных кадров, а также необходимость ледокольного сопровождения на протяжении большей части года. Все это делает Северный морской путь небезопасным и неудобным маршрутом для регулярных грузоперевозок.

Российская Федерация стремится иметь ведущую роль в обеспечении транзита через Северный морской путь, о чем говорят Указы Президента о стратегии развития Арктической зоны РФ и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 г., а также указ об основах государственной политики в Арктике на период до 2035 года.

К 2035 году ожидается увеличение объема грузоперевозок по Северному Ледовитому океану до 160 миллионов тонн и обеспечение круглогодичного сообщения на всей протяженности пути.

Таким образом, в рамках развития инфраструктуры Севморпути планируется возведение трех арктических центров МЧС, а также строительство 30 аварийно-спасательных судов в рамках обеспечения безопасности морских перевозок. В виду сложных арктических условий, необходимо проведение дополнительной подготовки спасателей, обеспечение их специальным дорогостоящим оборудованием [1].

Следующим важным аспектом является обеспечение круглогодичного судоходства путем создания централизованной системы управления морскими перевозками. Одним из необходимых условий функционирования данной системы является наличие развитой метеорологической службы и соответственно развитой спутниковой группировки, занимающихся мониторингом льдов и обеспечением связи. Обеспечение своевременной и актуальной информацией позволит избежать экономических потерь, а также увеличения срока доставки [2].

Одним из важнейших факторов функционирования Северного морского пути являются ледоколы. По данному маршруту суда могут самостоятельно следовать в среднем всего лишь три месяца в году без помощи ледоколов. На 2024 год Россия обладает самым крупным ледокольным флотом в мире, в эксплуатации находятся следующие корабли: «Севморпуть», «Таймыр», «Вайгач», «Ямал», «50 лет Победы»,

«Арктика», «Сибирь», «Урал». Планируется введение в строй следующих кораблей – «Якутия», «Чукотка», «Россия», «Ленинград». Однако, к 2026 году подойдет конец периода использования некоторых советских ледоколов, и в эксплуатации останется лишь семь кораблей, против одиннадцати ледоколов, требуемых для обеспечения бесперебойной работы Северного морского пути. Это достижимо лишь при увеличении отечественных инвестиций в ледокольный флот и росте производительности верфей.

Нельзя игнорировать существенный недостаток квалифицированных кадров в Арктике. Современные судоходные вузы не пользуются популярностью, а также имеют ряд проблем, таких как:

- а) отсутствие опыта работы у преподавателей;
- б) устаревающие, неактуальные учебные программы;
- в) отсутствие современного тренировочного оборудования;
- г) устаревающая материально-техническая база вузов.

Однако текущие условия судоходства требуют постоянный приток высококлассных специалистов, способных к навигации в тяжелых условиях Арктики и адаптации к развивающейся судоходной технике. Другой важной проблемой является утечка кадров в иностранные компании, предлагающие более высокую заработную плату и лучшие условия труда.

Помимо этого, с ростом популярности Северного морского пути неизбежно встанет вопрос о развитии наземной инфраструктуры – портов, медицинских учреждений, логистических хабов, средств связи. Одним из крупнейших проектов, ведущихся на данный момент, является проект трансарктической подводной волоконно-оптической линии, которая соединит Мурманск и Владивосток, создаст альтернативу спутниковой связи и обеспечит низкую задержку сигнала. Дополнительно, специалистами была поднята проблема здравоохранения – на протяженности Северного Морского пути необходимо создать ряд медицинских пунктов, обеспечить возможность эвакуации больных моряков с судна, а также создать центры здоровья моряков в портовых городах. Ввиду изолированности и скудности портов на протяжении Севморпути, важен вопрос оказания первой медицинской помощи – корабли должны быть оснащены нужными лекарствами и квалифицированными врачами [4].

Как уже было сказано, Северный морской путь является кратчайшим путем из Европы в Китай. К слову, товарооборот Китая с Европой в 2023 году составил 782,9 млрд. долларов. Очевидно, что даже если треть грузов,

которые идут сейчас через Суэцкий канал, будут перенаправлены по Северному морскому пути, это принесет экономические выгоды всем участникам международной торговли – сокращение затрат на горюче-смазочные материалы, обслуживание кораблей и работникам, а в свою очередь, Россия, как страна, по чьей территории пролегает большая часть Севморпути, обеспечит хорошую прибыль на обслуживании и обеспечении кораблей и плату за проезд. К тому же, даже в случае отказа стран Европы от пользования Северным морским путем, развитие этого маршрута позволит России в разы увеличить объёмы продаваемого в Азию сжиженного природного газа, нефти и угля, так как основная добыча полезных ископаемых перемещается в Арктику и на северные берега России. Именно поэтому Китай возлагает большие надежды на развитие Северного Морского пути.

Также одной из важнейших перспектив, в виду которой следует развивать Северный морской путь, является изменение климата в Арктике. Если посмотреть на статистику с конца 1970-х годов, видно, что сегодня Северный Ледовитый океан в среднем замерзает почти в два раза меньше чем в прошлом. С 1958 г. арктический морской ледяной покров стал примерно на две трети тоньше [3]. На основании этой статистики существуют прогнозы, что к 2045 году Северный Ледовитый океан может полностью лишиться льда, что позволит кораблям следовать без дорогостоящего ледокольного сопровождения.

Таким образом, Северный морской путь — одна из важнейших инвестиций в будущее России. Освоение Севморпути имеет большое значение для развития международной торговли, а также для укрепления геополитического влияния России в Арктике. Однако, использование Северного Морского пути также связано с рядом комплексных проблем и рисков, а также с высокой стоимостью обслуживания и эксплуатации. Поэтому, для успешного развития данного проекта необходимы большие капиталовложения в арктические проекты, которые, по разным оценкам, до 2035 года составят порядка 19,5 триллиона рублей. Эти инвестиции будут направлены на создание новых портов, ледоколов, спутниковой связи, экологической безопасности и других аспектов. В свою очередь, эти инвестиции принесут значительные налоговые поступления в бюджет России, а также увеличат объёмы торговли по Севморпути, которые в 2023 году достигли 797% по сравнению с 2014 годом. Подытоживая, Северный Морской путь является одним из самых важных и перспективных морских торговых путей, который требует активного развития и поддержки.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ от 01.08.2022 № 2115-р (ред. от 28.04.2023) «Об утверждении Плана развития Северного морского пути на период до 2035 года».

2. Основы государственной политики РФ в Арктике на период до 2035 г. (утв. Указом Президента РФ от 05.03.2020 № 164).

3. Бумай О.К., Абакумов А.А., Турлаков Ю.С. Актуальные проблемы по созданию единой системы медицинского обеспечения судов в акватории Северного морского пути // Медицина экстремальных ситуаций. 2020. № 1.

4. Доклад о научно-методических основах для разработки стратегий адаптации к изменениям климата в Российской Федерации (в области компетенции Росгидромета). СПб; Саратов: Амирит, 2020. 120 с.

УДК 311.172

Средняя заработная плата в России: динамика, анализ, прогноз

Васильева Н.А., Забелина А.С.

*Научный руководитель: Краснова Г.Н., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Средняя заработная плата является одним из важнейших показателей, отражающих экономическое развитие страны, уровень и качество жизни населения. За последние два десятилетия, в силу сложившихся международных отношений, в экономике страны произошли существенные изменения, тем самым повлияв на благосостояние населения.

Средняя заработная плата в России также претерпела значительные изменения под воздействием различных факторов, таких как инфляция, экономический рост, кризисы и другие. Проанализируем динамику заработной платы в России за период 2000–2023 гг.

Официальные статистические данные заработной платы в Российской Федерации представлены в таблице 1.

Для анализа динамики заработной платы в РФ за 2000–2023 гг. используем расчеты основных показателей рядов динамики.

Проанализировав данные таблицы 1 и выполнив расчеты, можно сделать вывод: в Российской Федерации заработная плата за 2000–2023 гг. увеличилось на 63090 руб., что составляет 29,04%. Значение 1% прироста увеличивается: в 2001 г. составляет 3240 рублей на 1% прироста, а в 2023

г. – 65340 руб. на 1% прироста. Среднегодовой уровень заработной платы за этот период составляет 27580 руб. В среднем заработная плата ежегодно увеличивается на 19,17%.

Таблица 1. Динамика средней заработной платы в России за 2000–2023 гг.

Год	Средняя заработная плата, руб.	Абсолютный прирост, тыс. руб.		Коэффициент роста		Темп прироста, %		Абсолютное содержание 1% прироста, руб.
		цеп	баз	цеп	баз	цеп	баз	
2000	2250	-	-	-	-	-	-	-
2001	3240	990	990	144,00	144,00	44,00	44,00	22,5
2002	4360	1120	2110	134,57	193,78	34,57	93,78	32,4
2003	5430	1070	3180	124,54	241,33	24,54	141,33	43,6
2004	6740	1310	4490	124,13	299,56	24,13	199,56	54,3
2005	8550	1810	6300	126,85	380,00	26,85	280,00	67,4
...	...	...	...	...	...	...	...	...
2010	20960	2320	18710	112,45	931,56	12,45	831,56	186,4
...	...	...	...	...	...	...	...	...
2015	34040	1570	31790	104,84	1512,89	4,84	1412,89	324,7
...	...	...	...	...	...	...	...	...
2020	51370	3470	49120	107,24	2283,11	7,24	2183,11	479
2021	57270	5900	55020	111,49	2545,33	11,49	2445,33	513,7
2022	62390	5120	60140	108,94	2772,89	8,94	2672,89	572,7
2023	65340	2950	63090	104,73	2904,00	4,73	2804,00	623,9

Опишем тенденцию развития – тренд, который показывает направление развития явления. Тенденция развития явления характеризует его функцией времени, которая показывает общую закономерность развития исследуемого явления во времени. Используем метод скользящей средней.

Построим график динамики заработной платы производства в РФ за период 2000–2023 гг., отобразив на нем трехлетнюю скользящую среднюю и уравнение тенденции развития (рис. 1).

Рисунок 1 наглядно показывает, что сглаженный ряд короче, чем ряд с фактическими значениями т.е. с первоначальными; в сглаженном ряду колеблемость значений значительно меньше чем в ряду с фактическими значениями.

Используем метод аналитического выравнивания, так как он является более точным методом выявления тенденции того или иного показателя в статистике. Построение тренда отображено в таблице 2.

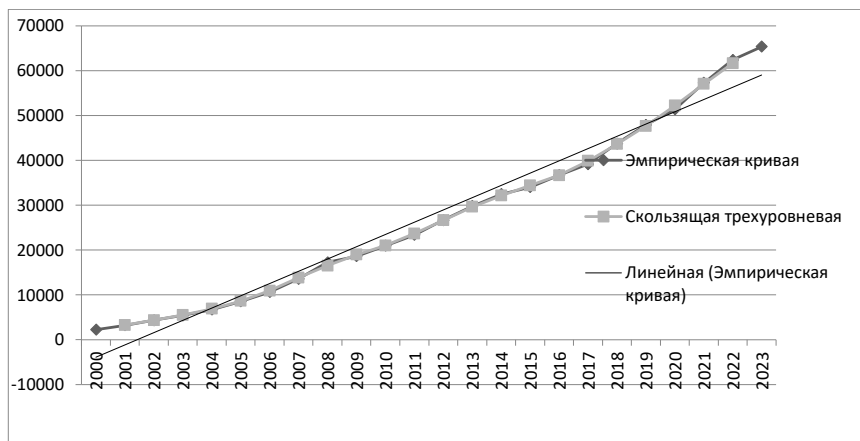


Рисунок 1. Динамика заработной платы в РФ за 2000–2023 гг.

Таблица 2. Параметры тренда заработной платы в РФ за 2000–2023 гг.

Год	Средняя заработная плата, руб. (Y)	Скользящая трехуров- невая	t	t^2	Y*t	$\overline{y_{теор}}$
2000	2250	-	-23	529	-51750	-6003269,17
2001	3240	3283,33	-21	441	-68040	-5478847,50
2002	4360	4343,33	-19	361	-82840	-4954425,83
2003	5430	5510,00	-17	289	-92310	-4430004,17
2004	6740	6906,67	-15	225	-101100	-3905582,50
2005	8550	8640,00	-13	169	-111150	-3381160,83
...	...	...	...	...	...	...
2010	20960	20990,00	-3	9	-62880	-759052,50
...	...	...	...	...	...	...
2015	34040	34410,00	7	49	238280	1863055,83
...	...	...	...	...	...	...
2020	51370	52180,00	17	289	873290	4485164,17
2021	57270	57010,00	19	361	1088130	5009585,83
2022	62390	61666,67	21	441	1310190	5534007,50
2023	65340	-	23	529	1502820	6058429,17
Всего	661920	-	0	4600	6293060	-
Сумма квадрата отклонения $(y_i - \overline{y_{теор}})^2$					312979420091828,00	

Уравнение общей тенденции исследуемого явления принимает вид:

$$\overline{y_t} = 27580 + 1368,057 * t.$$

Тренд показывает среднегодовое увеличение средней заработной платы в России в среднем составляет 1368,057 руб.

Отклонения фактических уровней ряда от значений, полученных путем подстановки t в уравнение общего тренда исследуемого явления, используются для определения колеблемости фактических уровней.

Колеблемость заработной платы в РФ около линейного тренда составила 3238,292 рубля или 11,741%.

Коэффициент вариации менее 33%, что дает возможность провести достоверный прогноз с использованием тренда. В 2024 г. средняя заработная плата составит: $\overline{y}_{2024} = 27580 + 1368,057 \cdot 25 = 61781,41$ руб.; в 2025 г. – $\overline{y}_{2025} = 27580 + 1368,057 \cdot 27 = 64517,539$ руб.

Исходя из проведенного нами исследования, можно сделать следующие выводы. В Российской Федерации средняя заработная плата за период 2000–2023 гг. увеличилась на 63090 руб. (на 29,04%), при этом среднегодовой ее уровень составил 27580 руб., а ежегодное увеличение – 19,17%. Методом аналитического выравнивания, было выявлено, что заработная плата в РФ имеет тенденцию роста, при этом колеблемость около тренда составила 3238,292 руб. (11,741%). С помощью уравнения общей тенденции ряда был сделан прогноз, который показал, что средняя заработная плата в РФ в 2024 г. составит 61781,41 руб., в 2025 г. – 64517,539 руб.

Библиографический список

1. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/>.

2. Елисеева И.И. Статистика: [углубленный курс]: учебник для бакалавров / И.И. Елисеева и др.]. М.: Юрайт: ИД Юрайт, 2016. 565 с.

3. Статистика: учебное пособие для высших учебных заведений по экономическим специальностям / В.М. Гусаров, Е.И. Кузнецова. М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2016. 479 с.

УДК 330.564.224

Перспективы создания сыроваренного бизнеса в Ярославской области и меры его поддержки

Вольский А.А.

*Научный руководитель: Патрушева Е.Г., д-р экон. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В условиях санкционного давления импортозамещение становится стратегически важным направлением развития российской экономики. Ранее меры по его стимулированию носили отраслевой характер, фокусируясь на насыщении внутреннего рынка отечественной продукцией. Успехи были достигнуты в традиционно сильных отраслях: ОПК, химической и частично пищевой промышленности.

Новая стратегия импортозамещения, разработанная Правительством РФ, имеет комплексный характер и охватывает широкий спектр отраслей. Она нацелена на обеспечение полной независимости от зарубежных поставщиков по широкому спектру товаров, услуг и технологий, а также на восстановление и модернизацию собственного производства в ряде отраслей. Реализация стратегии должна стимулировать экономический рост страны.

Проведенное исследование по вопросам перспектив развития отрасли [2] позволило сделать вывод, что без государственного стимулирования сыроделие в Российской Федерации будет и дальше испытывать значительные трудности. Это обуславливает ряд факторов, среди которых:

- недостаточная инвестиционная привлекательность отрасли как для отечественных, так и для иностранных инвесторов;
- высокая стоимость заемного капитала;
- недостаточная развитость инфраструктуры;
- низкий уровень государственной поддержки.

В рамках другого исследования, посвященного вопросам модернизации и развития отечественной экономики [3], экспертами был сделан вывод о необходимости ускоренной модернизации действующих производств. Целью данного шага является увеличение объемов производства и, как следствие, повышение конкурентоспособности страны на мировом рынке.

Помимо модернизации, особое внимание предлагается уделить созданию импортозамещающих производств. Отмечается, что ряд товаров и технологий импортировать невыгодно или невозможно по объективным причинам. К этой категории относится критический импорт, который требует либо сокращения закупок, либо непрямого замещения другими видами продуктов.

Одним из перспективных направлений развития в данном контексте является производство патентованных продуктов. Это могут быть как собственные разработки отечественных сельхозпроизводителей, так и продукты, приобретенные по лицензии у зарубежных разработчиков.

По итогам исследования общие затраты на замещение импортных продуктов могут составить более 7 млрд. долларов [2].

Правительство Ярославской области видит значительный потенциал развития сельского хозяйства и активно поддерживает все направления этой отрасли. Ежегодно разрабатываются и внедряются новые меры поддержки сельхозтоваропроизводителей.

В настоящее время действуют следующие программы поддержки [1]:

- грант на развитие материально-технической базы: данная программа позволяет сельхозпроизводителям получить финансовую помощь на приобретение сельскохозяйственной техники, оборудования и строительство производственных объектов;

- грант «Агропрогресс»: предоставляет до 30 млн. рублей на развитие всех видов сельскохозяйственной деятельности;

- грант «Агротуризм»: направлен на поддержку развития сельского туризма в области. В рамках этой программы можно получить до 10 млн. рублей на организацию мест размещения, объектов питания, благоустройство территорий, а также на приобретение техники, оборудования и транспорта;

- льготное кредитование: предоставление сельхозтоваропроизводителям кредитов на льготных условиях. Срок кредитования может достигать 8 лет, а максимальная сумма кредита составляет 50 млн. рублей.

Реализация данных мер поддержки позволяет стимулировать развитие сельского хозяйства в Ярославской области, увеличивать объемы производства сельскохозяйственной продукции и повышать уровень качества сельскохозяйственной продукции.

На основании данных Ярославьстата за 2022 год, отмечается существенный рост производства сыроваренной продукции в Ярославской области. В период с 2020 по 2021 год объем производства увеличился на 19,43% [1].

Согласно планам правительства области, к 2025 году объем производства сыра будет увеличен еще на 20%. Данный рост станет результатом реализации комплекса мер, направленных на развитие отрасли, в том числе:

- модернизация существующих сыроваренных заводов;
- строительство новых производственных мощностей;
- создание дополнительных рабочих мест.

Одним из ключевых факторов развития сыроваренной промышленности в регионе станет открытие современного

высокотехнологичного предприятия по производству бактериальных заквасок и концентратов для пищевой промышленности.

Соглашение о создании данного предприятия было подписано на Петербургском международном экономическом форуме. Планируемая мощность завода составит 160 тонн бактериальных заквасок в год, что покрывает более 25% рынка потребления в стране.

Реализация данных мер позволит Ярославской области стать одним из лидеров по производству сыра в России.

Можно отметить также, что для развития малых предприятий в сфере сыроварения имеются такие формы поддержки как грант «Агротуризм», который специально разработан для сыродельческих и винодельческих предприятий в Ярославской области, а также льготное кредитование под 5 процентов годовых, предлагается помощь в разработке сайтов.

Помимо ранее перечисленных мер поддержки, для развития малых предприятий в сфере сыроварения в Ярославской области предусмотрены следующие инструменты [4].

Грант «Агротуризм»: специально разработан для сыродельческих и винодельческих предприятий. Цель гранта: стимулирование развития сельского туризма в регионе. В рамках гранта предприятия могут получить финансовую помощь на:

- организацию мест размещения туристов;
- оборудование объектов питания;
- благоустройство территорий;
- приобретение техники, оборудования и транспорта.

Льготное кредитование: предоставление малым предприятиям кредитов на льготных условиях. Процентная ставка по таким кредитам составляет 5% годовых. Средства кредита могут быть использованы на:

- развитие производства;
- приобретение оборудования;
- маркетинговые мероприятия.

Реализация данных мер поддержки создает перспективы для создания новых предприятий малого предпринимательства в сфере сыроварения в Ярославском регионе их становления и развития.

Библиографический список

1. Информационный ресурс АПК76.ру [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--76-6kc4bya.xn--p1ai/?p=6429>.
2. Митин А.Н. Экономико-управленческий аспект импортзамещения продовольствия в России // Аграрный вестник. 2015. 83 с.

3. Маршнер У. Развитие сыроделия: импорт или производство? // Переработка молока, 2011. 10 с.

4. Статистический сборник-ежегодник "Ярославская область". Ярославльстат, 2022 г. 236 с.

УДК 336.73

Небанковские кредитные организации в платёжной системе России

Габитова Л.Е.

*Научный руководитель: Коречков Ю.В., д-р экон. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В рыночной экономике особое место принадлежит кредитным организациям, которые осуществляют операции по привлечению средств во вклады, размещению денежных средств и осуществлению расчетов с открытых в них счетах юридических и физических лиц. Возникают кредитные отношения, которые играют важную роль в стимулировании потребительского спроса на рынке товаров и услуг. Кредиты предоставляют возможность физическим и юридическим лицам получать дополнительные финансовые ресурсы для покупки товаров, инвестиций в бизнес, приобретения жилой недвижимости и других целей.

Предложение кредитов на рынке формируется со стороны коммерческих банков, финансовых структур и различных посредников, которые предлагают различные условия кредитования. Конкуренция между кредитными организациями стимулирует развитие рынка кредитования и предлагает заемщикам больше выбора и возможностей [1, с. 54].

В России существуют специальные организации, такие как кредитные потребительские кооперативы, микрофинансовые организации (МФО) и другие, которые предлагают разнообразные финансовые услуги, включая кредитование, особенно малому и среднему бизнесу и населению. Специфические кредитные организации могут предоставлять кредиты на более гибких условиях, чем банки, и они могут быть особенно востребованы в случаях, когда клиенты не могут получить кредиты от традиционных банков из-за ограничений, таких как низкая кредитная история, отсутствие залога или других факторов. Эти организации также могут предоставлять более быстрые и упрощенные процедуры кредитования, что может быть важно для некоторых заемщиков.

Однако стоит отметить, что такие специфические кредитные организации также регулируются соответствующими органами государственного контроля, поэтому важно тщательно выбирать среди них такие, которые относятся к надежным и лицензированным экономическим структурам. Заемщики также должны внимательно оценивать условия кредитования и свою финансовую способность вернуть кредит в срок, чтобы избежать возможных финансовых трудностей в будущем.

Оценка реального значения специальных кредитных организаций на рынке банковских услуг может быть сложной задачей из-за нестабильности экономической ситуации в стране. Экономические факторы, такие как инфляция, колебания валютного курса, геополитическая ситуация и другие макроэкономические риски могут оказывать влияние на деятельность небанковских кредитных организаций и их способность предоставлять кредиты и удовлетворять потребности заемщиков [2, с. 120]. При выборе кредитной организации важно учитывать их репутацию, стабильность и финансовую состоятельность, наличие лицензии и соответствие регулятивным требованиям, а также внимательно оценивать условия кредитования и свою финансовую способность возврата кредита.

В Российской Федерации небанковские кредитные организации (НКО) вместе с коммерческими банками относятся ко второму уровню банковской системы и имеют право на осуществление определенных банковских операций в соответствии с Федеральным законом «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395–1 и другими нормативно-правовыми актами. Однако стоит отметить, что законодательные требования к небанковским кредитным организациям могут быть менее строгими по сравнению с коммерческими банками, так как они рассчитаны на меньший объем операций и рисков. Небанковские кредитные организации могут предоставлять кредиты и другие банковские услуги определенным категориям клиентов, таким как малый и средний бизнес, физические лица и другие, и имеют определенные преимущества и ограничения по сравнению с банками.

По состоянию на 1 февраля 2024 г. в России было 323 действующих коммерческих банка (223 коммерческих банка с универсальной лицензией, 100 коммерческих банков - с базовой лицензией) и 37 небанковских кредитных организаций. Одна из ключевых черт небанковских кредитных организаций заключается в том, что они могут осуществлять некоторые банковские операции, но не все, и это отличает их от банков и других кредитных организаций. Небанковские кредитные организации могут

осуществлять расчетные, депозитные, кредитные операции, а также сбор наличных, вексельных, расчетных и бухгалтерских документов.

Современные НКО являются необычными и инновационными, и поэтому их причисляют к компаниям нового поколения. В процессе их существования особое внимание уделяют именно сервису, так как он становится все более технологичным и удобным, а также быстрым, благодаря чему различные переводы выполняются мгновенно, что связано с постоянным развитием банковских технологий, а они имеют непосредственное воздействие на работу многочисленных НКО [3, с. 9].

Современные небанковские кредитные организации стремятся занять как можно больше места на рынке, для этого они работают с многочисленными субъектами, которые осуществляют деятельность на нем. Сюда, кроме коммерческих банков относятся:

- разные терминальные сети;
- интернет-магазины;
- системы платежей;
- связные операторы;
- процессинговые центры;
- другие.

Небанковские кредитные организации имеют полномочия на создание полноценной сети платежей, также они имеют отношение к формированию особых платежных систем, входящих в огромное количество банков, по этой причине увеличивается территориальный охват организаций.

Постоянное и эффективное развитие небанковских кредитных организаций привело к тому, что с каждым годом они наделяются все большим числом полномочий и функций, улучшают свой сервис и обслуживание в сфере безналичных денежных переводов, а также операций, которые связаны с платежными картами. Благодаря этому небанковские кредитные организации становятся достойными конкурентами для стандартизированных банков.

Таким образом, НКО имеют своеобразные особенности и могут быть важным сегментом на рынке банковских услуг, однако они также подлежат определенным законодательным требованиям и регулятивному контролю со стороны соответствующих органов надзора и регулирования.

Небанковская кредитная организация (НКО) — это юридическое лицо, которое имеет лицензию от Банка России на осуществление определенных видов банковских операций. В зависимости от того, какие банковские операции проводит НКО, выделяют следующие ее разновидности:

1. Небанковские депозитно-кредитные организации (НДКО), которые специализируются на привлечении вкладов или выдаче займов физическим и юридическим лицам.

2. Платежные небанковские кредитные организации (ПНКО), которые обеспечивают мгновенные переводы и платежи. Данные компании имеют два основных направления:

– обслуживание виртуальных кошельков (Яндекс. Деньги, QIWI, PayPal);

– мгновенные денежные переводы.

3. Расчетные небанковские кредитные организации, которые занимают большую часть рынка и имеют расширенные полномочия (Клиринговые центры, Western Union).

В Российской Федерации расчетные небанковские кредитные организации (РНКО) являются более распространенными, так как имеют более широкий спектр обязанностей по сравнению с обычными небанковскими организациями. Для создания РНКО с лицензией, которая позволяет осуществлять расчеты по поручению юридических лиц, минимальный уставный капитал составляет 90 миллионов рублей. Это требование устанавливается Центральным банком Российской Федерации в соответствии с законодательством о кредитных организациях и регулирует процедуру создания и функционирования РНКО.

Библиографический список

1. Коречков Ю.В. Деньги, кредит, банки. Учебное пособие. Ярославль, 2016. 282 с.

2. Ларина О.И. Банковское дело. Практикум: учебное пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 234 с.

3. Абдуллина Р.Б., Галимов К.Т. Небанковские кредитные организации как часть банковской системы и национальной платежной системы // Фундаментальные исследования. 2020. № 5. С. 9–15.

УДК 140.8

Роль прогнозирования в развитии института социальной ответственности предпринимателей

Гельмашина В.С., Лаврентьева В.В.

Научный руководитель: Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Прогнозирование играет важную роль в деятельности предпринимателей, помогая им предвидеть будущие тенденции, изменения и риски. Однако, при разработке прогнозов предприниматели должны также учитывать социальные факторы и изменения в обществе для обеспечения социальной ответственности в процессе деятельности своих предприятий.

Мы можем выделить три основных аспекта роли прогнозирования в обеспечении социальной ответственности предпринимателей: анализ трендов и изменений, прогнозирование рисков и возможностей, разработка стратегий устойчивого развития.

Начнем с анализа трендов и изменений. Прогнозирование позволяет предпринимателям анализировать существующие тренды и изменения в социальной среде, такие как демографические изменения, изменения в образе жизни, технологические инновации и изменения потребительского поведения. Это позволяет предпринимателям понять, какие новые потребности и требования могут возникнуть у потребителей, а также какие социальные проблемы и вызовы могут появиться. На основе такого анализа они могут принять меры для удовлетворения этих потребностей и решения социальных проблем. Также это позволит им более четко определить политику собственного предприятия и какие мероприятия стоит провести.

Прогнозирование рисков и возможностей позволяет предпринимателям выявлять потенциальные риски и возможности, связанные с социальными факторами. Они могут прогнозировать, какие изменения могут повлиять на их бизнес, и какие проблемы и возможности они могут встретить в будущем. Результаты этого анализа могут быть полезны не только для сохранения текущих операций компании, но и для обнаружения новых перспектив и возможностей [1]. Это помогает им разрабатывать стратегии для снижения рисков и использования возможностей, таких как разработка новых продуктов и услуг, адаптация к изменяющимся требованиям потребителей и взаимодействие с социальными инновациями.

И наконец, разработка стратегий устойчивого развития также является важным инструментом для разработки стратегий устойчивого развития предприятий. Предприниматели могут использовать прогнозы, чтобы адаптироваться к изменениям в социальной среде и разработать стратегии, способствующие устойчивому развитию. Это может включать принятие мер по снижению негативного влияния на окружающую среду, участие в

социальных инициативах, создание рабочих мест и помощь в решении социальных проблем.

Все это позволит предпринимателям не только наладить свой бизнес и сделать его более успешным, но и сделает его наиболее привлекательным для потребителей и государства. Планирование включает определение целей, разработку стратегий и создание детализированного плана действий для достижения этих целей. Это фундаментальный элемент управленческой деятельности, который помогает компаниям установить направление развития, а также разработать пути и определить количество ресурсов для их достижения [2]. Прогнозирование помогает предпринимателям анализировать текущие и грядущие социальные, экономические и экологические тренды, а также оценивать их потенциальные воздействия на бизнес-процессы. Это позволяет предпринимателям приспосабливаться и принимать социально ответственные решения для удовлетворения потребностей общества и минимизации негативного влияния.

Прогнозирование играет важную роль в социальной ответственности предпринимателей и создании устойчивого будущего. Предпринимателям необходимо учитывать социальные факторы и изменения в обществе при разработке прогнозов, чтобы принимать социально ответственные решения, способствующие устойчивому развитию и процветанию на долгосрочной основе. Систематическое управление рисками не только помогает предотвратить потенциальные угрозы, но и открывает двери для возможностей и инноваций.

Для создания устойчивого развития будущего нашей страны, мы предлагаем, чтобы государство помогала предпринимателям, которые придерживаются концепции социальной ответственности предпринимателей. Предпринимателям необходимо проходить некую аттестацию, в результате которой им будет присваиваться определенный знак. Для этих предпринимателей будет предполагаться определенные льготы, например, в сфере налогообложения и в части доступности к выполнению государственных заказов. Также им будет предоставлен доступ к информационному ресурсу для предпринимателей, на котором будут доступны:

1. Набор инструментов, позволяющий проанализировать свои действия и оценить их последствия как для общества, так и для бизнеса.
2. Обучающие материалы и курсы от успешных предпринимателей, известных экономистов, менеджеров и социологов.

3. Консультационные услуги от опытных специалистов, которые помогут более четко определить направление развития собственного бизнеса.

4. Участие в рейтинговой оценке, которое будет мотивировать предпринимателей более качественно производить продукцию (оказывать услуги), чтобы занять более высокие позиции и повысить привлекательность своего бизнеса.

5. Различного рода актуальная статистическая информация, которая поможет предпринимателям.

6. Современные цифровые инструменты, которые позволят эффективно создавать онлайн-платформы, блоги или иные информационные ресурсы, направленные, в том числе, на реализацию мер в области социальной ответственности бизнеса.

Библиографический список

1. Риски в бизнесе: виды и методы анализа [Электронный ресурс]. URL: <https://getcompass.ru/blog/posts/riski-biznesa>.

2. Взаимосвязь прогнозирования и планирования [Электронный ресурс]. URL: <https://www.leadertask.ru/blog/prognozirovanie-i-planirovanie>.

УДК 140.8

Влияние государственных органов на развитость теневой экономики

Гражданов И.М., Денисов Н.А.

Научный руководитель: Кузнецова С.О., канд. юр. наук

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Влияние государственных органов на теневую экономику проявляется через контрольные меры, политику и законы. Рост теневой экономики может быть вызван недостаточной ясностью в законодательстве и высокими налоговыми ставками, что заставляет людей и компании избегать уплаты налогов. Создание благоприятных условий для теневой экономики может быть обусловлено отсутствием эффективных механизмов борьбы с коррупцией и независимой судебной системой. Снижение уровня теневой экономики может быть достигнуто благодаря прозрачности в работе государственных органов, сокращению бюрократии и мерам по борьбе с коррупцией.

Для преодоления проблемы теневой экономики необходимо применить разносторонний подход, включающий следующие меры:

1. Укрепление контроля за уплатой налогов и наказание за нарушения в этой сфере.

2. Внедрение системы электронной отчетности и улучшение мониторинга налогов.

3. Содействие предпринимателям для снижения привлекательности работы в теневом секторе.

4. Разработка и внедрение антикоррупционных мер и контроль за финансовыми операциями.

Для того чтобы сократить влияние теневой экономики на общество, России необходима глубокая переработка своего законодательства, учитывая его подгонку под цели и задачи других стран. Образовательные кампании о негативных последствиях теневой экономики должны быть организованы с учетом внутренних факторов страны, включая состояние законодательной базы. Только сочетая профессиональную деятельность во внешнеполитических сферах с изменениями в законодательстве, Россия сможет эффективно бороться со «скрытой» теневой экономикой.

Далее для наглядности сделаем прогноз на объём теневой экономики с помощью метода аналитического выравнивания по прямой.

Таблица 1. Объём теневой экономики 2012–2022 гг.

Период	Объём теневой экономики трлн. руб. у	t	t ²	yt	у _{срt}	у-у _{срt}	(у-у _{срt}) ²
2012	9,36	-5	25	-46,8	15,2	-5,84	34,11
2013	11,01	-4	16	-44,04	15,5	-4,49	20,16
2014	12,35	-3	9	-37,05	15,81	-3,46	11,97
2015	23,4	-2	4	-46,8	16,11	7,29	53,14
2016	24,3	-1	1	-24,3	16,42	7,88	62,09
2017	18,9	0	0	0	16,72	2,18	4,75
2018	20,7	1	1	20,7	17,02	3,68	13,54
2019	18,4	2	4	36,8	17,33	1,07	1,14
2020	17,1	3	9	51,3	17,63	-0,53	0,28
2021	18,4	4	16	73,6	17,94	0,46	0,21
2022	10,0	5	25	50	18,24	-8,24	67,9
Сумма	183,92	0	110	33,41	-	0	269,29

Для расчёта воспользуемся формулой $y_{срt} = a_0 + a_1 * t$

t – момент времени.

a_0 – среднее значение показателя у, если имеется экономический смысл.

a_1 – коэффициент регрессии, который показывает на сколько в среднем изменяется признак.

$$a_0 = y_{\text{сумм}}/n, n - \text{число периодов.}$$

$$a_0 = 183,92/11 = 16,72 \text{ трлн. руб.}$$

$$a_1 = y t_{\text{сумм}}/t^2_{\text{сумм}}$$

$$a_1 = 33,41/110 = 0,304$$

$$\text{Уравнение имеет вид } y_{\text{срт}} = 16,72 + 0,304 \cdot t$$

Определим, возможно ли применять данное уравнение для прогноза.

Для этого рассчитаем коэффициент вариации и среднюю квадратическую ошибку.

$$\sigma = ((y - y_{\text{срт}})^2_{\text{сумм}}/n)^{1/2}$$

$$\sigma = (269,29/11)^{1/2} = 4,95$$

$$K_{\sigma} = \sigma/y_{\text{ср}} \cdot 100\%$$

$$K_{\sigma} = 4,95/16,72 \cdot 100 = 26,61\%$$

Так как K_{σ} меньше 30, то формула применима на практике.

Уравнение тренда применим для прогноза объёма теневой экономики в России в 2024, 2025, 2026 годов.

Для 2023 года информации про объём теневой экономики пока нет в свободном доступе, $t=6$

$$y_{\text{срт}} = 16,72 + 0,304 \cdot 6 = 18,54 \text{ трлн. руб.}$$

Для 2024 года, $t=7$

$$y_{\text{срт}} = 16,72 + 0,304 \cdot 7 = 18,85 \text{ трлн. руб.}$$

Для 2025 года, $t=8$

$$y_{\text{срт}} = 16,72 + 0,304 \cdot 8 = 19,15 \text{ трлн. руб.}$$

Для 2026 года, $t=9$

$$y_{\text{срт}} = 16,72 + 0,304 \cdot 9 = 19,45 \text{ трлн. руб.}$$

Составим интервальный прогноз для коэффициента $t=1$. Вероятность прогноза объёма теневой экономики будет равна 0,683.

Воспользуемся формулой $y_{\text{срт}} - \sigma < y_{\text{срт}} < y_{\text{срт}} + \sigma$

$$14,51 < y_{\text{срт}} < 24,41.$$

В ближайшие годы прогнозируется устойчивый рост объёма теневой экономики, что требует внимания со стороны государственных органов. Наличие теневой экономики является серьёзной угрозой для общества и экономики, ведь она способствует возникновению неравенства, нарушает законы и создает экономическую нестабильность. Средства, оборачиваемые в теневой экономике, избегают налогов и ограничений, что в конечном итоге ущемляет финансовые интересы государственного бюджета.



Рисунок 1. Динамика объёма теневой экономики, трлн. руб.

Необходимо активно противодействовать теневой экономике, так как она порождает коррупцию, разрушает основы законности и подрывает доверие к власти. Это в свою очередь может привести к увеличению налогов и сборов для компенсации убытков, что неблагоприятно отразится на законопослушных гражданах. Поэтому важно создавать условия для развития прозрачной и честной экономики, а также активно бороться с теневыми процессами, чтобы государство могло эффективно функционировать.

Библиографический список

1. Яварова И.Д. Различные аспекты теневой экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/95/5804/>.
2. Буров В.Ю. Определение масштабов теневой экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://studylib.ru/doc/2585854/opredelenie-masshtabov-tenevoj-e-konomiki>.
3. Теневая экономика до данным Росстат [Электронный ресурс]. URL: <https://rosinfostat.ru/tenevaya-ekonomika/?ysclid=lbtbfvmdoun387902393#i-2>.

УДК 336.71

Эффективные сервисы безопасности в банковском секторе: особенности для клиентов АО «Тинькофф Банк»

Грибанова Н.О., Тихомирова Д.Д.

Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал

Для любого пользователя банковских услуг в приоритете стоит его безопасность, чтобы потребитель был уверен в том, что его средства будут защищены и не потеряны. С каждым годом мошеннические схемы выходят на новый уровень, и зачастую их сложно распознать даже опытному специалисту. Для борьбы с ними банкам приходится придумывать новые сервисы для борьбы со злоумышленниками.

Трудно не заметить, что в современном мире появился новый тренд - использование искусственного интеллекта во всех сферах жизни. И это неудивительно, поскольку благодаря способности содействовать развитию потребительских инноваций эта современная технология позволяет пользователям принимать более быстрые и обоснованные решения, отличающиеся большей эффективностью.

Искусственный интеллект поэтапно внедряют почти во все сферы экономики, особенно которые зависят от аналитических данных. В последнее время это хорошо стало заметно в банковском секторе. В качестве наглядного примера было проанализировано использование современной технологии в АО «Тинькофф Банк». Это связано с тем, что представленный банк является первым и единственным на сегодняшний день цифровым банком в России, который конкурирует со многими европейскими кредитными институтами. А также вся деятельность организации проходит в цифровом формате, поскольку не имеет ни одного физического отделения.

АО «Тинькофф Банк» стал передовым и в сфере безопасности. В августе 2023 года организация первая в России запустила сервис по защите от мошенников с возвратом средств. Работа сервиса, как и почти вся деятельность банка, проходит с помощью искусственного интеллекта. Виртуальный помощник с вероятностью 99% определяет мошеннические схемы по телефонному звонку и защищает клиентов. Если случай попадает в оставшийся 1%, то Тинькофф Банк полностью компенсирует денежные потери клиента. Сервис так и называется «Защитим или вернём деньги».

В основе его технологий лежат алгоритмы банковской антимошеннической платформы и собственного телеком-оператора «Тинькофф Мобайл». Именно за счёт такой системы банк защищает своих клиентов и их средства. В основе сервиса лежат четыре инструмента защиты. Первый - определитель номера. АО «Тинькофф Банк» имеет большую базу данных, которая обновляется в режиме реального времени. Благодаря ей искусственный интеллект за считанные секунды определяет, кто звонит абоненту: мошенники, спамеры или представители каких-либо организаций. Второй инструмент – защита переводов. В приложении

Тинькофф банка клиент устанавливает определенную сумму лимита для переводов. Рекомендация банка – от 100 тысяч рублей. Если перевод превышает лимит, то требуется дополнительное подтверждение. Это может быть с помощью СМС или звонка, а также система может попросить клиента сделать фотографию в реальном времени, чтобы сравнить с его данными по базе. Следующий инструмент – блокировка подозрительных транзакций. Искусственный интеллект анализирует все операции. В случае подозрения на мошеннические схемы подаёт сигнал о блокировке операции. При проверке транзакций учитывается более тысячи факторов: необычный вход в мобильное приложение, отклонение от платёжных привычек клиента, вход с другого устройства. Последний инструмент доступен только для пользователей сим-карты Тинькофф Мобайл. Искусственный интеллект защищает клиентов от подозрительных звонков и информирует о мошеннических попытках пользователя и сам банк. Интеллектуальный помощник обрабатывает данные и сравнивает их с накопленными эталонными данными. Если разговор попадает под сомнения, то искусственный интеллект рассматривает звонок как опасный и блокирует его.

В сентябре 2023 года к этим инструментам добавился новый – фабрика роботов. АО «Тинькофф Банк» через искусственный интеллект создал несколько сотен человекоподобных роботов, каждый из которых уникален: имеет свой характер, темперамент, настроение и даже возраст. Они отвечают на опасные звонки и отвлекают мошенников. В базе роботов большое количество различных сценариев, поэтому они могут ответить абсолютно на любую реплику. По статистике во время мошеннического звонка первые 5–7 минут являются самыми опасными, поскольку за это время мошеннику удаётся втереться в доверие или установить злокачественные программы. Задача робота – как можно дольше удерживать их на телефонной линии. Чем дольше злоумышленник разговаривает с одним клиентом, тем меньше потенциальных жертв он успевает обзвонить за день. Параллельно искусственный интеллект собирает информацию о новых мошеннических схемах и обновляет свою базу данных, что только положительно влияет на деятельность роботов.

Над проработкой персонажей роботов работали психологи и эксперты, которые помогали разработать различные архетипы собеседников и потенциальных жертв. В итоге были собраны образы тех личностей, которые по статистике больше всех доверяют мошенникам, а также смогут правдоподобно занимать время злоумышленников. Например, пожилой

мужчина, который во время разговора ищет очки или молодая мама, которая пытается справиться с активным ребёнком.

По последним данным за 4 месяца работы роботы ответили на звонки 225 тысяч звонков мошенников и нейтрализовали 90 тысяч злоумышленников. По статистике самого банка внедрение такого инструмента значительно снизило количество жертв, пострадавших от рук мошенников. АО «Тинькофф Банк» регулярно совершенствует все свои сервисы безопасности, чтобы клиенты банка чувствовали себя в безопасности. Внедрение искусственного интеллекта в деятельности организации только положительно сказывается на всех результатах. Именно благодаря этому АО «Тинькофф Банк» является лидером в цифровизации финансовой сферы в России и конкурирует со многими европейскими банками.

Библиографический список

1. Загорулько Ю.А. Искусственный интеллект. М.: ЮРАЙТ, 2020. 93 с.
2. Дейтел Пол Дж. Python: Искусственный интеллект, большие данные и облачные вычисления. СПб: Питер, 2020. 864 с.
3. Рассел С. Искусственный интеллект. Современный подход. М.: Вильямс, 2021. 704 с.

УДК 336

Модель банка будущего в экономической теории

Грибова А.С.

*Научный руководитель: Логинова Т.В., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью повышения доступности банковских услуг с помощью онлайн-сервисов, роста влияния информационных технологий в банковской сфере. На сегодняшний день банковская система – это одна из основных систем экономики, без банков современный рынок существовать не может в принципе, причём речь идёт не только о производителях товаров и услуг, но и о потребителях.

Экономические потребности отдельного человека бывают различными, и часто возникает ситуация, когда потребность в каком-либо материальном благе, имеющем значительную стоимость, оказывается неадекватна сумме свободных денежных средств, находящихся в

распоряжении того или иного индивида. И здесь приходит на помощь банк, всегда готовый предоставить кредит под умеренные проценты.

Таким образом, кредит запускает целую цепь событий: доволен потребитель, получивший необходимую для него сумму; доволен продавец, продавший свой товар на рынке и получивший прибыль для дальнейшего развития производства; доволен ли банк, получающий выгодный процент по выданному кредиту. Если, например, из этой цепочки извлечь банк, то вся названная выше система перестанет существовать.

По мнению группы исследователей, во главе с О.С. Зинишем, банкам необходимо внедрять в рабочий процесс искусственный интеллект, который поможет существенно улучшить качество обслуживания клиентов. Но также эксперты считают, что «невозможно полностью заменить человека». Тем не менее, искусственный интеллект способен автоматизировать однотипные банковские процессы и улучшить обслуживание клиентов при помощи «чат-ботов» [1, с. 61]. Специалисты из Саратовского государственного технического университета (бывший Саратовский государственный социально-экономический университет) выдвинули мысль о социальной интеграции банка, при которой банк становится частью жизни общества. По их мнению, сегодня банк – это не обычное предприятие, а социально ориентированный институт, цель деятельности которого не сводится к одному только получению прибыли. Вышеперечисленные черты позволяют высказать теорию о том, что банк может стать элементом образа жизни человека в будущем [2, с. 60].

Похожие мысли высказывает китайский исследователь Шаша Чжан, который говорит о таком явлении ближайшего будущего, как «необанк». Согласно этой теории, необанк представляет собой модернизированный банк, созданный и функционирующий без фактических отделений, оказывая услуги в онлайн-режиме с любых смартфонов и персональных компьютеров. Такой банк можно назвать виртуальным или директ-банком. Сайт «нового» банка является его главным и единственным отделением, где можно получить информацию об интересующей услуге, а при желании, мгновенно подключить её и воспользоваться другими продуктами банка; проконтролировать состояние счета в режиме онлайн, а также получить консультации специалистов банка в любое удобное время, где бы ни находился клиент.

Можно выделить ряд преимущественных особенностей необанка: 1) минимизация затрат на строительство главного офиса и широкой филиальной сети, а также на ведение бумажного документооборота; 2)

гибкое онлайн обслуживание; 3) супердешевые тарифы; 4) персональный подход; 5) удобство [4, с. 1350].

При этом большое количество исследователей подчёркивают необходимость активного проникновения банка будущего в мир социальных сетей. Так, Е.Б. Рыскина полагает, что социальные сети открывают для банков новые границы для работы с клиентами. По результатам проведенных опросов, многие отказываются обращаться в банки по причине отсутствия вовлеченности и персонализации. Эффект «вовлеченности» очень важен для банков, так как, по сути, это умение поддерживать всестороннюю связь с клиентами, обеспечивая эффект присутствия. Социальные сети позволяют поддерживать данный эффект и быстро реагировать на отзывы и потребности потребителей [3, с. 133].

Исследовав мнения современных учёных по данному вопросу, можно сформулировать ряд собственных тезисов, отражающих виденье банка будущего. Во-первых, стоит вопрос об оптимальном количестве данных финансовых учреждений. В будущем банк должен стать неотъемлемой частью жизни граждан с самого детства, образовав социальную триаду с системами образования и здравоохранения. А в подобных условиях банков не должно быть много, максимум 3–5 крупнейших финансовых организаций, охватывающих всю страну, поскольку огромный банк дорожит своим именем и репутацией, что придаёт ему высокий уровень социальной ответственности. Примером такого социально ответственного банка в настоящее время является ПАО «Сбербанк», имя которого давно стало брендом качества услуг.

Банк будущего должен достигнуть высокой степени технологичности и информатизации в своей деятельности, что станет, например, эффективным средством борьбы с живыми очередями. В настоящее время многие банки («Сбербанк», «ВТБ», «Промсвязьбанк») России уже сделали серьёзный шаг на пути к будущему, создав собственные онлайн-системы и данное информационное поле можно совершенствовать.

Информатизация общения с клиентами позволит оптимизировать штат сотрудников и внутренние расходы, то есть появятся значительные сэкономленные средства, которые можно пустить на повышение прибыли акционеров и владельцев банка, понижение процентной ставки по ипотеке и напротив, повышение ставок по вкладам.

Важной инновацией, превращающей банк в финансовую организацию будущего, станет слияние в единый финансовый конгломерат с такими учреждениями, как пенсионные фонды, страховые и инвестиционные компании, что позволит банку взять на себя их функции, подобно тому, как

в настоящее время целый ряд государственных услуг можно получить в одном месте – в МФЦ. При этом инвестиционная функция банка может заключаться в таком весьма выгодном предложении для клиента, как соинвестирование в промышленные и иные предприятия средств граждан, курируемое специалистами данного банка, то есть полностью безопасное для вкладчика.

Важным явлением модернизации банковской системы может стать социализация банка, ассимиляция его с виртуальной и реальной социальной средой. Во-первых, это проникновение в социальные сети и живое общение с пользователями социальных сетей с целью формирования спроса на банковские услуги, показа простыми ненавязчивыми способами пользы от обращения в банк для любого гражданина. Во-вторых, установление тесных связей с жилищной сферой, создание организаций жилищного сервиса при банке, предоставляющих качественное оказание коммунальных услуг клиентам, купившим квартиру по ипотеке, с льготным расчётом коммунальных платежей и оплатой их в онлайн сервисе банка. И в-третьих, слияние с системой образования для обучения граждан с самого детства не просто знаниям в области финансов, а финансовой культуре.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: банк будущего – это высокотехнологичная организация, развивающая информатизацию и дистанционность обслуживания, интегрировавшая в себе функционал целого ряда финансовых структур, таких, как пенсионный фонд, страховая и инвестиционная компании, мелкие небанковские кредитные организации. Одним из важнейших признаков банка будущего является быстрота обслуживания, комфортность клиента в сочетании с максимальной информированностью о банковских услугах, высокий уровень социальной ответственности. Банк будущего сольётся в единое социально обслуживающее пространство с двумя другими крупнейшими общественными системами – образованием и здравоохранением, формируя с детства финансовую культуру граждан, а значит, воспитывая личность гражданина, как суверенного субъекта финансовых отношений.

Библиографический список

1. Зиниша О.С., Козырев Р.Р., Тепцерше А.Х. Банк будущего: как будет выглядеть банковская деятельность в будущем? // Вектор экономики. 2019. № 1(31). С. 61.
2. Солодов А.К. Основы финансового риск-менеджмента Ж учебник; Финуниверситет. М.: Издание Александра К. Солодова, 2018. 286 с.

3. Рыскина Е.Б., Лаврухина Н.В. Гиперпространство – ближайшее будущее банков // Успехи современной науки и образования. 2016. Т. 4. № 12. С. 131-133.

4. Чжан Ш. Необанк – банк будущего // Форум молодых учёных. 2019. № 5(33). С. 1349-1353.

УДК 311.313

Влияние доходов населения на качество жизни на примере Ярославской за период 2001–2022 гг.

Данилко И.М., Долгополов Р.В.

*Научный руководитель: Краснова Г.Н., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Современная рыночная экономика, базирующаяся на инновациях, предполагает высокий уровень доходов, что влияет на удовлетворение потребностей общества, тем самым определяет качество жизни населения. Уровень доходов напрямую влияет на доступ к основным потребностям, таким как питание, жилье, здравоохранение, образование и т.д. Доходы населения определяют качество жизни людей, именно поэтому важно на постоянной основе анализировать и контролировать данный показатель. Выявление зависимости между доходами населения, инфляцией и показателями, характеризующими качество жизни, является наиболее важным процессом формирования направления политики государства и отдельных регионов в социально-экономической сфере.

Выполним корреляционно-регрессионный анализ влияния доходов населения на качество жизни на примере Ярославской области. Среднедушевые денежные доходы населения Ярославской области за 2001–2022 гг. используем как факторный признак, а качество жизни выступает как результирующий признак. Качество жизни может быть измерено различными показателями, такими как потребление материальных благ и услуг населением, доступность медицинских услуг, образовательные возможности, уровень безопасности, уровень счастья, демографическая ситуация, занятость населения и так далее [1].

В нашем исследовании для изучения влияния доходов на качество жизни в качестве результирующего признака рассмотрим потребительские расходы в среднем на душу населения.

Гипотеза нашего исследования: с увеличением доходов населения, увеличивается потребление благ и услуг населением, тем самым, в свою очередь, возрастает благосостояние региона, что влияет на улучшение качества жизни населения. Основой для анализа выступают статистические данные Росстата о среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников по полному кругу организаций в целом по экономике РФ в 2001–2022 гг. (табл. 1).

Таблица 1. Зависимость среднедушевых денежных доходов и потребительских расходов в среднем на душу населения в Ярославской области за 2001–2022 гг. (в месяц; рублей)

Год	Средне- душевые денежные доходы X	Потре- битель- ские расходы Y	Расчетные графы					
			t	YX	Xt	Yt	R _x	R _y
2001	2518,3	2227	1	5608254,1	2518,3	2227	1	1
2002	3354,2	2933	2	9837868,6	6708,4	5866	2	4
2003	4266,6	2243	3	9569983,8	12799,8	6729	3	2
2004	5094,6	2829	4	14412623,4	20378,4	11316	4	3
2005	6263,8	3752	5	23501777,6	31319	18760	5	5
2006	8153,6	5010	6	40849536	48921,6	30060	6	6
2007	9937,6	6289	7	62497566,4	69563,2	44023	7	7
2008	12587,2	7938	8	99917193,6	100697,6	63504	8	8
2009	13165,1	8297	9	109230834,7	118485,9	74673	9	9
2010	14490,6	9468	10	137197000,8	144906	94680	10	10
2011	15508,9	11277	11	174893865,3	170597,9	124047	11	11
2012	18605,4	12787	12	237907249,8	223264,8	153444	12	12
2013	21126,8	14543	13	307247052,4	274648,4	189059	13	13
2014	22848,2	16456	14	375989979,2	319874,8	230384	14	14
2015	26612,6	18620	15	495526612	399189	279300	15	15
2016	26767,5	17874	16	478442295	428280	285984	16	16
2017	27199,9	20167	17	548540383,3	462398,3	342839	17	17
2018	27071,7	21314	18	577006213,8	487290,6	383652	18	18
2019	28667,4	23029	19	660181554,6	544680,6	437551	19	20
2020	29527,2	22727	20	671064674,4	590544	454540	20	19
2021	33130,6	27391	21	907480264,6	695742,6	575211	21	21
2022	38032,2	30810	22	1171772082	836708,4	677820	22	22
Итого	394930,0	287981	25 3	7118674865	5989517,6	4485669	-	-
Сред- няя	17951,36	13090,05	-	323576130,2	272250,8	203894,05	-	-
Параметр		t^2	X^2		Y^2		d ^2	
Итого		3795	9498228646		5373350505		8	
Средняя		172,5	431737665,7		244243204,8		-	
Совпадение / несовпадение знаков					C	21	H	1

По представленным данным в таблице 1 видно, что максимальное значение среднедушевого денежного дохода населения в Ярославской области зафиксировано в 2022 г. (38032,2 руб. в мес.), а минимальное – в 2001 г. (2518,3 руб. в мес.). Максимальное значение потребительских расходов в среднем на душу населения также зафиксировано в 2022 г. (30810 руб. в мес.), а минимальное – в 2001 г. (2227 руб. в мес.).

Проведем корреляционный анализ, выполнив основные его этапы (табл. 1). Первым этапом необходимо произвести предварительную оценку характера связи между изучаемыми признаками, для этого применим графический метод и построим корреляционное поле (рис. 1).

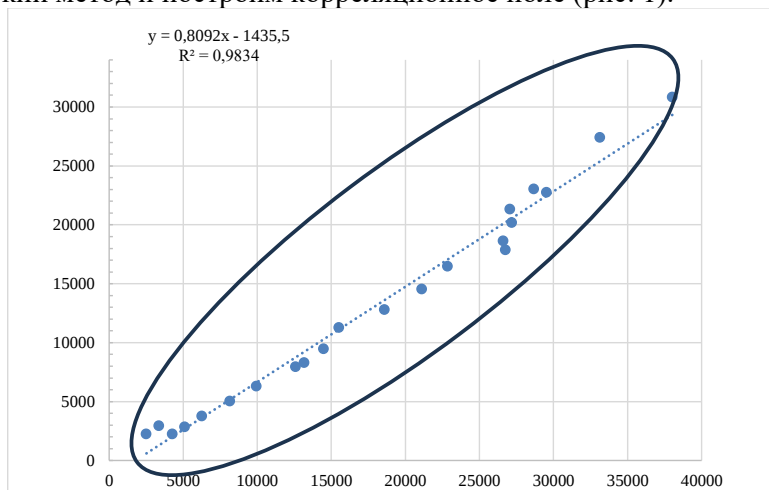


Рисунок 1. Зависимость среднедушевых денежных доходов и потребительских расходов в среднем на душу населения в Ярославской области руб. в мес.

График корреляционного поля показывает, что связь корреляционная, прямая, умеренная. Выявим взаимосвязь признаков с помощью описательных параметров корреляции. Сделаем это посредством:

- коэффициента Фехнера (коэффициент корреляции знаков $K = 0,909$, указывает на прямую и очень тесную взаимосвязь между изучаемыми признаками;

- коэффициент Спирмена (коэффициент корреляции рангов) $\rho = 0,995$, также указывает на прямую и очень тесную взаимосвязь между признаками.

Количественно оценим взаимосвязь между признаками с помощью расчета линейного коэффициента корреляции (табл. 1):

$$R = \frac{323576130,2 - 17951,36 \cdot 13090,05}{10463,5658 \cdot 8537,79332} = 0,992.$$

Линейный коэффициент корреляции имеет положительное значение, что указывает на прямую связь, при этом его значение свидетельствует об очень тесной связи между изучаемыми признаками [2].

Установившим существование и неслучайность выявленной связи между признаками, для этого рассчитаем t – критерий Стьюдента ($n < 30$, малая выборка):

$$t_{\text{расч}} = \frac{|r|\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{0,992 \cdot \sqrt{22-2}}{\sqrt{1-0,992^2}} = 34,44.$$

Оценка t – критерия Стьюдента показывает, что $t_{\text{расч}} = 34,44 \geq t_{\text{таб}} = 3$, следовательно, связь признается существенной и неслучайной.

Таким образом, корреляционный анализ показывает, что с большой степенью вероятности ($P(t) = 0,997$) можно судить о том, что в генеральной совокупности настоящим образом присутствует прямая сильная зависимость между среднедушевых денежных доходов и потребительских расходов в среднем на душу населения в Ярославской области.

Доверительный интервал среднедушевых денежных доходов с вероятностью 0,997: $11258,84 \leq \bar{X} \leq 24643,88$, который говорит о том, что с вероятностью 99,7% можно утверждать, что среднедушевые денежные доходы населения Ярославской области будут не менее 11258,84 и не более 24643,88 руб. в мес.

Учитывая результаты корреляционного анализа, можно сделать заключение о том, что зависимость между среднедушевыми денежными доходами и потребительскими расходами в среднем на душу населения Ярославской области можно представить уравнением прямой:

$$\overline{y_x} = a_0 + a_1 x, \text{ либо } \overline{y_x} = a_0 + a_1 x + a_2 t,$$

где t – время, a_0, a_1, a_2 – параметры уравнения, которые находятся на основе метода наименьших квадратов.

Применяя метод наименьших квадратов для построения экономико-математической модели изучаемой зависимости, получим следующие системы уравнений, из которых найдем параметры модели:

– 1 модель (без временного параметра):

$$\begin{cases} 22a_0 + 394930a_1 = 287981, \\ 394930a_0 + 9498228646a_1 = 7118674865. \end{cases}$$

Разрешая данную систему уравнений относительно параметров a_0 и a_1 получим следующий вид: $\overline{y_x} = -1435,5 + 0,8092x$.

В полученном уравнении регрессии параметр a_0 не имеет экономического смысла, т.к. среднедушевых денежных доходов равных 0

на практике не встречается. Параметр a_1 показывает, что с ростом среднедушевых денежных доходов населения на 1 руб. в мес. потребительские расходы на душу населения увеличивается в среднем на 0,8092 руб. в мес.

– 2 модель (с учетом времени):

$$\begin{cases} 22a_0 + 394930a_1 + 253a_2 = 287981, \\ 394930a_0 + 9498228646a_1 + 5989517,6a_2 = 7118674865, \\ 253a_0 + 5989517,6a_1 + 3795a_2 = 4485669. \end{cases}$$

Разрешая данную систему уравнений относительно параметров a_0 и a_1 получим следующий вид: $\overline{y_x} = -1545,682 + 0,716x + 155,241t$.

Параметр $a_1 = 0,716$ означает, что с ростом среднедушевого денежного дохода на 1 руб. в мес. при условии неизменной тенденции потребительские расходы в среднем на душу населения возрастут в среднем на 0,716 руб. в мес.

Параметр $a_2 = 155,241$ характеризует среднегодовой абсолютный прирост потребительских расходов на душу населения под воздействием прочих факторов при условии неизменного среднедушевого денежного дохода.

Оценим данный вывод используя коэффициент эластичности $\mathcal{E}_{yx} = 1,1097$ который позволяет наблюдать, что при увеличении среднедушевых денежных доходов населения Ярославской области на 1%, потребительские расходы в среднем на душу населения возрастут на 1,1097%, что способствует увеличению благосостояния населения, тем самым положительно сказывается на качестве жизни населения региона.

Оценка построенной экономико-математической модели для применения ее в экономических исследованиях показала, что:

- средняя относительная ошибка аппроксимации указывает на хорошее качество уравнения регрессии, поскольку она лежит в пределах 6–10% ($\bar{\varepsilon} = 6,81\%$);

- коэффициент детерминации, определяющий степень детерминации регрессией вариации результативного признака, равен 0,983 (98,3%), что свидетельствует о хорошем соответствии построенной модели эмпирическим данным;

- коэффициент вариации, который оценивает однородность исследуемой совокупности $K_{s_y} = 8,809\% < 33\%$, следовательно рассеивание точек на корреляционном поле незначительно, поэтому прогноз будет достоверный.

Прогнозное значение потребительских расходов в среднем на душу населения в Ярославской области:

- на 2025 г., если среднедушевые доходы населения региона по уравниванию тренда (уравнения развития явления во времени $\overline{y(t)} = 17951,364 + 817,517 \cdot t$) составят 40024,323 руб. в мес.:

1 модель: $\overline{y_{40024,323}} = -1435,5 + 0,8092 \cdot 40024,323 = 30952,18$ руб. в мес.;

2 модель: $\overline{y_{40024,323;25}} = -1545,682 + 0,716 \cdot 40024,323 + 155,241 \cdot 25 = 30992,783$ руб. в мес.

- на 2027 г., если среднедушевые доходы населения региона по уравниванию тренда (уравнения развития явления во времени $\overline{y(t)} = 17951,364 + 817,517 \cdot t$) составят 43294,391 руб. в мес.:

1 модель: $\overline{y_{43294,391}} = -1435,5 + 0,8092 \cdot 43294,391 = 33598,32$ руб. в мес.;

2 модель: $\overline{y_{43294,391;27}} = -1545,682 + 0,716 \cdot 43294,391 + 155,241 \cdot 27 = 33644,61$ руб. в мес.

Таким образом, с ошибкой 8,809% можно утверждать, что потребительские расходы в среднем на душу населения в Ярославской области на 2025 г. составят по первой модели (без учета временной характеристики) 30952,18 руб. в мес., по второй модели (с учетом временной характеристики) 30992,783 руб. в мес.; а на 2027 г. они будут составлять по первой модели 33598,32 руб. в мес., по второй модели – 33644,61 руб. в мес.

Однако, важно учитывать другие факторы, которые также могут влиять на потребление и качество жизни, чтобы исключить возможные искажения в результатах анализа. Также необходимо учитывать возможные ограничения и предположения модели регрессии при интерпретации результатов.

Библиографический список

1. Бабенко М.А., Левин М.В. Введение в теорию алгоритмов и структур данных. М.: МЦНМО. 2020. 144 с.

2. Краснова Г.Н. Математические методы выявления основной тенденции развития социально-экономических явлений. В сборнике: Экономика и управление: теория и практика. 2022. С. 351–357.

3. Ниворожкина Л.И. Статистические методы анализа данных: учебник. М.: Риор, 2018. 320 с.

4. Среднемесячная начисленная заработная плата наемных работников в организациях, у индивидуальных предпринимателей и физических лиц (среднемесячный доход от трудовой деятельности). [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries.

Анализ российско-китайских торговых отношений в условиях санкций против России

Дмитриева А.О., Жукова К.В.

*Научный руководитель: Гулина А.И., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

24 февраля 2022 года США и ЕС было объявлено о введении новых антироссийских санкций, которые ограничили применение технологий многих стран. В связи с этим, российским компаниям пришлось заменить их, и Китай выступил альтернативой в данном вопросе.

С каждым годом сотрудничество России и Китая укрепляется всё больше, особенно это касается торгового партнёрства. Эти отношения сопряжены не только с возможностями, но и с рисками. Одним из ярких примеров является мера экспортного ограничения, принятая Соединёнными Штатами Америки, направленная на множество китайских компаний.

Китай, как экономически развитая страна, сотрудничает с такими странами, как США, Япония, Южная Корея и т.д. Россия входит в топ-5 торговых партнеров Китая, занимая 4 место, соответственно, является стратегически важным союзником для КНР.

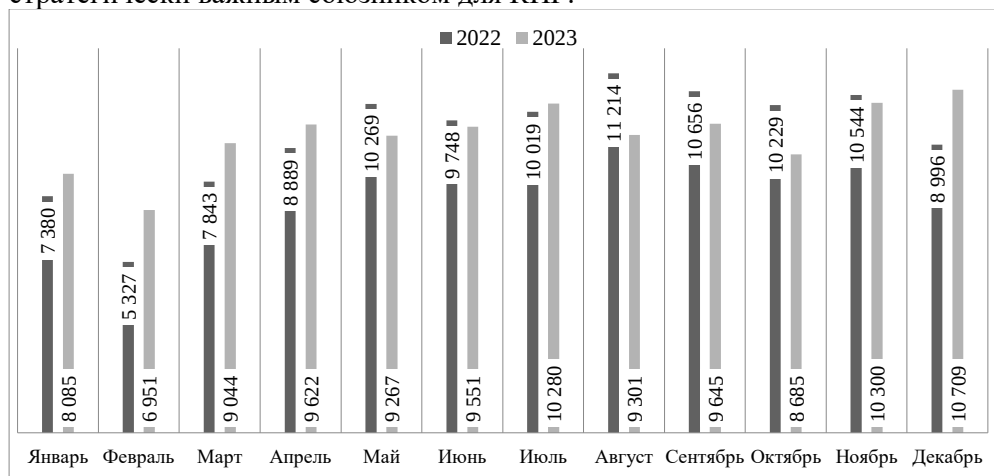


Рисунок 1. Экспорт Китая в Россию за 2022–2023 гг., млн. долл. [5]

По данной диаграмме рисунка 1 видно, что по сравнению с январём 2023 года в декабре того же года экспорт увеличился на 2 624 млн. долл. – 32%. В феврале 2023 года экспорт из Китая в Россию снизился на 14% по сравнению с январем 2023 года. Общий объем экспорта за данный период увеличился на 45,8%–34 850 млн. долл. Китайский экспорт в РФ в 2023 году вырос из-за совокупности таких факторов, как государственная поддержка, увеличение цен на сырьевые товары, изменение направления российской торговли, проблемы с логистикой и ослабление рубля.



Рисунок 2. Товарная структура экспорта Китая в Россию в 2023 г., % [1]

Проанализировав динамику экспорта по отдельным категориям, прослеживается, что приоритетным направлением по поставкам из КНР в РФ является «Машины, оборудование, транспортные средства», что составляет 44% от общего объёма экспорта. В России существует значительная потребность в импортных машинах и оборудовании, поскольку страна в настоящее время не обладает достаточным количеством и качеством технологий, необходимых для производства промышленного оборудования и машин.

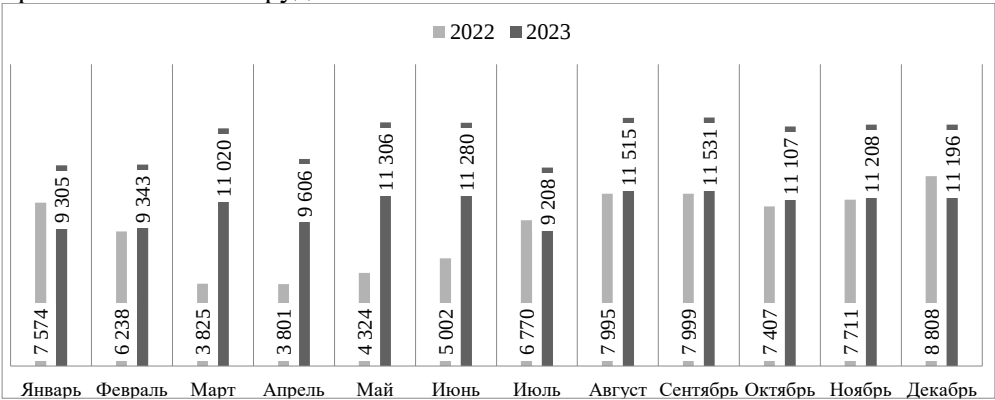


Рисунок 3. Импорт Китая из России за 2022–2023 гг., млн. долл. [5]

По данной диаграмме рисунка 3 видно, что по сравнению с январём 2023 года в декабре того же года импорт увеличился на 1 891 млн. долл. – 20%. В июле 2023 года по сравнению с предыдущим месяцем импорт снизился на 2 072 млн. долл., что составляет 18,4%. Общий объём импорта за данный период увеличился на 13%–14 991 млн. долл.

При анализе импортных поставок в РФ из Китая наиболее приоритетными направлениями являются машины и оборудование, продукция химической промышленности, а также текстиль и обувь.



Рисунок 4. Товарная структура импорта Китая из России в 2023 г., % [1]

Проанализировав динамику экспорта по отдельным категориям, прослеживается, что приоритетным направлением по поставкам из РФ в Китай всегда являлось минеральное топливо, нефть и нефтепродукты, что составило 73%.

Китайская Народная Республика не имеет возможности для полного удовлетворения растущего спроса на энергетические ресурсы. Следствием этого является активный импорт из других стран. Россия, в свою очередь, обладает огромными запасами полезных ископаемых. Соответственно, Китай является огромным рынком сбыта российской нефти, по данным Главного таможенного управления КНР. РФ как один из ведущих поставщиков нефти в Китай уступает лишь Саудовской Аравии. В пределах нового ужесточения санкций США ввела запрет на импорт нефти и других энергоносителей из РФ, соответственно, на данный момент Китай остаётся единственным рынком сбыта [2].

В ноябре 2014 года было подписано рамочное соглашение между РФ и КНР о расширении газового снабжения. В результате дальнейших переговоров было достигнута договоренность о проекте, включающем строительство трубопровода на территории Монголии, названного "Союз Восток", в качестве существенной составляющей проекта "Сила Сибири – 2". Строительство данного проекта запланировано на 1 квартал 2024 года, с предполагаемым сроком ввода в эксплуатацию в 2027–2028 годах. На

сегодняшний день сфера энергетики для обеих стран является наиболее важным аспектом сотрудничества [3].

Для того чтобы избежать взаимозависимости изучаемых нами стран от поставок минеральных продуктов, Россия делает попытки смещения главного экспортного направления в сторону с/х продукции, металлов и химической продукции.

В июне 2019 года Россия и Китай подписали соглашение о дедолларизации – переходе на взаиморасчеты в национальных валютах. Основой этого документа является взаимное расширение применения нац. валют, в т. ч. и во внешнеторговых контрактах. Эта договоренность стала прорывом в российско-китайских финансовых отношениях: в качестве расчетов за предоставленные товары и услуги будут использоваться рубль и юань.

В 2022 году в валютной структуре расчетов за поставки товаров и оказание услуг по внешнеторговым договорам между РФ и КНР большую долю занимали доллар – 50% и евро – 23%. Однако, в 2023 году ситуация изменилась, доллар стал составлять 18%, а евро – 4%. Удельный вес рубля в расчётах с Китаем увеличился на 17% - с 13% до 30%. Доля юаня возросла на 34% – с 14% до 48% [4]. В связи с экономическими противоречиями США и Китая, Пекин целенаправленно снижает долю доллара в нац. расчетах. Причины, по которым КНР стремится развивать торговлю с Россией именно в евро, пока не понятны.

В ходе работы исследовано, что, с одной стороны, у России и Китая сейчас наиболее активно происходит рост экономического партнёрства. Обе страны имеют хорошие возможности, чтобы стать друг для друга наиболее выгодными союзниками в сфере экономики. Так же стоит отметить, что в распоряжении РФ и КНР два авторитетных объединения – ШОС и БРИКС, которые могут превратиться в более влиятельные политические союзы в долгосрочной перспективе. С другой стороны, Россия находится в большей зависимости от Китая в сфере импорта и экспорта, чем КНР от РФ. Однако Китай пытается получить выгодную конъюнктуру цен на российские энергоносители. Российский рынок потребительских товаров является очень привлекательным для китайских компаний, поэтому они будут пытаться в большей степени овладеть им. Таким образом, Россия будет получать необходимые товары, но по ценам, выше рыночных. Можно сделать вывод, что доля Китая в российском импорте вырастет, но полного замещения не произойдет. Это обусловлено тем, что Китай будет отталкиваться от соотношения рисков и выгоды в определенном случае, так как он пока что не в силах отказаться от

американских поставок. Стороны планируют усилить сотрудничество и нарастить общий объем торговли к 2024 году до 200 млрд долларов.

Вместе с тем, партнёрские отношения Китая и России укрепляются с каждым годом. Для того, чтобы достичь наибольшего эффекта от взаимного сотрудничества, следует минимизировать всевозможные барьеры для товарооборота, максимизировать инвестиции в совместные проекты и обеспечить развитие сферы туризма.

Библиографический список

1. Федеральная Таможенная Служба Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/statistic>.
2. Китай настроен предельно прагматично: станет ли КНР главным партнером России [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.tinkoff.ru/china-partnership/>.
3. Газопровод "Сила Сибири — 2": Россия и Монголия к строительству готовы [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/15820571>.
4. Статистика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/>.
5. General Administration of custom People's Republic of China [Электронный ресурс]. URL: <http://english.customs.gov.cn/statics/report/>.

УДК 339.972

Цифровизация судоходной отрасли: повышение эффективности и устойчивости

Дурнин Д.С., Ресулов И.Д.

*Научный руководитель: Гулина А.И., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В современных условиях цифровая трансформация стала неотъемлемой частью развития компаний во многих отраслях. Судоходная сфера не осталась в стороне от этого процесса. Внедрение цифровых решений играет важную роль в улучшении качества перевозок и повышении эффективности морских и речных портов. Современные информационно-технологические решения позволяют сократить затраты и обеспечить бесперебойное функционирование, а также повысить уровень безопасности при эксплуатации судов, а также минимизировать негативное влияние на окружающую среду. Многие правительства видят потенциал судоходной отрасли и активно разрабатывают меры для её развития, в том числе через внедрение современных технологий, таких как

интернет предметов (IoT) и искусственный интеллект (AI), которые способны повысить эффективность и безопасность в системе транспорта морского и речного судоходства.

Интернет вещей (IoT), или Интернет предметов, представляет собой сеть физических объектов, оборудованных специальными датчиками, программным обеспечением и другими технологическими средствами, которые позволяют им взаимодействовать и обмениваться данными через интернет. Эти объекты могут быть чем угодно, от умных устройств в доме до промышленного оборудования и транспортных средств.

Цель IoT состоит в том, чтобы создать сеть, где физические объекты могут автоматически собирать и обмениваться данными без необходимости прямого участия человека. Это позволяет собирать ценную информацию о состоянии и окружающей среде объектов, а также управлять ими удаленно.

Судоходная отрасль является опорной составляющей ВВП, приносящей до 30% добавленной стоимости, и она также обеспечивает создание новых рабочих мест в смежных областях. Развитие судоходства благоприятно влияет на металлургическую, электронную, приборостроительную и международную транспортную систему. В России насчитывается свыше ста тысяч километров внутренних водных путей, а также 117 речных и 67 морских портов. Для обеспечения деятельности такого масштаба требуется качественная инфраструктура. В 2019 году правительство РФ утвердило стратегию развития внутреннего транспорта до 2035 года, которая предусматривает меры по повышению эффективности использования водных путей, увеличению пропускной способности и снижению стоимости перевозок [1].

Невозможно достичь прогресса в судоходной отрасли без внедрения цифровых решений. С помощью современных технологий можно сократить расходы на топливо, обеспечить безопасность персонала и грузов, контролировать движение судов и снизить риск аварий. Интеллектуальные системы не только повышают скорость и эффективность работы участников рынка судоходства, но и помогают решать глобальные задачи, стоящие перед этой отраслью.

Аналитические платформы, основанные на машинном обучении, собирают информацию с сотен водных транспортных средств, анализируют данные, определяют точную траекторию движения судов в реальном времени и выявляют отклонения от запланированного маршрута. Применение технологий машинного обучения также позволяет оптимизировать логистику и снизить риск аварий и поломок судов.

Российский рынок VSAT и IoT на морских судах в 2023 году вырос на 15% по сравнению с 2022 годом. Системы интернета вещей позволяют собирать и анализировать данные с объектов на судах и в портах. Благодаря этой информации специалисты могут определить точное местоположение оборудования и его состояние. Подключенные к сети датчики обеспечивают безопасность персонала, анализируют окружающую среду и предотвращают возникновение инцидентов [2].

VSAT (Very Small Aperture Terminal) — это тип спутниковых систем связи, которые используются для установления двусторонних связей через спутник. Терминал VSAT состоит из антенны с очень малым апертурным отверстием (VSAT), модема и оборудования на стороне клиента. Эти системы позволяют передавать данные, голос и видео между удаленными местами, не требуя прокладки проводов.

Преимущества использования VSAT включают глобальное охватывание, гибкость в развертывании, способность обеспечивать связь в удаленных или недоступных районах, а также возможность быстрой установки и настройки. VSAT-системы широко применяются в различных отраслях, включая морскую и сухопутную телекоммуникацию, нефтегазовую промышленность, банковское дело, государственные учреждения и туризм. Они также используются для обеспечения связи на судах, включая морские суда, грузовые корабли, пассажирские лайнеры и даже плавучие платформы.

Современные цифровые двойники основаны на сборе данных с датчиков и представляют динамические модели физических объектов и процессов в цифровом формате. В судоходстве эта технология применяется для контроля всех важных процессов в порту и на судах. Благодаря доступу к данным и графикам с визуализированной информацией аналитики могут быстро определить и устранить проблемы. Технология цифровых двойников активно развивается и используется, в том числе, для разработки береговых систем дистанционного управления судном.

С использованием интеллектуальных платформ возможен онлайн-мониторинг энергопотребления как на судах, так и на объектах портовой инфраструктуры, таких как административные и производственные здания, склады и другие. Кондиционирование и резервные источники питания могут быть удаленно управляемыми. Регулирование энергопотребления в соответствии с временными интервалами и режимами работы, а также выявление недостатков через регулярный сопоставительный анализ аналогичных объектов и моделей способствуют

принятию решений о модернизации или замене оборудования. В свете стратегии Международной морской организации (ИМО), направленной на уменьшение выбросов парниковых газов на 50% в судоходстве к 2050 году, такие системы становятся особенно актуальными. Использование альтернативных видов топлива, таких как водород и аммиак, а также применение подобных решений, позволят представителям отрасли достичь углеродной нейтральности [3].

В судоходной отрасли смарт-контракты заключаются между участниками грузоперевозок, такими как судовладельцы, фрахтовщики, грузовладельцы, стивидорные компании и другие, и используются для контроля процесса перевозок и обеспечения безопасности грузов. Например, доступ к контейнеру, защищенному электронным замком, возможен только для участников цифрового контракта, в котором фиксируются штрафы за задержки, нарушение условий перевозки и ущерб. Смарт-контракты также позволяют отслеживать параметры условий доставки, такие как температура, влажность, вибрации и другие. Таким образом, технологии на основе блокчейна помогают логистическим компаниям обеспечивать высокий уровень прозрачности и безопасности цепей поставок [3].

Решения на основе искусственного интеллекта способны классифицировать, систематизировать и определять приоритетность содержания входящих сообщений. Это способствует быстрой и эффективной обработке запросов на логистические услуги, заявок на ремонт и техническое обслуживание водного транспорта и портовых объектов. Например, система сортировки онлайн-запросов по срочности помогла международной транспортной компании увеличить скорость обработки запросов в 2,5 раза. Благодаря более эффективной работе службы поддержки компания повысила коэффициент удержания клиентов на 8% и улучшила уровень безопасности перевозок.

В современной судоходной отрасли перед руководителями стоят значительные вызовы, связанные с повышением значимости внутреннего водного транспорта, обеспечением надежности и эффективности морских и речных перевозок, снижением издержек и ограничением негативного воздействия на окружающую среду. Достижение высоких результатов в этой области возможно только при наличии технически развитой портовой инфраструктуры и применении интеллектуальных систем в управлении судном. Технологии искусственного интеллекта, интернета вещей, цифровых двойников и другие позволяют судоходным и транспортно-логистическим компаниям сохранять конкурентоспособность, улучшать

процессы, повышать операционную эффективность и качество выполняемых работ.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 2553-р от 28.10.2019 г. «Стратегия развития судостроительной промышленности до 2035 года.

2. Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 № 7).

3. Цифровая трансформация судоходной отрасли [Электронный ресурс]. URL: <https://www.waveaccess.ru/blog/2022/july/22/цифровизация-судоходной-отрасли-повышение-эффективности-и-устойчивости.aspx>.

УДК [631.158:658.32]:631.145:633.1

Совершенствование организации оплаты труда в зерновой отрасли агропредприятия

Евдокимова А.Д.

*Научный руководитель: Путникова Е.Л., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Объективный анализ показывает, что современное состояние организации заработной платы не может в полной мере реализовать ни одной из своих функций, прежде всего, дать возможность, достойно человека, проживать в деревне и работать в аграрном производстве. В результате за годы реформ деревня лишилась миллионов своих жителей, что говорит о самом катастрофическом положении. Одним из ключевых факторов сложившейся ситуации, послужил такой уровень организации оплаты труда, который снизил до предела заинтересованность работников в развитии общественного производства и возможности проживания в сельской местности.

Целью исследования является изучение существующей модели организации оплаты труда работников зернового производства агропредприятия и разработка механизма ее адаптации к рыночным условиям.

Объектом изучения и анализа послужил сельскохозяйственный производственный кооператив «Бересневский», являющийся филиалом

открытого акционерного общества «Бобруйскагромаш». Находится данный кооператив в Могилевской области. СПК «Бересневский» специализируется на выращивании зерновых культур, помимо этого хозяйство занимается выращиванием скота на мясо и производством молока.

Большинство руководителей и специалистов сельхозпредприятий почему-то посчитали, что в современных коллективных сельхозпредприятиях отпала необходимость заниматься вопросами организации стимулирования труда, развития внутрихозяйственного расчета, так как работники этих хозяйств, одновременно являющиеся их совладельцами, должны быть сами заинтересованы в эффективной деятельности собственного предприятия без дополнительных стимулов.

Однако вместо улучшения всей системы оплаты труда произошло ее стихийное ухудшение, она оказалась оторванной от таких рыночных принципов, которые нацеливают работников на повышение профессионализма, предприимчивости, надежности партнерства, на владение рыночной информацией и умелое использование коммерческого риска. Ведь сама динамика рынка требует того, чтобы оплата труда напрямую зависела от того, как предприятие работает на рынке, как оно наращивает объемы продаж конкурентоспособной продукции, снижает издержки. Повышение средней заработной платы будет возможно лишь в случае роста объемов производства, а также успешной реализации произведенной продукции. Процесс производства без последующей продажи результатов труда является бессмысленным, так как не осуществляется процесс простого воспроизводства. Поэтому дополнением к основной оплате труда, как уже отмечалось, должна быть продуманная система материального стимулирования в виде премирования за конечные результаты деятельности структурного подразделения и предприятия в целом, а также поощрения (не только в денежной форме) особо отличившихся работников, или, как раньше говорили, "маяков".

С увеличением объемов производства продукции улучшаются результативные показатели: производительность труда, сумма валового дохода и прибыли (табл. 1).

В зерновом производстве применяется сдельно-премиальная система оплаты труда, т.е. оплата производится за объем выполненных работ по сдельным расценкам. Кроме того, механизаторам предусмотрены дополнительная оплата за качество и срок выполнения работ, повышенная оплата на посеве и уборке урожая, надбавки за классность и стаж работы, доплата за продукцию в размере 50% от заработка по тарифу,

премирование по итогам выполнения плановых заданий за год. Материальное вознаграждение выплачивается при добросовестном отношении к труду, при отсутствии опозданий, прогулов и других нарушений трудовой и технологической дисциплины. Особая роль в структуре доходов работника принадлежит заработной плате, которая служит мощным стимулом повышения результативности труда и производства. В связи с развитием и расширением предпринимательства и рыночных отношений очень важно проанализировать эффективность заработной платы, которая определяется отношением созданного продукта к фонду заработной платы. Повышение эффективности в этом случае заключается в том, что увеличение заработной штаты сопровождается улучшением производственных показателей, ростом производства продукции и улучшением его качества.

Таблица 1. Показатели производственно-экономической деятельности СПК «Бересневский»

Наименование показателя	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г. в % к 2020
Выручка от реализации, тыс. руб.	2714	2762	2972	109,5
Себестоимость продаж, тыс. руб.	2409	2377	2521	104,6
Затраты на основное производство, тыс. руб.	7621	8544	8937	117,3
Стоимость основных средств, тыс. руб.	17761	17719	24023	135,3
Валовой доход, тыс. руб.	305	385	451	147,9
Среднесписочная численность работников, чел.	111	111	112	100,9
Фонд заработной платы, тыс. руб.	1153	1246	1322	114,7
Среднемесячная заработная плата одного работника, тыс. руб.	10,4	11,2	11,8	113,5
Производительность труда, тыс. руб.	24,5	24,9	26,5	108,2
Площадь с/х угодий, га.	4470	4470	4470	100
Фондоотдача, руб.	2,4	1,8	2,2	91,7
Чистая прибыль, тыс. руб.	142	125	130	91,5
Рентабельность продаж, %	1,7	4	4,4	258,8

При проведении мероприятий по совершенствованию оплаты труда работников зерновой отрасли СПК «Бересневский» будет виден положительный результат (табл. 2).

Таблица 2. Экономическое обоснование внедрения оплаты труда от валового дохода в зерновой отрасли агропредприятия

Наименование показателя	2022 г.	Проект	
		(+10% факт. урожайность)	(-10% факт. урожайность)
Площадь, га	4470	4470	4470
Урожайность, ц/га	17	18,7	15,3
Валовой сбор, т.	2579	2836,9	2321,1
Стоимость валовой продукции в ценах реализации, тыс. руб.	2521	2773,1	2268,9

Материальные затраты, тыс. руб.	2644	2908,4	2379,6
в т. ч. фонд оплаты труда	1322	1454,2	1189,8
Себестоимость 1 ц. зерна	1,03	1,13	0,93
Валовой доход, тыс. руб.	451	496,1	405,9
Численность работников, чел	112	112	112
Производительность труда, тыс. руб.	23,03	23,26	20,73
Трудоемкость 1 ц. зерна, чел.-час	1,68	1,85	1,51
Валовой доход в расчете на 1 работника, тыс. руб.	4,03	4,43	3,63
Среднегодовая ЗП одного работника, тыс. руб.	11,8	12,98	10,62
Эффективность оплаты труда, тыс. руб.	0,34	0,37	0,31

Для примера предлагается рассмотреть два варианта событий – оптимистический (плюс 10% урожайности и стоимости валовой продукции) и пессимистический (минус 10% урожайности и валовой продукции). При реализации того или иного сценария устанавливается тесная зависимость между результатами труда – размером произведенного валового дохода и размером материального вознаграждения работников хозяйственной бригады. Кроме того, эффективность оплаты труда и в том, и в другом случае увеличивается по сравнению с показателями базисного периода.

Библиографический список

1. Ананьев М., Рунков В. Предпринимательский доход в системе хозрасчетных отношений на сельскохозяйственных предприятиях // Нормирование и оплата труда в сельском хозяйстве. 2009. № 6. С. 10–14
2. Зубарева Ю.В., Пилипенко Л.М. Проблемы ведения агробизнеса и направления их решения // Фундаментальные исследования. 2016. № 12 (часть 5). С. 858–862.

УДК 338.5

Величина прожиточного минимума в Ярославской области: факторы, анализ тренда, последствия

Елкина Л.В., Мамедова А.И.

*Научный руководитель: Краснова Г.Н., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Величина прожиточного минимума в Ярославской области определяется совокупностью факторов, ключевыми среди которых

являются уровень цен на товары первой необходимости и услуги, средний доход населения, а также региональные особенности экономики. Статистические данные по Ярославской области показывают, что инфляционные процессы оказывают прямое воздействие на корректировку прожиточного минимума. Например, согласно отчету Росстата, годовая инфляция в Ярославской области в декабре 2023 года увеличилась до 6,10% после 6,01% в ноябре [1]. При этом ее значение оставалось ниже, чем в Центральном федеральном округе и в целом по стране, где годовая инфляция снизилась до 7,41% и 7,42% соответственно.

Доходы населения, в свою очередь, также играют важную роль. Высокий уровень заработной платы способствует повышению прожиточного минимума, поскольку позволяет жителям региона приобретать больше товаров и услуг. Так, в третьем квартале 2023 года по сравнению с 2022 годом денежные доходы на душу населения выросли с 38350,4 руб. до 43212,5 руб. [2].

Региональные особенности, включая климат, доступность ресурсов и уровень развития местной экономики также влияют на прожиточный минимум. Так, Фондом развития гражданского общества был представлен рейтинг регионов РФ по экономическому потенциалу, составленный на основании данных Федеральной налоговой службы РФ и Федеральной службы государственной статистики [1] за 2 квартал 2023 года, Ярославская область заняла в нем 23-е место. В рейтинг входили такие показатели оценки как: размер фактически уплаченного в бюджет налога на добавленную стоимость как показатель, непосредственно отражающий динамику и относительные объемы производства товаров, работ и услуг в субъекте РФ; уровень среднемесячной заработной платы по региону; совокупная прибыльность предприятий и организаций региона.

Также, в Ярославской области затраты на отопление в зимний период вносят значительный вклад в расчеты, повышая общую сумму минимально необходимых средств для жизни.

Для определения вероятной величины прожиточного минимума будущих лет и возможных последствий необходимо произвести анализ статистических данных по величине прожиточного минимума за период 2008–2024 гг. (табл.1).

Анализ данных таблицы 1 показывает, что величина прожиточного минимума за данный период в целом имеет тенденцию увеличения. За 2008–2024 гг. показатель увеличился на 10364 руб., что составляет 216,8% прироста, при чем самый большой прирост был с 2014–2015 гг., который

составил 25,4% (1944 руб.) и с 2022–2023 гг. – 16% (2076 руб.). Значение 1% прироста составляет в 2009 году - 47,8%, а в 2024 году 150,42%.

Таблица 1. Динамика величины прожиточного минимума в Ярославской области 2008–2024 гг. [3]

Год	Величина прожиточного минимума, руб.	Абсолютный прирост, руб.		Коэффициент роста		Темп прироста, %		Абсолютное содержание 1% прироста, тыс. руб.
		цеп	баз	цеп	баз	цеп	баз	
2008	4750	-	-	-	-	-	-	-
2009	5580	800	800	1,17	1,17	0,17	0,17	47,8
2010	5246	-334	466	0,94	1,08	-0,06	0,08	55,8
2011	6144	898	1364	1,17	1,29	0,17	0,29	52,46
2012	6096	-48	1316	0,99	1,28	-0,01	0,28	61,44
2013	7099	1003	2319	1,17	1,49	0,17	0,49	60,96
2014	7640	541	2860	1,08	1,60	0,08	0,60	70,99
2015	9584	1944	4804	1,25	2,01	0,25	1,01	76,4
2016	9773	189	4993	1,02	2,05	0,02	1,04	95,84
2017	10004	231	5224	1,02	2,09	0,02	1,09	97,73
2018	10132	128	5352	1,01	2,12	0,01	1,12	100,04
2019	11074	942	6294	1,09	2,32	0,09	1,32	101,32
2020	11082	8	6302	1,01	2,32	0,01	1,32	110,74
2021	11749	667	6969	1,06	2,46	0,06	1,46	110,82
2022	12966	1217	8186	1,11	2,71	0,11	1,71	117,49
2023	15042	2076	10262	1,16	3,15	0,16	2,15	129,66
2024	15144	102	10364	1,07	3,17	0,07	2,17	150,42

Методом аналитического выравнивания составим уравнение тренда и выявим тенденцию исследуемого показателя (табл. 2).

Рассчитав необходимые показатели получим уравнение тенденции $\bar{y}t = 9360,882 + 639,127 * t$.

Построенное уравнение показывает ежегодный средний прирост выровненного уровня, т.е. среднемесячное увеличение величины

прожиточного минимума в Ярославской области ежегодно увеличивается в среднем на 639,127 руб.

Таблица 2. Параметры уравнения тренда величины прожиточного минимума

Год	Величина прожиточного минимума, руб.	t	t^2	yt	$\bar{y}_t$
2008	4780	-8	64	-38240	4247,86
2009	5580	-7	49	-39060	4886,99
2010	5246	-6	36	-31476	5526,12
2011	6144	-5	25	-30720	6165,25
2012	6096	-4	16	-24384	6804,37
2013	7099	-3	9	-21297	7443,50
2014	7640	-2	4	-15280	8082,63
2015	9584	-1	1	-9584	8721,75
2016	9773	0	0	0	9360,88
2017	10004	1	1	10004	10000,01
2018	10132	2	4	20264	10639,14
2019	11074	3	9	33222	11278,26
2020	11082	4	16	44328	11917,39
2021	11749	5	25	58745	12556,52
2022	12966	6	36	77796	13195,65
2023	15042	7	49	105294	13834,77
2024	15144	8	64	121152	14473,90
Итого	159135	0	408	260764	-
Сумма отклонений фактических от теоретических значений $(y_i - \bar{y}_x)^2$				6180107,137	

Используем данное уравнение тенденции роста исследуемого явления при составлении прогноза развития, для этого рассчитаем среднюю квадратическую ошибку σ :

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (y - \bar{y}_t)^2}{n-m}} = \sqrt{\frac{6180107,137}{17-2}} = 641,878 \text{ руб.}$$

Коэффициент вариации K_σ – относительный показатель колеблемости явления:

$$K_\sigma = \frac{\sigma}{\bar{y}} * 100\% = \frac{641,878}{9360,88} * 100\% = 6,857\%$$

Полученные вычисления показывают, что колеблемость динамики величины прожиточного минимума в Ярославской области около линейного тренда составила 641,878 руб., что составляет 6,857%.

Коэффициент вариации дает возможность провести достоверный прогноз с использованием тренда, т.к. его значение менее 33%:

а) на 2025 год: $9360,882 + 639,127 \cdot 10 = 15752,157$ руб.

б) на 2030 год: $9360,882 + 639,127 \cdot 20 = 22143,431$ руб.

Прогноз с использованием построенного тенденции роста показывает, что величина прожиточного минимума Ярославской области в 2025 г. составит 15752,157 руб., а в 2030 г. – 22143,431 руб.

Повышение прожиточного минимума приводит к увеличению социальных выплат и пособий, что напрямую влияет на улучшение жизни менее защищенных слоев населения. Также рост этого показателя положительно сказывается на повышении покупательной способности граждан, что, в свою очередь, стимулирует отечественное производство и розничную торговлю. Однако следует учитывать, что подъем прожиточного минимума влечет за собой увеличение фискальных нагрузок на бюджет области, требуя аккуратного балансирования между необходимостью повышения социальных стандартов и возможностями экономики региона. Этот баланс оказывает влияние на долгосрочную устойчивость областного бюджета и экономической стратегии в целом.

Библиографический список

1. Цены, инфляция [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/>.
2. Уровень жизни [Электронный ресурс]. URL: <https://76.rosstat.gov.ru/>.
3. Величины прожиточного минимума по Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/>.

УДК 633.1(476)

Основные тенденции и перспективные направления производства зерна в Республике Беларусь

Жолудева К.Л.

Научный руководитель: Суценья О.А., ассистент

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Производство зерна составляет основу агропромышленного комплекса Республики Беларусь и является наиболее крупной подотраслью сельского хозяйства. От уровня развития производства зерна

зависят все отрасли животноводства, особенно свиноводство и птицеводство. Состояние зерновой отрасли непосредственно определяет обеспеченность продуктами питания и, в конечном счете, уровень жизни населения.

В настоящее время потребность страны в зерновых культурах для обеспечения продовольственных нужд (хлебопечение, производство спирта и пивоварение) оценивается в 1,6 млн тонн. Для формирования семенного фонда с учетом страховых запасов требуется 0,8 млн тонн. Потребность общественного животноводства (для производства целевых 9,2 млн тонн молока и 1,8 млн тонн мяса скота и птицы) составляет 7,6 млн тонн [2].

Баланс производства и потребления зерна, на отечественном внутреннем рынке показывает, что собственным производством продовольственного зерна обеспечен примерно на 108,7%. Среднегодовой объем импорта зерновых оценивается в 0,1 тыс. т, что составляет во внутреннем потреблении всего 1,15%.

Индикатором развития зернового подкомплекса Республики Беларусь является достижение к 2025 г.: производства зерна в объеме не менее 10 млн т; посевной площади зернобобовых растений до 350 тыс. га, площади посевов многолетних трав (преимущественно бобовых) на пашне – до 1 млн га, что позволит увеличить объемы накопления биологического азота в почве до 100 тыс. т, обеспечить до 70% потребности отрасли животноводства в растительном белке и минимизировать закупку белкового сырья по импорту; урожайности зерновых не менее 40 ц/га [1].

Возделыванием зерновых и зернобобовых культур занимаются все области республики. За годы суверенного развития Беларусь существенно нарастила объемы производства зерна. При незначительном сокращении посевных площадей, с сохранением доли зерна в структуре посевов на уровне около 42–43% валовой сбор возрос более чем в 1,5 раза, а урожайность зерновых – почти на 80 % (табл. 1).

На душу населения ежегодно в Беларуси производится в среднем 800 кг зерна [4].

По предварительным данным в 2023 г. в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь намолочено зерна 7,3 млн т при средней урожайности 33,5 ц/га (рис. 1). За период 2016–2023 гг. прибавка валового сбора зерна практически в 1,8 млн т была обеспечена за счет повышения урожайности зерновых и зернобобовых культур на 6% и на 14% за счет уточненной структуры посевных площадей под данными культурами [4].

Таблица 1. Динамика основных показателей возделывания зерновых культур в Республике Беларусь в 1995–2022 гг., %

Показатели	Годы						2022 г. в %, +/-к 1995 г.
	1995	2000	2019	2020	2021	2022	
Площадь посевов - всего, га	6150	6155	5781	5843	5747	5772	93,9
в т. ч. зерновые и зернобобовые	2692	2537	5416	2499	2490	2533	94,1
тоже в %, %	43,8	41,2	93,7	42,8	43,3	43,9	0,1
Валовой сбор зерновых культур, тыс. тонн	5502	4856	7233	8661	7320	8701	158,1
Урожайность, ц/га	19,4	28,1	30,4	35	29,8	34,5	177,8
Производство зерна на душу населения, кг	540	487	768	923	787	943	174,6



Рисунок 1. Валовой сбор и урожайность зерновых и зернобобовых культур в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь [3]

В системе обеспечения повышения урожайности в Республике Беларусь на первом месте стоит соблюдение требований технологии возделывания в самом широком понимании этого слова:

- соблюдение требований севооборота, выбор предшественника;
- использование качественного семенного материала. По оценкам специалистов применение высокоурожайных сортов позволяет при прочих равных условиях получать прибавку урожая до 15%. В настоящее время порядка 75 % семян представлены сортами и гибридами отечественной селекции;
- соблюдение агротехнических сроков выполнения технологических операций. В частности, согласно имеющимся результатам исследований, проведение уборки зерновых культур в оптимальные сроки (10-14 дней)

позволяет избежать потерь в пределах 15-20% урожая. Выполнение данного пункта во многом обусловлено обеспеченностью производителей необходимой техникой и трудовыми ресурсами (табл. 2);

- применение оптимальной системы питания и защиты растений и т. д.

Применение интенсивных технологий производства в отрасли растениеводства также благоприятно сказывается на повышении урожайности сельскохозяйственных культур и на увеличении валовых сборов [5].

Таблица 2. Основные показатели производства зерновых и зернобобовых культур в Республике Беларусь [3]

Показатели	Годы						2022 г. в % к 2017 г.
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Приходится комбайнов на 100 га зерновых, шт.	4	4	4	4	4	4	100,0
Нагрузка уборочной площади на 1 комбайн, га	229	223	242	249	258	272	118,8
Внесено минеральных удобрений на 1 га зерновых, кг	164	186	171	194	192	209	127,4
Внесено органических удобрений на 1 га зерновых, т	5,0	5,4	5,3	5,7	5,6	5,4	108,0

Индикатором развития зернового подкомплекса, согласно действующей Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021–2025 гг. является достижение к 2025 году:

- производства зерна в объеме не менее 10 млн. тонн;
- посевной площади зернобобовых растений до 350 тыс. гектаров, площади посевов многолетних трав (преимущественно бобовых) на пашне – до 1 млн. гектаров, что позволит увеличить объемы накопления биологического азота в почве до 100 тыс. тонн, обеспечить до 70 процентов потребности отрасли животноводства в растительном белке и минимизировать закупку белкового сырья по импорту;
- урожайности зерновых не менее 40 центнеров с гектара.

В рамках развития зернового подкомплекса предусматривается реализация мероприятий по:

- совершенствованию структуры посевных площадей и соблюдению севооборота, что является важнейшими факторами повышения продуктивности сельскохозяйственных угодий;

- строгому соблюдению технологических регламентов возделывания зерновых и зернобобовых сельскохозяйственных растений,

предусматривающих своевременное и качественное проведение всех этапов технологического процесса (сева, ухода за посевами и уборки сельскохозяйственных растений), обеспечение сбалансированного питания сельскохозяйственных растений, своевременной и полноценной защиты от сорняков, болезней и вредителей [1].

Таким образом, для реализации потенциала зернопродуктового подкомплекса республики, повышения конкурентоспособности на мировом рынке, необходимы всесторонний анализ развития зернового производства, тщательное изучение экономических условий и рациональное использование, а также поиск и выбор наиболее экономичных факторов и направлений интенсификации.

Библиографический список

1. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 01.02.2021 г. № 59 // Консультант Плюс.

2. Мясникович М.В. Основные направления обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь. Современное состояние и перспективы. Минск: Экономика и право, 2003. 451 с.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/>.

4. Производство продукции растениеводства в 2023 году [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mshp.gov.by/ru/news-ru/view/>.

5. Шварацкий В. Анализ современного состояния зернового производства в Республике Беларусь // Аграрная экономика. 2023. № 5. С. 34–50.

УДК 336.717

Влияние искусственного интеллекта на обеспечение безопасности финансовых операций на примере банка "TINKOFF BANK"

Заика А.К., Кашаева А.М.

*Научный руководитель: Гулина А.И., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Искусственный интеллект (ИИ) стал важным инструментом в защите финансовых операций, обеспечивая компаниям и финансовым учреждениям более эффективную защиту данных и снижение риска мошенничества. Данное исследование рассмотрит влияние ИИ на

безопасность финансовых операций и рассмотрит методы его использования в этой области на примере банка Тинькофф.

Под ИИ понимается комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека и при выполнении конкретных задач получать результаты, сопоставимые с результатами его интеллектуальной деятельности. Комплекс технологических решений включает в себя программное обеспечение, информационно-коммуникационную инфраструктуру, процессы и сервисы по обработке данных и поиску решений. Американские исследователи в сфере вычислительной техники - Бар и Файгенбаум - определяют ИИ как область информатики, разрабатывающую интеллектуальные компьютерные системы, которые обладают возможностями человеческого разума (понимание языка, обучение, способность рассуждать).

На сегодняшний день ИИ уже широко используется участниками российского финансового рынка в различных бизнес-процессах: для взаимодействия с клиентами, управления рисками, аналитики, мониторинга, совершения операций и так далее. Кроме того, искусственный интеллект может быть эффективным инструментом в борьбе банков с мошенничеством. Он использует анализ поведения, биометрические данные, геолокацию и другие передовые технологии для проверки личности клиентов и подтверждения законности транзакций. AI способен выявлять аномалии и подозрительные операции, блокировать их или требовать дополнительной проверки, обеспечивая надежную защиту от финансовых преступлений. В реальном времени алгоритмы ИИ способны автоматически отмечать события как подозрительные и блокировать нехарактерные для клиента операции (например, транзакции с признаками мошенничества по кредитным картам) или привлекать сотрудника финансовой организации для проведения более гасконадной проверки и анализа документов и изображений (в случае страхового мошенничества, фальсификаций в финансовой отчетности, процедур KYC). (К YC (Know Your Customer) – термин, означающий необходимость идентифицировать и установить личность контр-агента перед проведением финансовой операции.) Одной из компаний, активно внедряющей искусственный интеллект в свои процессы, является Тинькофф банк.

Тинькофф внедряет концепцию AI Banking и активно применяет передовые технологии искусственного интеллекта и машинного обучения:

1.Первый в России цифровой ассистент на базе технологий искусственного интеллекта, который специализируется на теме

инвестиций. AI Инвест-ассистент поможет начинающим сориентироваться в мире финансов и повысить свою инвестиционную грамотность. Опытные инвесторы благодаря навыку работы ассистента с аналитикой смогут оперативно найти информацию о ценных бумагах, их показателях и компаниях-эмитентах.

2. Голосовой помощник «Олег». Голосовой помощник Олег обрабатывает более 40% сервисных обращений клиентов в чатах без участия сотрудников банка, а в контакт-центре решает вопросы клиентов в среднем за 40 секунд. Ассистент "Олег" в Тинькофф банке является частью искусственного интеллекта "Нейрошит".

3. «Нейрошит» для пользователей «Тинькофф Мобайл». Технология "Нейрошит" обеспечивает финансовую безопасность клиентов путем использования различных инновационных методов и функций:

- "Нейрошит" использует биометрические данные клиентов, такие как отпечатки пальцев или распознавание лица, для идентификации личности и предотвращения несанкционированного доступа к учетной записи;

- Технология анализирует финансовые транзакции клиентов, чтобы выявлять любые подозрительные операции или необычные шаблоны поведения, что позволяет оперативно реагировать на возможные мошеннические действия;

- Технология отправляет клиентам мгновенные уведомления о любых подозрительных операциях или изменениях в их счетах, что помогает быстро реагировать на потенциальные угрозы.

В целом, "Нейрошит" обеспечивает высокий уровень безопасности финансовых операций клиентов Тинькофф банка, используя современные методы и инструменты для защиты данных и предотвращения мошенничества.

В рамках расширения сотрудничества банка «Тинькофф» и научно-исследовательской компании Smart Engines, в мобильный банк для оплаты квитанций и совершения платежей внедрена новая технология распознавания QR-кодов. Технология распознавания банковской карты была внедрена Тинькофф в 2017 году. Она позволяет клиентам совершать оплату по карте, не вводя данные вручную. Данные карты, как в случае с паспортными данными, остаются в полной конфиденциальности и под защитой Тинькофф. Подобная технология имеет ряд преимуществ:

- автоматическое распознавание всех необходимых полей и внос большей части данных клиентов в систему;

- исключение вероятности ошибки или неточности;

- обеспечение полной конфиденциальности данных клиентов;
- не создает риска утечки данных.

Искусственный интеллект способен обрабатывать огромные объемы данных из различных источников для анализа поведения клиентов, динамики рынка, экономических показателей и других факторов, влияющих на вероятность возникновения неблагоприятных событий. На основе этого анализа AI может предлагать оптимальные стратегии для управления рисками и оперативно предупреждать о потенциальных угрозах. Развитие искусственного интеллекта также может оказать влияние на управление инвестиционными и кредитными рисками, предоставляя дополнительные средства для их мониторинга и оценки. В режиме реального времени алгоритмы ИИ могут отслеживать множество факторов риска и проверять эффективность и устойчивость портфеля к различным рыночным и экономическим сценариям. Они способны создавать систему ранних индикаторов для предупреждения о потенциальном невыполнении клиентами своих обязательств (дефолте) и динамические показатели для измерения риск-профиля клиента. Использование искусственного интеллекта позволяет значительно улучшить безопасность финансовых операций, обеспечивая защиту данных и противодействуя угрозам информационной безопасности. Дальнейшее развитие методов и технологий ИИ в этой области поможет повысить уровень безопасности и обеспечить безопасность финансовых операций.

Библиографический список

1. Ильин А.С., Панченко Г.М., Ковалёва М.В. Роль искусственного интеллекта в управлении // Academy. 2018. № 12 (39).

УДК 336.648

Этапы управления денежными потоками организации

Ивлев Д.П.

*Научный руководитель: Петракович А.В., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

В ходе изучения денежных потоков принято выделять следующие этапы управления денежными потоками:

1. Планирование денежных потоков – это одна из самых важных и значимых составляющих предпринимательской деятельности [1].

Любому предпринимателю необходимо знать и постоянно накапливать свой практический опыт в планировании денежных потоков организации, а именно, как правильно сделать бюджетирование и спланировать денежные потоки, поскольку он постоянно будет сталкиваться с неожиданными и неприятными случаями нехватки денежных средств. Планирование помогает избежать и спрогнозировать, определить источники денежных средств и оценить их использование.

2. Следующим этапом является балансировка [2]. На данном этапе идет изучение и разработка всех возможных организационных мероприятий по ускорению привлечения денежных средств и их срочной выплате.

3. Синхронизация платежей [3]. Главной целью является обеспечение повышения уровня корреляции денежных потоков.

4. Расчет оптимального остатка [4]. Денежные средства направляют для различных целей связанных с погашением финансовых обязательств; для покрытия непредвиденных расходов, затрат и платежей по ним; для выгодного инвестирования и вложения в значимые проекты или же акции других организации с целью получения в дальнейшем доходов.

Стоит отметить, что планирование денежных потоков это разработка стратегии и подробного плана по поступлению денежных средств и своевременной их выплате. Процесс планирования подразумевает под собой согласование всех возможных расходов и доходов.

Основная цель планирования – поддержание уровня ликвидности и принятие важных для организации управленческих решений [5].

Главными задачами управления денежных потоков является:

- проверка настоящих и стоящих источников поступления денежных средств;
- финансовая обоснованность всех расходов организации;
- определение потребности в заемных средствах.

Для более точного и своевременного управления денежными потоками необходимо составить платежный календарь.

Платежный календарь представляет собой план, в котором взаимосвязаны все денежные поступления и расходы организации за данный промежуток времени (квартал, месяц, день).

Платежный календарь позволяет обеспечить постоянную информацию о платежеспособности и ликвидности организации в данный момент времени [6].

Таблица 1. Пример составления платежного календаря на период с 1 по 5 января 2024 года

Число месяца	01.01	02.01	03.01	04.01	05.01
Сальдо на начало дня, тыс. руб.	130	127	109	159	159
Поступление, тыс. руб.	0	20	50	0	0
ООО «Аккорд»	0	0	30	0	0
ОАО «ММЗ»	0	20	20	0	0
Расходы, тыс. руб.	3	38	0	0	0
Аренда	0	5	0	0	0
Материалы	0	10	0	0	0
Платежи по кредиту	0	20	0	0	0
Реклама	3	0	0	0	0
Обороты за день, тыс. руб.	-3	-18	50	0	0
Сальдо на конец дня, тыс. руб.	127	109	159	159	159

Изучение этапов управления денежными потоками всегда является актуальным вопросом как в области управления организацией, так и бухгалтерского учета. Важно знать все этапы и владеть информацией о денежных потоках организации постоянно. Это позволит принимать самые эффективные и жизненно важные решения для развития организации.

Библиографический список

1. Акулич Ю.И. Бухгалтерский учет: учеб. пособие. Минск: Дикта, 2020. 368 с.
2. Бухгалтерский учет / под общей ред. О.А. Левковича / Учебное пособие. Минск: Амалфея, 2020. 281 с.
3. Ермакова Н.А. Организация учета // Современный бухучет. 2021. № 6. С. 38–41.
4. Кожарский В.В. Бухгалтерская отчетность. - Минск: БГЭУ, 2020. 364 с.
5. Кравченко, Т.Л. Организация бухгалтерского учета на предприятии. Минск: Высшая школа, 2019. 320 с.
6. Петракович А.В. Методические подходы к оценке денежных потоков сельскохозяйственной организации. Новосибирск, 2021. С. 88–92.

Проблемы стратегического планирования Российской Федерации

Козлова М.А.

Научный руководитель: Кузнецова С.О., канд. юр. наук

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Стратегическое планирование является важным инструментом для обеспечения устойчивого развития и повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке. В условиях глобальных вызовов и быстро меняющейся экономической среды, эффективное стратегическое планирование становится ключевым фактором для достижения долгосрочных целей и обеспечения стабильности. Однако, несмотря на значимость стратегического планирования, в Российской Федерации существуют ряд проблем, которые затрудняют его реализацию на практике.

Основной целью стратегического планирования является определение ясных, конкретных и реалистичных долгосрочных целей, которые страна стремится достичь в будущем. Эти цели могут касаться экономического развития, социальной сферы, безопасности, экологии и других аспектов жизни общества [1].

Прежде чем разрабатывать стратегии, необходимо провести анализ текущего положения в стране и на мировой арене. Это включает в себя оценку сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, а также учёт изменений в мировой политике, экономике, социуме, технологиях и других областях. На основе поставленных целей и анализа среды разрабатываются стратегии и тактики их достижения. Это включает выбор приоритетных направлений развития, определение конкретных шагов и механизмов реализации поставленных задач.

В Российской Федерации активно внедряются цифровые технологии для улучшения процесса стратегического планирования, что способствует более точному анализу данных, прогнозированию и мониторингу реализации стратегий. Кроме того, всё больше внимания уделяется развитию стратегий на региональном уровне, что способствует более гибкому и адаптивному учету специфики различных субъектов федерации. Работа ведется по совершенствованию нормативно-правовой базы в

области стратегического планирования для улучшения процесса разработки и реализации стратегий.

Общее направление развития стратегического планирования как в России, так и на мировой арене связано с цифровой трансформацией, увеличением роли регионального уровня, совершенствованием законодательства и подходов к сотрудничеству. Эти тенденции отражают стремление к более эффективному использованию ресурсов, повышению качества жизни населения и достижению устойчивого развития как на национальном, так и на мировом уровне.

В Российской Федерации законодательство в сфере стратегического планирования регулируется рядом нормативных актов, которые определяют порядок разработки, осуществления и контроля за реализацией стратегических документов. Федеральный закон № 172 "О стратегическом планировании в Российской Федерации", принятый в 2014 году, играет ключевую роль в определении правовых основ стратегического развития страны. Сущность этого закона заключается в том, что он направлен на обеспечение устойчивого социально-экономического развития страны, повышение эффективности государственного управления и координации действий различных уровней власти. Закон также предусматривает участие общественных организаций и граждан в процессе разработки и реализации стратегических документов.

Этот закон является основой для разработки и реализации стратегий развития на различных уровнях государственной власти в Российской Федерации. Они регламентируют процессы стратегического планирования, обеспечивают прозрачность и эффективность деятельности государственных органов по реализации стратегий развития.

Стратегическое планирование играет ключевую роль в определении долгосрочных целей развития страны, определении приоритетов и механизмов их достижения. В контексте Российской Федерации существует несколько заметных проблем, затрудняющих эффективность стратегического планирования и его последующее выполнение [2].

Одной из основных проблем является недостаточная связь между стратегическим планированием и фактической политикой. Часто стратегические документы создаются как формальные документы, но их реализация оказывается затрудненной из-за недостаточной базы для проведения мониторинга и оценки результатов, а также из-за недостаточного внедрения механизмов контроля за выполнением поставленных задач.

Другой важной проблемой является бюрократизация и отсутствие гибкости в стратегическом планировании. Часто стратегические документы оказываются излишне сложными, тяжеловесными и не подвержены быстрым изменениям внешней конъюнктуры или внутренних условий. Это затрудняет адаптацию стратегий к новым вызовам и возможностям.

Ещё одной проблемой является нехватка участия общественности и экспертов в процессе стратегического планирования. Отсутствие широкого обсуждения и обратной связи между правительством и различными сегментами общества может привести к недооценке некоторых аспектов развития и упущению важных моментов при формировании стратегий.

Помимо этого, недостаток финансирования стратегических программ также является серьезным препятствием для их успешной реализации. Недостаточное выделение средств на достижение стратегических целей ограничивает возможности страны в решении ключевых проблем и стимулировании развития важных отраслей.

Для преодоления этих проблем необходимо внедрение более гибких и адаптивных методов стратегического планирования, усиление контроля за выполнением стратегий, расширение участия общественности и экспертов в этом процессе, а также обеспечение достаточного финансирования стратегических программ. Только через эффективное и целенаправленное стратегическое планирование страна сможет успешно достигать своих долгосрочных целей развития.

Решение этих проблем требует усиленного внимания к развитию системы стратегического планирования, улучшения координации между различными уровнями власти, увеличения прозрачности и участия общественности, а также обеспечения достаточного финансирования для реализации стратегических планов. Необходимо усилить механизмы мониторинга и оценки выполнения стратегических планов. Регулярное оценивание прогресса, анализ достигнутых результатов поможет выявить проблемные места и внести коррективы в оперативные действия. Кроме того, необходимо обеспечить прозрачность и открытость процесса стратегического планирования и сделать его более гибким и адаптивным к изменениям внешней среды [3].

В заключение хочется сказать, что правильное стратегическое планирование является основой для устойчивого и сбалансированного развития страны, позволяет оптимизировать использование ресурсов, достигать долгосрочных целей и повышать конкурентоспособность

экономики. Поэтому улучшение стратегического планирования в Российской Федерации является важным шагом к обеспечению устойчивого и инновационного развития страны в будущем.

Библиографический список

1. Иванов О.Б., Бухвальд Е.М. Новый этап в развитии государственной политики в сфере стратегического планирования // Актуальные вопросы экономики, 2022. № 6. С. 25–26.

2. Бухвальд Е.М. Основы государственной политики в сфере стратегического планирования: нерешенные проблемы // Вестник Института экономики Российской академии наук, 2022. № 1. С. 32–49.

3. Ленчук Е.Б., Филатов В.И. Совершенствование методологических подходов к формированию системы стратегического планирования в России // Вестник Института экономики Российской академии наук, 2021. № 4. С. 11–16.

УДК 336.717.3

Вклады для бедных как способ стимулирования сбережений

Кокорюлина Я.С., Соловьева Е.Ю.

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В настоящее время банковские услуги являются неотъемлемым элементом в механизме реализации социальной политики государства. Банки играют не только финансово-экономическую роль, но и социальную. Оказывая свои услуги, осуществляя расчеты и кредитование, они обеспечивают денежными ресурсами население, фирмы и являются рычагом хозяйственного оборота. Предоставление льготных и ипотечных кредитов для определённых слоев населения также является социальной составляющей банковской деятельности [3].

По данным Росстата по итогам 2022 года в России 14,3 млн. человек имеют доходы ниже границы бедности, что составляет 9,8% жителей страны. В I квартале 2023 года численность такого населения составила 19,6 млн. человек, или 13,5% жителей страны (табл. 1). Наряду с этим денежные доходы населения в I квартале 2023 года составили 17,4 трлн. рублей и увеличились по сравнению с I кварталом 2022 года на 8,7%. Как показывают

данные таблицы 2 совокупный депозитный портфель продолжает расти, что способствует развитию активных операций банков.

Таблица 1. Динамика уровня бедности и прожиточного минимума в России за 2017–2023 гг. [2]

Год	Уровень бедности, млн чел. (в % от общей численности)	Прожиточный минимум, руб.
2017	18,9 (12,9%)	10 088
2018	18,4 (12,6%)	10 287
2019	18,0 (12,3%)	10 890
2020	17,7 (12,1%)	11 300
2021	16,0 (11,0%)	11 653
2022	14,3 (9,8%)	13 919
2023	1 кв. –17,4 (11,9%), 2 кв. – 15,7 (9,8%), 3 кв. – 14,8 (10,2%)	14 375

Однако, стоит отметить, что малообеспеченные слои населения не всегда имеют возможность осуществлять сбережения, а выгодные условия для их осуществления практически недоступны, чаще других они вынуждены прибегать к банковскому кредитованию, однако, для банков это высокорискованные заемщики, банки не заинтересованы их кредитовать.

Таблица 2. Динамика сбережений в России за 2019–2024 гг. [2]

Год	Объём вкладов, трлн руб.
2019	32,33
2020	35,9
2021	39,77
2022	43,43
2023	50,93
01.1.2024	60,0

В мае 2023 год в Госдуму был внесен законопроект с предложением создания социального вклада и счета для россиян с низким доходом. При одобрении проекта закон вступит в силу 1 июля 2024 года. Что предполагает данная мера и будет ли она выгодна для банков?

Согласно проекту, открыть вклад смогут граждане с доходом ниже прожиточного минимума, получающие соцподдержку и зарегистрированные в Единой государственной информационной системе социального обеспечения. Максимальная сумма будет ограничена 50 тысячами рублей, а срок не должен превышать года. Клиент сможет в любой момент пополнить вклад, частично снять или перевести с него деньги без уменьшения ставки и взимания комиссии.

Договоры об открытии социальных вкладов и счетов будут открываться в электронной форме через портал Госуслуги с 1 июля 2024 с

системно значимыми банками, а через год с остальными кредитными организациями, имеющими право на привлечение денежных средств физлиц во вклады.

Открыть вклады смогут граждане с низкими среднедушевыми доходами, получающие соцподдержку. Информация о них должна содержаться в Единой государственной информационной системе соцобеспечения (ЕГИССО). Одна из главных особенностей такого вклада в том, что начисление процентов будет привязано к ключевой ставке. Проценты по депозиту будут начисляться ежемесячно и их доходность должна быть на 1 п.п. выше уровня ключевой ставки. То есть если бы договор действовал сегодня, то при ключевой ставке в 15% по социальному вкладу можно было бы получить 16% годовых.

При росте ключевой ставки это позволит клиентам получать дополнительную выгоду, но если ставка будет снижаться (как, например, было в апреле — сентябре 2022 года), то и доходы вкладчиков будут сокращаться.

В финансово-экономическом обосновании к проекту закона говорится, что новация не приведет к увеличению расходов федерального бюджета. «Это не рыночный инструмент, так как он не позволяет банку исходя из своей экономики соблюдать баланс между своими интересами и интересами клиентов – это больше социально-экономическая инициатива властей. Кроме того, на государственном уровне понимают необходимость формирования у населения привычки к сбережениям и стараются привлечь в них как можно более широкие социальные слои».

Во Франции и Бельгии для поддержания покупательской способности домашних хозяйств созданы регулируемые депозиты (regulated-deposit accounts) (рис. 1). В отличие от обычных сберегательных счетов процентные ставки по ним устанавливаются нормативно, как правило, они выше рыночных, и банки не могут их самостоятельно менять. Выплачиваемые проценты по таким вкладам частично или полностью освобождены от налогов. При этом один человек может открыть только один регулируемый депозит. Повышенные ставки (примерно на 1 п.п.) ложатся на плечи банков, но они таким образом могут получить необходимый объем денежных средств на депозитах и не беспокоиться об оттоке вкладов.

К тому же, во Франции для того, чтобы оформить ипотечный кредит необходимо внести 30 % от стоимости приобретаемого жилья. Депозиты для населения с доходами ниже прожиточного минимума с выгодными

условиями поспособствуют накоплению денежных средств для покупки дорогостоящих товаров и стимулированию граждан к сбережениям.



Рисунок 1. Общий объём депозитов Бельгии с декабря 1996 года по декабрь 2023 года [4]

Внимательно анализируя международный опыт, наблюдается потенциал для внедрения подобного механизма в России.

Для коммерческих банков в открытии такого вклада или счета особой выгоды нет, полагает финансист Фрумина С.В. «Банки только смогут расширить клиентскую базу и увеличить пассивы, на этом привлекательность продукта заканчивается. Скорее всего речь пойдет о субсидировании процентной ставки за счет средств бюджета, но такую меру вряд ли поддержит Минфин России», – говорит она.

Таким образом, введение в практику вкладов для малообеспеченных групп населения повысит социальную роль кредитных организаций, в перспективе это поможет им нарастить привлеченные ресурсы, расширить клиентскую базу. С другой стороны, акцент с доступного кредитования постепенно будет смещаться в сторону сбережений, потенциальные заемщики поймут, что важна не только кредитная история, но депозитная, характеризующая их как умеющих откладывать на «черный день». Все это будет способствовать развитию кредитного потенциала банковской системы и снижению рисков совокупного кредитного портфеля.

Библиографический список

1. Сбережение населения России: здоровье, занятость, уровень и качество жизни: материалы международной научно-практической конференции VI Римашевские чтения / Отв. ред. В.В. Локозов, В.Г. Доброхлеб. М.: ИСЭПН ФНИСЦ РАН, 2023. 398 с.

2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/>.

3. Доходы, расходы и сбережения населения России: тенденции и перспективы. Материалы VII Международной научно-практической конференции / Отв. ред. А.В. Ярашева. М.: ФНИСЦ РАН, 2022. 247 с.

4. Global Economic Data, Indicators, Charts & Forecasts [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ceicdata.com>.

УДК 336.71

Детский банкинг как перспективное направление банковского бизнеса в России

Ком А.А.

*Научный руководитель: Лукьянюк Т.М., магистр экон. наук
Белорусский государственный экономический университет*

Значимым элементом развития современного общества является формирование финансовой грамотности среди молодежи. Использование специализированных банковских услуг, ориентированных на потребности молодого поколения, представляет собой один из методов достижения этой цели.

Детский банкинг – перспективное направление для развития бизнеса кредитных организаций. Молодые клиенты станут платежеспособными через 10–15 лет, но привычку пользоваться услугами определенного банка важно формировать у них уже сейчас. Согласно данным опроса кредитных организаций, выпустивших миллионы банковских карт, выдачи таких карт для юных клиентов растут в среднем на 10–15% ежемесячно, а к началу учебного года этот показатель возрастает до 20% [1]. В ближайшей перспективе количество финансовых услуг, предназначенных для детей и подростков, продолжит расти, так как детские карты – это важный компонент стратегии развития банковского бизнеса, поскольку молодые клиенты сохраняют интерес к продуктам банка по мере взросления.

Детский банкинг – дистанционное банковское обслуживание, позволяющее ребенку использовать определенный пакет банковских услуг, на основании договора между банком и одним из родителей [2]. Другими словами, это: 1) деятельность банка по оказанию услуг, выгодоприобретателями по которым являются дети; 2) деятельность банка по оказанию услуг, потребителями которых являются дети; 3) банковская деятельность, управление которой осуществляют дети [3].

В 2019–2020 гг. Тинькофф Банк провел масштабное исследование платежного поведения российских детей, в котором учитывались операции и покупки 600 тысяч клиентов Tinkoff Junior. Результаты исследования показали, что оформление детских карт осуществляется в возрасте от 7 до 18 лет. Средний возраст клиента детского банкинга – 11 лет. Большинство держателей подростковых карт (63%) находятся в возрастной группе от 10 до 14 лет. Такой высокий процент объясняется тем, что многие молодые люди, достигнув возраста 15 лет, начинают подключаться к взрослому банкингу. На долю ребят более младшего возраста (8–9 лет) приходится 15%, на клиентов в возрасте 15–18 лет – 13%. Дети предпочитают безналичные способы оплаты. Объем средств, снятый с карты в виде наличных, уменьшился с 23% до 15%, а доля безналичных транзакций за 2020 г. по детским картам увеличилась с 77% до 85% [4].

Карты для детей выпускают Сбербанк, Альфа-Банк, ВТБ, Тинькофф Банк, Росбанк, Совкомбанк, ЮниКредит Банк, Хоум Банк и др. Информация об условиях выпуска и обслуживания банковских карт для детей от ведущих банков России, активно развивающих этот сегмент, представлена в таблице 1.

Таблица 1. Условия выпуска и обслуживания детских банковских карт [5]

Банк	Название карты	Возраст пользователей	Стоимость обслуживания	Кэшбэк	Процент на остаток	Детское мобильное приложение
Сбербанк	СберКарта	6-13	Бесплатно	0,5% бонусами «Спасибо» за любые покупки	Нет	Есть
Тинькофф Банк	Tinkoff Junior	6-18	Бесплатно	1% – за любые покупки, 2% – за покупки в Интернете	6% годовых при родительской подписке Tinkoff Pro	Есть
Альфа-банк	Детская карта	7-14	Бесплатно	1% – за любые покупки, 5% – в кафе (макс. 2000 руб./мес.)	Нет	Есть
Совкомбанк	Халвёнок	6-14	Бесплатно	1% – за любые покупки от 1 тыс. руб., до 6% – у партнеров (макс. 1000 руб./мес.)	до 6% годовых	Есть

Анализ данных таблицы показывает, что условия выпуска и обслуживания карт для детей схожи независимо от банка-эмитента. Как правило, такие карты предоставляются родителям бесплатно. Возрастной диапазон пользователей варьируется от 6 до 18 лет. Использование детских карт открывает доступ к различным возможностям и бонусам. Например, Сбербанк по детской «СберКарте» начисляет за любые покупки 0,5% бонусами «Спасибо»; за покупки с использованием карты «Tinkoff Junior» банк начисляет кэшбэк. Проценты на остаток по детским картам начисляют Совкомбанк и Тинькофф Банк.

Данные банки предлагают специальные мобильные приложения для детей. Они позволяют отслеживать расходы, осуществлять переводы, а также устанавливать цели и накапливать денежные средства. Для привлечения внимания молодых клиентов банки внедряют элементы игрового процесса в свои мобильные приложения. Например, клиенты «Tinkoff Junior» могут выполнять прописанные в приложении задания от родителей и получать за это финансовое поощрение. В приложении Сбербанка представлены разделы с контентом, посвященным финансовой грамотности, – рекомендации фильмов и книг, интересные новости со всего мира и т.д.

Лицом детского банкинга является яркий пластик. Кредитные организации стараются креативно подходить к разработке внешнего вида карт, потому что для детей дизайн часто становится определяющим фактором при выборе детской карты. Тинькофф Банк сотрудничает с популярными брендами для создания уникальных дизайнов, например, с персонажами мультфильма «Как приручить дракона» и «Angry birds». К детской карте Альфа-Банка прилагается набор стикеров, с помощью которых дети могут создавать свой персональный дизайн.

Детский банкинг имеет определенные преимущества для всех участников:

- удобный инструмент для формирования финансовой грамотности;
- безопасный вариант хранения денег, так как пластиковую карту сложно повредить, и в случае необходимости ее можно заблокировать;
- эффективный метод отслеживания расходов. История всех покупок сохраняется в мобильном приложении, с помощью которого родители могут следить за тратами ребенка, получать уведомления о транзакциях и устанавливать лимиты трат;
- возможность для родителей в любое время пополнять детскую карту, что может быть полезным в ситуациях, когда внезапно нужны деньги;

– возможность получать не зависящий от родителей доход, так как многие банки предоставляют по детским картам различные бонусы, скидки и кэшбэк на покупки.

Несмотря на преимущества, связанные с использованием детских карт, следует учитывать и некоторые недостатки:

– дети могут потратить больше с банковской карты, чем наличных. Это особенно актуально, если детская карта привязана к основному счету родителей;

– из-за своей наивности и отсутствия опыта дети могут случайно раскрыть данные своей карточки мошенникам.

В заключение можно сделать вывод, что детский банкинг представляет собой перспективное направление развития банковской сферы в России. Банки видят в детях и подростках не только потенциальных клиентов, но и возможность создания лояльной аудитории еще до их совершеннолетия. Активное внедрение детского банкинга сопровождается упором на финансовом образовании молодежи, что способствует созданию общественной ответственности банков перед будущими клиентами. Банки, успешно внедряющие детский банкинг, стремятся создать инновационные и интерактивные финансовые продукты, которые открывают новые возможности для применения технологий и делают опыт обучения более привлекательным и эффективным.

Библиографический список

1. В России активно развивается детский банкинг. Что о нем надо знать? [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2023/05/09/v-rossii-aktivno-razvivaetsia-detskij-banking-chto-o-nem-nado-znat.html>.

2. Детские недетские... [Электронный ресурс]. URL: <https://akforb.su/tpost/8fkmncy2n1-detskie-nedetskie>.

3. Коробов Ю.И., Фомичева О.Е. Сущность и роль детского банкинга // Наука и общество. 2013. №6 (15). С. 121–127.

4. Мальчики копят, а девочки тратят: как российские дети пользуются банковскими картами [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/24032021-boys-save-and-girls-spend-how-russian-children-use-bank-cards/>.

5. Банковские карты для детей: что нужно знать и какую выбрать [Электронный ресурс]. URL: <https://dzen.ru/a/ZN4AyKpb3jrlFSpB>.

Цифровые банковские сервисы как фактор доступности финансовых услуг

Косоурихина А.С., Кренделева А.Н.

*Научный руководитель: Чубрина Г.Н., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Финансовые услуги — это деятельность по привлечению и использованию денежных средств.

Финансовые услуги предоставляют банки, инвестиционные компании, страховые и лизинговые компании, брокерские фирмы и многие другие организации.

Финансовые услуги могут быть предоставлены в различных формах, в зависимости от потребностей клиента и специфики услуги (табл. 1).

Таблица 1. Виды финансовых услуг

Виды услуг	Формы услуг
1. Банковские услуги	- кредитование (ипотечные кредиты, потребительские кредиты, автокредиты и т.д.); - депозиты (срочные и без срока); - платежи и переводы; - операции с ценными бумагами; - услуги доверительного управления.
2. Инвестиционные услуги	- управление портфелем инвестиций; - покупка и продажа ценных бумаг; - инвестиции в недвижимость и другие активы.
3. Страховые услуги	- страхование имущества; - страхование жизни; - страхование ответственности

В банковском секторе России происходит активное внедрение цифровых технологий, которое улучшает работу организаций по обслуживанию клиентов и защите от киберугроз.

Осуществление операций в финансовой сфере происходит с использованием цифровых банковских сервисов.

Базы данных - основной актив банков, поэтому они активно внедряют единые решения по контролю качества данных и их сохранности.

При создании банковских сервисов используются следующие виды программного обеспечения (табл. 2).

Таблица 2. Виды ПО для банковских сервисов [1]

Научное ПО	
- Система математического и статистического расчёта и анализа - Средства разработки программного обеспечения - Среда разработки: RAD; SDK и DDK	- Система компьютерного моделирования - Системы управления базами данных (СУБД): - Реляционные (DB2, Informix Software, Interbase, Firebird, Microsoft SQL Server, MySQL, Oracle, PostgreSQL) - Объектно-ориентированные системы (иерархическая, сетевая)
Прочие системы	
- Геоинформационная система (ГИС) - Система поддержки принятия решений (СППР)	- Система управления IT-инфраструктурой - Справочно-правовая система (СПС)
Клиенты для доступа к интернет-сервисам:	
- Электронная почта - Веб-браузер - Система мгновенного обмена сообщениями - Чат-каналы	- IP-телефония - Пиринговая сеть - Потоковое вещание - Банк-клиент
Программные средства защиты	
- Криптошлюз - Средство аутентификации - Средства мониторинга и аудита - Сканер защищённости - Средство разграничения доступа	- Система криптографической защиты, шифрования и ЭЦП - Антивирусная программа - Антиспамовая программа - Межсетевой экран (Firewall)

Тренды цифровизации включают различные инновации, например, онлайн обслуживание, персонализация услуг, новые способы оплаты и внедрение цифровой валюты (цифровой рубль), которые могут стимулировать цифровое развитие банковской сферы.

Банковские онлайн-сервисы позволяют осуществлять операции удаленно через банкоматы, онлайн-банки или мобильные приложения, поэтому становятся все более необходимыми для клиентов. Онлайн-сервисы банков предоставляют возможность осуществлять переводы, совершать покупки и просматривать финансовую информацию.

Этот процесс несет в себе не только преимущества, такие как автоматизация процессов и расширение границ деятельности организаций, но и риски, связанные с безопасностью данных и доступом к технологиям.

Технологические гиганты и финтехи предлагают более удобные интерфейсы к банковским продуктам. Новое поколение автоматизированных банковских систем – это цифровые платформы с облачными сервисами и компонентной архитектурой.

Бизнес-модель финансовой экосистемы предполагает объединение клиентов вокруг банка для предоставления разнообразных финансовых и нефинансовых услуг.

Сервисы дистанционного обслуживания от Сбербанка представлены в таблице 3.

Таблица 3. Сервисы дистанционного обслуживания от Сбербанка

Наименование сервиса	Область применения и результаты
дистанционного мониторинга пациентов «СберЗдоровье»	2023 год. Три пилотных проекта: центральная городская больница, краевая больница № 2 и Ярославская областная клиническая больница. Дистанционному сопровождению пациентов обучены врачи и административный персонал. Получили поддержку более 5000 пациентов с хроническими заболеваниями
Улучшение качества транспортных услуг в Ярославской области (Сбербанк)	2023 год: во всех транспортных средствах региона оплата проезда банковскими картами
Комплексного проекта «Карта жителя Ярославской области»	Реализация (2024 год) проекта позволит жителям региона удобно пользоваться широким спектром мер социальной поддержки по любой банковской карте «МИР», включая льготный проезд в общественном транспорте, программу лояльности со скидками и кешбэком и многое другое.
Аппаратно-программный комплекс «MDDC Кардио» от СберМедИИ	Это решение со встроенным сервисом на базе искусственного интеллекта (ИИ) для расшифровки ЭКГ — широко используется в бригадах скорой помощи и фельдшерско-акушерских пунктах региона

В настоящее время требованиям открытого банкинга наиболее соответствуют компонентные платформы, которые состоят из небольших модулей или сервисов, реализующих базовые бизнес-функции и способствующих гибкому созданию новых продуктов и их быстрому введению на рынок. Архитектура таких платформ обеспечивает участникам доступ к банковским сервисам и интегрированным внешним сервисам, автоматизацию взаимодействий между участниками и сохранение результатов этих взаимодействий в электронном виде.

Кредитные организации активно используют различные банковские инструменты (табл. 4).

Объем безналичных операций физических и юридических лиц за 2022 год вырос в 1,4 раза по сравнению с 2021 годом, продолжился рост доли безналичной оплаты товаров и услуг в розничном обороте. Это говорит о доступности платежных сервисов и доверии потребителей.

Карточные операции в России по итогам 2022 года увеличились на 11,0% по количеству и на 16,0% по объему. Эмиссия карт «Мир» за 2022 год увеличилась в 1,6 раза, на 1 января 2023 года используются 182,3 млн. карт.

Число пользователей системы быстрых платежей (СБП) в 2022 году выросло на 37 млн человек и достигло 81 млн., количество операций увеличилось в 3,5 раза, объем — в 2,9 раза.

Таблица 4. Платежные инструменты, используемые при совершении платежей (статистика ЦБ за 2020–2022 годы)

Цифровой банковский сервис	2022 год	2021 год	2020 год
Платежные карты			
Количество платежных карт, млн. ед. <i>(за период)</i>	396,6	334,7	305,6
Из них:			
- расчетные карты	349,2	294,3	266,5
- кредитные карты	47,4	40,4	39,1
Операции, совершенные на территории России с использованием карт, эмитированных российскими кредитными организациями			
Объем операций, млрд. руб.	54 339,3	133 037,9	105 524,9
Из них:			
- операции по снятию наличных денег	31 110,6	29 579,0	28 188,3
- безналичные операции	123228,8	103 459,0	77 336,6
- из них операции по оплате товаров (работ, услуг), включая таможенные платежи	49 610,9	43 483,2	32 429,6

Один из самых активно растущих сервисов системы — оплата товаров и услуг. В этом сегменте платежи по сравнению с 2021 годом выросли многократно — в 27 раз по количеству и в 12 раз по объему. За год к системе подключились 382 тыс. торгово-сервисных предприятий, их общее количество достигло 559 тыс. к началу 2023 года. Интерес бизнеса был связан и с выгодными тарифами на операции в СБП, и с программой Правительства РФ, по которой малым и средним предприятиям компенсировались банковские комиссии по операциям в СБП.

Кроме того, с 1 мая 2022 года максимальный лимит одной операции в системе увеличен с 600 тыс. до 1 млн. рублей, что расширяет возможности продавцов использовать СБП. Внедрение бесконтактной технологии NFC также повышает привлекательность СБП.

Изменение психологии самих клиентов влияет на усиление цифровизации банковского бизнеса. Одной из причин уменьшения количества офисов банков эксперты называют. Стремление к оптимизации расходов и повышении операционной эффективности ведет к сокращению численности офисов банков.

Уход в онлайн побудил банки активнее развивать цифровые каналы связи на базе социальных сетей, чатов на сайтах банков и мессенджеров, в том числе с использованием роботизированных помощников: по данным исследования Frank RG, автоматизированные помощники могли в 2020 году решить до 40% вопросов клиентов, то на сегодняшний день более 50% обращений обрабатывается роботами.

Одним из ключевых факторов, сделавших цифровые банковские сервисы столь популярными, является их доступность. С помощью

мобильных приложений и веб-портала банка люди могут управлять своими финансами в любое время и в любом месте. Цифровые банковские сервисы позволяют жителям удаленных районов получать доступ к финансовым услугам: финансовые операции можно проводить через интерфейс мобильного приложения или сайта банка, нет необходимости заполнять бумажные формы.

Кроме того, цифровые банковские сервисы для предпринимателей предлагают широкий спектр возможностей: учет и аудит финансовой деятельности, онлайн-платежи, автоматизированное управление финансами и многое другое. Благодаря этим сервисам предприниматели могут эффективно управлять своими финансами и сосредоточиться на развитии своего бизнеса.

В целом, цифровые банковские сервисы незаменимы для многих людей в нашей современной и быстро меняющейся финансовой среде. Но при использовании цифровых сервисов всегда следует помнить о безопасности и принимать соответствующие меры защиты для своих финансовых данных. Автоматизированные системы банков позволяют интегрировать сервисы различных участников в общую информационную среду и помогает клиентам ориентироваться в многообразии предоставляемых услуг, обеспечивают поддержку полного цикла производства новых сервисов. Использование цифровых банковских сервисов повышает эффективность процессов и уменьшает риски операций, обеспечивает проведение глубокой аналитики, возможности использования методов искусственного интеллекта.

Библиографический список

1. Горбатенко А.В. Современные тренды развития мирового банкинга // Международная научно-техническая конференция молодых ученых. Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020.

УДК 336.73

Инновационные модели развития национальных экономик

Круглова А.А.

*Научный руководитель: Коречков Ю.В., д-р экон. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Формирование модели инновационного развития национальной экономики зависит от условий воспроизводства, а также от факторов качественного экономического роста. Сама модель инновационного развития национальной экономики представляет собой система, формирующую условия расширенного воспроизводства в национальной экономике, обеспечивающие качественный экономический рост, основными ресурсами которого являются человеческий капитал и новое знание, а основным фактором – инновации (нововведения) [1].

Начиная со второй половины XX века в мире происходит стремительный процесс накопления знаний, который из потенциального ресурса качественного экономического роста превратился в его фактор в форме инноваций и научно-технического прогресса. Условиями появления революционных инноваций являются экономический спад, ухудшение условий хозяйствования и перспектив экономического роста. Интенсификация революционных нововведений (производство энергоносителей, средств труда, конструкционных материалов, потребительских товаров, инфраструктура) совпадает с периодами ухудшения социально-политического положения страны, а сами нововведения становятся фактором его преодоления. Переизбыток мощностей, стагнация базовых отраслей обуславливают насущную потребность в их коренной модернизации и создании новых отраслей, т.е. реализации потенциала революционных инноваций, созданных в научной сфере.

Инновации являются универсальным инструментом, который способен создавать добавленную стоимость и иметь положительное воздействие в различных сферах экономической деятельности. Являясь важнейшими среди инноваций, они характеризуют процесс передачи ресурсов, знаний и практик между организациями и внешними субъектами экономики (реальным сектором экономики, учебными заведениями, научными комплексами и т.п.). Общая характеристика инновационной деятельности в России на основе данных Росстата приведена в таблице 1.

Как видно из таблицы 1, по состоянию на 1 января 2023 г. удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации вырос до 23,0% по сравнению с 21,6% на 1 января 2021 г. Объём произведённых инновационных товаров, работ, услуг также увеличился за этот период с 4863,4 млрд. руб. до 6003,3 млрд. руб. Следует отметить, что данные положительные изменения в сфере инновационной деятельности происходили в пандемийный период, когда многие организации вынуждены были значительно сокращать рабочее время.

Таблица 1. Инновационная деятельность в России [1]

Показатели	2020	2021	2022
Уровень инновационной активности организаций, %	9,1	10,8	11,9
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в общем числе обследованных Росстатом организаций, %	21,6	23,0	23,0
Объём инновационных товаров, работ, услуг, млрд руб.	4863,4	5189,0	6003,3
Затраты на инновационную деятельность организаций, млрд руб.	1954,1	2134,0	2379,7
Удельный вес затрат на инновационную деятельность организаций в общем объёме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %	2,1	2,3	2,0
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в деятельности малых предприятий, %	2,4	-*	2,8
Затраты на инновационную деятельность малых предприятий, млрд руб.	27,3	-	54,4

Факторами развития инновационной модели являются:

- наличие научно-образовательной системы национальной экономики;
- современный технологичный предпринимательский сектор экономики [2].

Условиями эффективной организации инновационной деятельности в экономике являются:

1. Развитая научная база. Научный потенциал страны включает две составляющие: накопленные знания и совокупность научных кадров, материально-технического, информационного обеспечения научно-исследовательской деятельности.

2. Стимулирование инновационного развития экономики. Государство с помощью институциональных методов должно облегчить перевод средств экономических структур в инновационные разработки. Также должны создаваться условия, вынуждающие хозяйствующих субъектов обновлять основные средства. Особое место в этой системе занимают высокотехнологичные стартапы.

3. Развитие инновационной культуры в обществе.

4. Правовая защищенность результатов инновационной деятельности. Результатами инновационных процессов в экономике являются:

- повышение потребительных и стоимостных характеристик продукции;
- рост конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и национальной экономики;
- формирование новых технологий управления, маркетинга;
- повышения качества жизни в стране за счет снижения экологических издержек.

В последние годы используется понятие «макротехнология», которое представляет собой совокупность всех технологических процессов по созданию определенного вида продукции с заданными параметрами — научные исследования и разработки, опытно-конструкторские работы, подготовка производства, сбыт продукции, сервисная поддержка производства и реализованной продукции.

Развитие национальных экономических систем определяется множеством различных факторов, определяющую роль среди которых играют глобализация, инновационное развитие и интеграция мировой экономики. На современном этапе развития человеческого общества глобализация, достигнув высокой степени взаимозависимости, служит процессом преобразования региональных социально-экономических систем в единую всемирную систему, развивающуюся на базе унифицированных закономерностей.

Библиографический список

1. Российский статистический ежегодник. 2022 / Росстат. М.: 2022. С. 497–517.
2. Модели формирования национальных инновационных систем [Электронный ресурс]. URL: https://kapital-rus.ru/articles/article/modeli_formirovaniya_nacionalnyh_innovacionnyh.

УДК 336.76

Роль фондового рынка в экономике страны

Кубышкина А.Е.

*Научный руководитель: Логинова Т.В., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Фондовый рынок является важным элементом развития экономики России. Он представляет собой специализированную сферу финансового рынка, где осуществляется торговля ценными бумагами, акциями и другими финансовыми инструментами.

Развитие фондового рынка в России началось с середины 1990-х годов, после принятия законодательства, регулирующего деятельность фондовых бирж и инвестиционных компаний. С тех пор, фондовый рынок России прошел значительный путь развития, став одним из самых крупных и динамично развивающихся рынков в стране [1, с. 200].

Одной из ключевых функций фондового рынка является мобилизация капитала. При этом происходит сбор средств компаниями и государством путем выпуска и продажи акций или облигаций. Полученные средства могут быть использованы для развития собственного бизнеса, реализации инвестиционных проектов, создания новых рабочих мест и т.д.

Фондовый рынок способствует повышению прозрачности и эффективности экономической системы. Здесь осуществляется оценка стоимости компаний и их привлекательности для инвесторов. Благодаря этому компании вынуждены быть более ответственными в своей деятельности, поддерживать высокий уровень финансовой отчетности и демонстрировать свою конкурентоспособность.

Развитие фондового рынка способствует укреплению финансовой системы и созданию условий для привлечения инвестиций с регионального и международного уровня. Он позволяет увеличить доступность финансовых ресурсов для предпринимателей и стимулирует развитие инновационных и высокотехнологичных отраслей экономики [2, с. 933].

В статье рассмотрена динамика российского фондового рынка за 2023 год.

Исходя из динамики фондового рынка можно сделать вывод о том, что индекс Московской биржи за 2023 год вырос на 43% с 2170 до 3100 пунктов. Явно выраженный рост продолжался до сентября 2023 года, после чего рынок перешел в боковой тренд в диапазоне 3000–3300 пунктов, где и находится до сих пор. Дважды были достигнуты локальные максимумы немного ниже 3300 пунктов.



Рисунок 1. Динамика российского фондового рынка за 2023 год

Можно выделить несколько основных причин, способствующих такому заметному росту российского фондового рынка в 2023 году:

- предшествующий обвал 2022 года, низкая расчетная база. Рост 2023 года носит восстановительный характер (при этом до прежних уровней рынок еще не восстановился);

- сильная девальвация рубля (почти на 30%). Большую часть 2023 года динамика индекса Мосбиржи почти в точности коррелировала с динамикой курса доллара к рублю. Общий рост фондового рынка с учетом выплаченных дивидендов примерно равен обесцениванию рубля за этот год (немного его опережает);

- возврат к выплате дивидендов рядом компаний, которые приостановили выплату в 2022 году;

- высокие дивиденды и финансовые показатели Сбербанка как лидера российского рынка, занимающего около 15% в индексе ММВБ (обыкновенные + привилегированные акции). Сбербанк, который по итогам 2023 года получил рекордную прибыль, выступал локомотивом рынка;

- разгон рынка частными инвесторами. В 2023 году более 80% сделок с акциями российских эмитентов обеспечили частные инвесторы. Они объективно менее грамотны и профессиональны, чем институциональные, и часто покупали акции под влиянием эмоций (растет, значит, надо покупать) без учета рисков и фундаментальных факторов. Многие акции разогнались в цене необоснованно.

При этом были и факторы, тормозящие динамику российского рынка:

- рост налогообложения крупного бизнеса, ухудшающий финансовые результаты эмитентов;

- бедственное финансовое положение Газпрома (второго по значимости эмитента в индексе);

- нефтяное эмбарго и потолок цен на российскую нефть, приведшие к падению нефтяного экспорта в первом полугодии;

- сильный рост ключевой ставки ЦБ России во втором полугодии, что привело к удорожанию заемных средств и снизило рентабельность бизнеса.

Дивидендная доходность российского рынка за 2023 составила около 8%.

Однако, несмотря на достигнутые успехи, фондовый рынок России все еще имеет потенциал для дальнейшего развития. Для обеспечения стабильности и привлечения новых инвесторов, необходимо совершенствовать правовую базу, совершенствовать систему

регулирования и надзора, повышать качество корпоративного управления и информационной прозрачности.

Несмотря на эти проблемы, существуют положительные тенденции, которые способствуют развитию фондового рынка в России. Одной из них является активная поддержка государством. В последние годы правительство России предпринимает шаги для создания благоприятной инвестиционной среды, упрощения процедур и стимулирования развития фондового рынка.

Кроме того, наблюдается рост интереса со стороны иностранных инвесторов. Российский рынок акций и облигаций становится все более привлекательным для зарубежных компаний и фондов. Увеличение иностранных инвестиций может положительно сказаться на развитии российского фондового рынка, способствуя его ликвидности и привлекательности.

Развитие фондового рынка является одним из наиболее важных факторов, влияющих на экономический рост в России. Фондовый рынок играет существенную роль в привлечении инвестиций, улучшении эффективности использования капитала и стимулировании инноваций.

Во-первых, привлечение инвестиций через фондовый рынок позволяет предприятиям получить дополнительные финансовые средства для своего развития. Компании могут выпустить акции или облигации и привлечь инвесторов, которые будут вкладывать свои деньги в их деятельность. Это позволит компаниям расширять свои производственные мощности, разработать новые продукты и технологии, а также привлечь квалифицированных специалистов. Развитие компаний будет способствовать росту отраслей экономики и созданию новых рабочих мест.

Во-вторых, развитие фондового рынка способствует эффективному использованию капитала. Инвесторы, вкладывая свои деньги в акции или облигации компаний, стимулируют их к эффективному управлению ресурсами и повышению операционной эффективности. Компании, активно торгующие на фондовом рынке, вынуждены улучшать свою финансовую отчетность, проходить аудит и отчетность перед инвесторами. Это обеспечивает повышенный контроль качества управления и прозрачности компаний, что в конечном итоге способствует росту доверия со стороны инвесторов и повышению капитализации компаний.

В-третьих, фондовый рынок стимулирует инновационную активность. Инвесторы, готовые вкладывать средства в акции стартапов или компаний

с перспективными проектами, создают благоприятные условия для развития инноваций. Компании, торгующие на фондовом рынке, получают доступ к дополнительным финансовым возможностям для внедрения новых технологий и исследовательских разработок. Поддержка фондового рынка способствует развитию инновационного потенциала страны и созданию новых индустрий, что в свою очередь способствует устойчивому экономическому росту.

В целом, фондовый рынок является важным фактором развития экономики России. Он способствует мобилизации капитала, повышению прозрачности и эффективности, поддерживает финансовую стабильность и способствует привлечению инвестиций. Развитие данного сектора является важной задачей для дальнейшего укрепления экономики России.

Таким образом, развитие фондового рынка имеет значительные положительные последствия для экономического роста в России. Привлечение инвестиций, эффективное использование капитала и стимулирование инноваций являются ключевыми механизмами, которые создают благоприятные условия для развития компаний и отраслей экономики в целом. Развитие фондового рынка является необходимым элементом стратегии экономического роста и должно оставаться приоритетным направлением политики государства.

Библиографический список

1. Ключников И. К. Фондовые биржи. Вводный курс / И.К. Ключников, О.А. Молчанова, О.И. Ключников. М.: Финансы и статистика, Инфра-М, 2022. 200 с.

2. Прокудин А.А. Государственное регулирование деятельности инвестиционных фондов. М.: Юриспруденция, 2019. 933 с.

УДК 346.6

Совершенствование развития безналичных расчетов в Республике Беларусь

Ланехо А.В.

*Научный руководитель: Лабурдова И.П., канд. экон. наук., доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

В настоящее время безналичные расчеты в Республике Беларусь находят государственную поддержку, и их организация регулируется, координируется Национальным банком Республики Беларусь. Банк ведет

ведомственный архив данных и документов по межбанковским расчетам. Также он в праве использовать этот архив для систематической и иной обработки, а также для подтверждения операций, осуществленных при проведении межбанковских расчетов. Рассмотрим тенденции развития безналичных расчетов Республики Беларусь с развитыми странами.

Под расчетами в безналичной форме понимают расчеты между физическими и юридическими лицами либо с их участием, проводимые через банк или небанковскую кредитно-финансовую организацию, его (ее) филиал (отделение) в безналичном порядке [1].

В настоящее время в Республике Беларусь приоритет отдается развитию системы безналичных расчетов по розничным платежам и поступательной замене расчетов наличными денежными средствами среди населения безналичной формой.

Основную часть денежных расчетов физических лиц в настоящее время в Республике Беларусь все еще составляют наличные денежные расчеты. Безналичные расчеты используются в таких сферах хозяйственных отношений, как реализация продукции, работ и услуг; получение и возврат банковских кредитов; выплата и использование фактических доходов [1].

Например, в США доля наличных денег составляет около 7% в общем объеме денежной массы, а доля безналичных операций, осуществляемых с помощью платежных карточек, - около 60%. Так как, например, в Республике Беларусь доля наличных денег составляет 32%, а доля безналичных операций – 51,5% в общей сумме расчетов.

Страны, которые являются лидерами по внедрению технических инноваций в розничных платежах, стремятся к использованию безналичных операций. Так, доля наличных средств в совокупной денежной массе Японии составляет примерно 7%. Сингапур официально объявил о переходе к Cashless Society (англ. – безналичное общество) [1].

В целях совершенствования безналичных расчетов при осуществлении платежей в бюджет и исполнении иных денежных обязательств было принято решение о создании автоматизированной информационной системе исполнения денежных обязательств (АИС ИДО), предназначенную:

для исполнения обязательств плательщиков путем взыскания в бесспорном порядке денежных средств на счетах в банках, небанковских кредитно-финансовых организациях, ОАО «Банк развития Республики Беларусь» (далее – банк), электронных денег в электронных кошельках в счет уплаты платежей в бюджет, в том числе государственные

внебюджетные фонды (далее – платежи в бюджет), для исполнения иных денежных обязательств;

для осуществления плательщиками платежей в бюджет в случае недостаточности денежных средств на счетах в банках и электронных денег в электронных кошельках для исполнения в полном объеме обязательств перед бюджетом. При этом исполнение плательщиком обязательств по платежам в бюджет за счет денежных средств, размещенных во вкладах (депозитах), осуществляется в соответствии с установленными законодательными актами требованиями по возврату средств банковского вклада (депозита) вкладчику;

для обеспечения взаимодействия между участниками АИС ИДО по исполнению в полном объеме денежных обязательств, указанных в пунктах, перечисленных выше [2].

На современном этапе ситуация в сфере безналичных платежей характеризуется рядом проблем: недоверие населения (в основном лиц пенсионного возраста) к современным платежным инструментам; низкий уровень финансовой грамотности населения; недостаточно развитая инфраструктура в части оснащения объектами программно-технического оборудования населенных пунктов в сельской местности при невысоком качестве каналов связи; высокая доля неорганизованной торговли в нашей стране (продажи на рынках, через сеть Интернет) [3].

В Республике Беларусь планируется увеличивать долю безналичных расчетов и развивать бесконтактную оплату. Это предусмотрено концепцией развития платежного рынка Республики Беларусь и цифровизации банковского сектора на 2023–2025 года.

В Нацбанке назвали одной из задач увеличения доли безналичных расчетов с использованием карточек и их реквизитов при платежах населением за товары (работы, услуги) [3].

На сегодняшний день широко распространены системы электронных безналичных расчетов. Благодаря таким системам предоставляется возможность контроля за состоянием счетов дистанционно.

Таким образом, безналичные платежи достаточно распространены. Эффективность безналичных расчетов заключается в ускорении оборачиваемости средств. Также снижаются издержки обращения. Чем шире сеть банков, тем эффективнее функционирует безналичная система расчетов.

Для увеличения безналичных расчетов необходимо уделить внимание финансовому образованию и грамотности населения, продолжить работы по расширению и функциональному наполнению программно-

технической инфраструктуры осуществления розничных платежей в безналичной форме.

Библиографический список

1. Штевина Н. Система безналичных расчетов по розничным платежам в Беларуси // Банковский вестник. 2013. № 10. С. 3–11.

2. Указ Президента Республики Беларусь от 16.10.2018 г. №414 «О совершенствовании безналичных расчетов», в ред. Указа Президента Республики Беларусь от 29.08.2023 г. № 270. Документ предоставлен СПС «КонсультантПлюс».

3. Национальный Банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nbrb.by/bv/pdf/articles/10786.pdf>.

УДК 330.16

Анализ основных показателей экономической безопасности по Ярославской области

Ларионов В.Д.

*Научный руководитель: Краснова Г.Н., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В настоящее время, в условиях последствий санкций, коронавирусной инфекции и СВО, экономическая безопасность страны первоочередной вопрос, который встает у руководства страны. Так Президентом Российской Федерации был издан указ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года». Согласно данному указу, экономическая безопасность – состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов Российской Федерации. По указу для оценки состояния экономической безопасности выделяют 40 показателей, от индекса физического объема валового внутреннего продукта до уровня преступности в сфере экономики. Рассмотрим динамику основных показателей экономической безопасности по Ярославской области и сделаем прогноз на 2030 г.:

1. Валовый региональный продукт (ВРП) – агрегированный показатель экономической деятельности региона, показывающий производство товаров и услуг для конечного использования в данном субъекте.

2. Степень износа основных фондов (далее степень износа ОФ) – отношение износа основных фондов к их учетной стоимости.

3. Инфляция – показатель, показывающий обесценивание денег из-за роста цен.

4. Государственный долг субъекта (далее госдолг субъекта) – внутренняя и внешняя задолженность конкретного субъекта Российской Федерации.

5. Безработица – наличие трудоспособного населения, которое не может найти работу.

В таблице 1 приведена динамика данных показателей за 2016–2023 гг.

Таблица 1. Динамика показателей экономической безопасности за 2016–2023 гг.

Год/показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ВРП, млрд руб.	498,88	534,55	583,61	609,15	611,75	690,25	–	–
Степень износа ОФ, %	49,3	48,6	47,6	45,6	45,7	46,5	48,1	–
Инфляция, %	5,74	2,68	5,05	3,80	5,51	9,31	11,58	6,10
Госдолг субъекта, млрд руб.	35,609	36,166	37,174	37,483	39,593	41,849	48,407	53,160
Безработица, %	6,7	6,6	5,5	5,4	7,3	5,9	5,0	–

Анализируя данные таблицы 1 можно увидеть следующее:

- рост ВРП на 38,4%, что составляет 191,37 млрд. руб. (на 2021 г.);
- небольшой спад степени износа ОФ на 1,2% (на 2022 г.);
- рост инфляции на 0,36%, но заметны существенные колебания внутри периода (от 2,68% в 2017 г. до 11,58% в 2022 г.);
- рост госдолга субъекта на 49,3%, что составляет 17,551 млрд. руб.;
- спад безработицы на 1,7% (на 2022 г.).

Для исследования и дальнейшего прогноза основных показателей экономической безопасности необходимо составить уравнение тренда:

$$\bar{y}_t = a_0 + a_1 * t, \text{ где } a_0 = \bar{y}, a_1 = \frac{\sum y_t}{\sum t^2}$$

Для расчета коэффициентов уравнения сделаем вспомогательную таблицу (на примере ВРП) (табл. 2).

Отсюда получаем значения $a_0 = 588,03$ и $a_1 = 17,34$, следовательно, уравнение тренда принимает вид:

$$\bar{y}_t = 588,03 + 17,34 * t.$$

На основе построенного уравнения тенденции развития выполненный прогноз показывает, что теоретическое значение ВРП в 2030 г. составляет 986,92 млрд. руб.

Таблица 2. Вспомогательная таблица для прогноза ВРП

Год	ВРП, млрд руб (y)	t	t ²	yt	yt(cp)	y-yt(cp)	(y-yt(cp)) ²
2016	498,88	-5	25	-2 494,40	501,32	-2,44	5,94
2017	534,55	-3	9	-1 603,65	536,00	-1,45	2,11
2018	583,61	-1	1	-583,61	570,69	12,92	166,96
2019	609,15	1	1	609,15	605,37	3,78	14,25
2020	611,75	3	9	1 835,25	640,06	-28,31	801,49
2021	690,25	5	25	3 451,25	674,75	15,50	240,35
Итого	3 528,19	0	70	1 213,99	-	-	1 231,11

Для оценки колеблемости изучаемого показателя около тренда необходимо определить среднее квадратическое отклонение и коэффициент вариации:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(y-y_t)^2}{n}} = \sqrt{\frac{1231,11}{6}} = 14,32;$$

$$K_{\sigma} = \frac{\sigma}{\bar{y}} * 100\% = \frac{14,32}{588,03} * 100\% = 2,436\%.$$

Колеблемость около тренда составляет 2,436% (14,32 млрд. руб.) и менее 33%, что значит, что прогноз достоверный.

Построим доверительный интервал для прогноза с учетом отклонения, взяв коэффициент доверия $t=3$, при котором вероятность точности прогноза составляет 0,997:

$$\overline{y}_{2030} - \Delta * t \leq \bar{y} \leq \overline{y}_{2030} + \Delta * t$$

$$986,92 - 14,32 * 3 \leq \bar{y} \leq 986,92 + 14,32 * 3$$

$$943,95 \leq \bar{y} \leq 1029,89$$

В итоге, с вероятностью 0,997 можно утверждать, что ВРП в Ярославской области в 2030 г. будет составлять от 943,95 млрд. руб. до 1029,89 млрд. руб.

Для остальных показателей получили следующие прогнозы:

1. Степень износа ОФ. Уравнение тренда будет выглядеть:

$$\bar{y}_t = 47,34 - 0,35 * t$$

По этому прогнозу, на 2030 год степень износа ОФ будет составлять 43,54%. Колеблемость около тренда 2,414% (отклонение степени износа 1,14%), что также делает прогноз достоверным.

С вероятностью 0,997 степень износа ОФ будет в пределах от 40,11% до 46,97%.

2. Инфляция. Уравнение тренда будет выглядеть:

$$\bar{y}_t = 6,22 + 0,37 * t$$

По этому прогнозу, на 2030 год инфляция будет составлять 13,91%. Колеблемость около тренда 34,221% (отклонение инфляции 2,33%). Так как коэффициент вариации больше 33%, то прогноз нельзя назвать достоверным. Это связано с резкими скачками инфляции в рассматриваемые годы.

С вероятностью 0,997 инфляция будет в пределах от 7,52% до 20,29%. Такой большой разброс также связан с колебаниями в 2016–2023 гг.

3. Госдолг Ярославской области. Уравнение тренда будет выглядеть:

$$\bar{y}_t = 41,18 + 1,19 * t$$

По этому прогнозу, на 2030 год госдолг области будет составлять 66,21 млрд. руб. Колеблемость около тренда 5,826% (2,4 млрд. руб.), что также делает прогноз достоверным.

С вероятностью 0,997 госдолг субъекта будет в пределах от 59,02 млрд. руб. до 73,41 млрд. руб.

4. Безработица. Уравнение тренда будет выглядеть:

$$\bar{y}_t = 6,06 - 0,17 * t$$

По этому прогнозу, на 2030 год безработица будет составлять 4,21%. Колеблемость около тренда 11,425% (отклонение безработицы 0,69%), что также делает прогноз достоверным.

С вероятностью 0,997 безработица будет в пределах от 2,13% до 6,29%.

Анализ основных показателей экономической безопасности по Ярославской области показал как положительные тенденции рост ВРП, спад износа ОФ и безработицы, так и негативные рост госдолга Ярославской области и неопределенную ситуацию с инфляцией.

Библиографический список

1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 г.».

2. Елисеева И.И. Статистика: учебник для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2024. 619 с.

3. Государственный долг субъектов Российской Федерации и долг муниципальных образований [Электронный ресурс]. URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/subj/.

Льготное ипотечное кредитование в России в современных реалиях

Полозова П.С., Леонтьева А.С.

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Льготная ипотечная программа – это один из видов жилищного кредитования, суть которого заключается в том, что заемщик может получить кредит на жилье по ставке ниже рыночной, а образующуюся разницу между ставками покрывает государство. Основными целями данных программ является снижение финансовой нагрузки на заемщиков, повышение рождаемости, а также укрепление и развитие строительной отрасли и рынка недвижимости [3]. В настоящее время в России действуют следующие виды льготной ипотеки: льготная ипотека на новостройки, семейная ипотека, дальневосточная ипотека, арктическая ипотека, сельская ипотека, льготная IT-ипотека.

Согласно статистике, подготовленной аналитическим центром Домклик на основе данных Сбербанка, на протяжении 2023 года наблюдалась тенденция к постоянному увеличению доли выдач по всем льготным программам относительно общего количества выдач по другим ипотечным программам (рис. 1).



Рисунок 1. Динамика доли выдач по всем льготным программам относительно общего количества выдач

На рисунке 2 представлена динамика количества сделок по льготным ипотечным программам в 2023 году, согласно которой можно сделать

вывод об устойчивой тенденции к росту количества сделок по льготному ипотечному кредитованию. Стоит отдельно отметить резкое повышение числа заключенных сделок в сентябре 2023 года до 80,5 тыс. шт., которое стало максимальным за рассматриваемый период. Произошедший скачок на 14,5% по сравнению с августом 2023 года был связан со стремлением людей успеть оформить льготную ипотеку с наиболее выгодными условиями до ужесточения условий выдач по льготным программам, которые были введены 20 сентября 2023 года. Кроме того, на рост спроса оказало влияние повышение ключевой ставки Центрального банка до 13%. В связи с увеличением первоначального взноса 20 сентября 2023 года с 15% до 20% в октябре количество сделок значительно сократилось на 15,7% и составило 67,9 тыс. руб.



Рисунок 2. Динамика количества сделок по льготным ипотечным программам в 2023 году (тыс. шт.)

В сложившейся ситуации на рынке ипотеки стали наблюдаться признаки ипотечного перегрева, проявляющиеся в следующих рисках:

1. Значительное ускорение темпов роста ипотечного кредитования, превысившее рост доходов населения.
2. Рост закредитованности населения и риск увеличения просроченной задолженности по ипотеке.
3. Увеличение ценового разрыва на новостройки и на вторичное жилье [8].

В данных условиях стало необходимым ужесточение условий льготной ипотеки для заемщиков, а также сокращение предельного размера субсидий банкам по государственным программам на 0,5 п.п. до 1,5%. Уменьшение размера компенсации банкам за разрыв между льготной и рыночной ставками привело к снижению доходности банков по

ипотечным программам. В связи с этим ряд банков был вынужден ввести комиссии для застройщиков при выдаче кредитов по государственным программам в январе 2024 года. Размер комиссии варьируется от 8 до 13 % [2]. Комиссии были введены Сбербанком, ВТБ, Альфа-банком и Росбанком, на которые в целом приходится 87% рынка ипотеки по данным за ноябрь 2023 года [7]. Однако не все банки будут таким образом компенсировать сокращение субсидий. Отказ от введения комиссии выступает для банков второго эшелона в качестве конкурентного преимущества, которое позволит им нарастить ипотечный портфель и привлечь новых клиентов. Это подтверждают статистические данные, приведенные ДОМ.РФ (табл. 1).

Таблица 1. Динамика изменений доли банков в общем объеме топ-20 банков

Банк	Доля в общем объеме выдачи ипотеки топ-20 банков		Прирост доли в общем объеме выдачи ипотеки топ-20 банков	Темп прироста доли в общем объеме выдачи ипотеки топ-20 банков	Место в рейтинге в декабре 2023 г.	Место в рейтинге в январе 2024 г.
	Декабрь 2023 г.	Январь 2024 г.				
	%	%	%	%		
Сбербанк	58,8	55	-4	-6,5	1	1
ВТБ	17,8	17	-1	-4,5	2	2
Альфа-Банк	6,7	6	-1	-10,4	3	4
Росбанк	2,4	1	-1	-58,3	5	9
ФК Открытие	2,1	1	-1	-52,4	6	10
Банк ДОМ.РФ	4,1	7	3	70,7	4	3
Совкомбанк	1,4	3	2	114,3	8	5
Промсвязьбанк	1	2	1	100	9	6
Россельхозбанк	1,8	2	0	11,1	7	7
АК Барс	0,4	1	1	150	14	8
Абсолют Банк	0,4	1	1	150	12	11
РНКБ	0,6	1	0	66,7	10	12
Банк Санкт-Петербург	0,3	1	1	233,3	15	13
Тинькофф	0,4	1	1	150	13	14
Уралсиб	0,6	1	0	66,7	11	15
УБРиР	0,2	1	1	400	18	16
Газпромбанк	0,3	0,5	0	66,7	16	17
Московский Кредитный Банк	0,3	0,5	0	66,7	17	18
Кубань кредит	0,2	0,2	0	0	19	19
Азиатско-Тихоокеанский Банк	-	0,2	-	-	-	20

Таким образом, в результате анализа показателей доли банков в общем объеме топ-20 банков можно сделать следующие выводы:

1. Банки, не вводившие комиссии, значительно улучшили свои позиции. Так, банк ДОМ.РФ увеличил свою долю в топ-20 банков по совокупной выдаче за месяц в январе 2024 года по сравнению с декабрем 2023 года на 3 п.п. и поднялся с четвертого на третье место по объемам выдачи ипотечных кредитов. Также увеличилась доля Совкомбанка на 2 п.п., в связи с чем данный банк поднялся на 5 место.
2. После введения комиссий для застройщиков концентрация выдачи льготных ипотек в крупнейших банках стала снижаться. Доля Сбербанка в

январе 2024 года по сравнению с декабрем 2023 года снизилась на 4 п.п. до 55%. Доля ВТБ снизилась на 1% до 17 % в связи с чем с 28 февраля банк отказался от комиссии. Альфа-банк, Росбанк и банк «Открытие» показали схожее снижение (-1%). Их доли упали до 6%, 1% и 1% соответственно.

Введение комиссии для застройщиков сопряжено с риском роста цен на новостройки в среднем на 7–8% и способно вызвать сложности у потребителей в оформлении льготной ипотеки в связи с более узким перечнем застройщиков-партнеров банка, согласившихся с новыми условиями.

Таким образом, ужесточение правил льготной ипотеки существенно снизит доступность новостроек и приведет к падению продаж, что негативно скажется на развитии строительной отрасли, но в то же время позволит замедлить темпы роста ипотечного кредитования и противостоять надуванию ипотечного пузыря.

Библиографический список

1. Банки без комиссий по льготной ипотеке нарастили долю рынка [Электронный ресурс]. URL: <https://realty.rbc.ru/news/65e1cf749a79475ea2fb09d0>.

2. Банки ввели комиссию по льготной ипотеке. Как это повлияет на цену жилья [Электронный ресурс]. URL: <https://realty.rbc.ru/news/65a10f679a7947cd14ccc16b?from=copy>.

3. Виды и особенности льготной ипотеки с господдержкой. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosbank-dom.ru/blog/pro-ipoteku/lgotnaya-ipoteka-s-gospodderzhkoyosobennosti/?ysclid=lteie6ctsr>.

4. Доля льготной ипотеки достигла рекордных 56% — исследование Домклик [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.domclick.ru/novosti/post/dolya-lgotnoj-ipoteki-dostigla-rekordnyh-56-issledovanie-domklik?ysclid=lt650f02a666370148>.

5. «Домклик» оценил рост доли льготной ипотеки в декабре [Электронный ресурс]. URL: <https://realty.rbc.ru/news/658964e19a79470577d9ff2d>.

6. ДОМ.РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--d1aqf.xn--p1ai/?ysclid=lteknvxy60601515843>.

7. Застройщики обещают рост цен на квартиры в ответ на комиссии со стороны банков [Электронный ресурс]. URL: <https://frankmedia.ru/151403>.

8. Ипотечный перегрев и дисбаланс: о каких рисках сказал ЦБ и чем они опасны [Электронный ресурс]. URL: <https://realty.rbc.ru/news/6523d7ef9a79470b03f374f4?from=copy>.

Военно-техническое сотрудничество Российской Федерации и Республики Кыргызстан

*Максидов Абдухомит Абдинабиевич, Республика Кыргызстан
Научный руководитель: Мудревский А.Ю., канд. экон. наук, доцент
Ярославское высшее военное училище ПВО*

С момента установления дипломатических отношений между Россией и Киргизией 20 марта 1992 года, было подписано более 200 межгосударственных договоров и соглашений. Базовыми политическими документами являются Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи 1992 года и Декларация о вечной дружбе, союзничестве и партнерстве 2000 года.

После распада Советского союза (1991год) Кыргызстан в спешном порядке приступил к формированию собственных Вооруженных Сил, и хотя в наследство от мощной советской империи в республике остались некоторые воинские части и вооружение у нее не было оборонной инфраструктуры и квалифицированных руководящих кадров.

В рамках военно-технического сотрудничества Россия поставляет Киргизии различные виды вооружений и военной техники, включая самолеты, вертолеты, бронетехнику, артиллерийские системы, системы ПВО и другое оборудование. Кроме того, проводятся совместные военные учения и тренировки, в рамках которых киргизские военные получают опыт и знания от российских коллег, а также оказывает помощь в обучении военных специалистов. Это способствует укреплению обороноспособности Киргизии и поддерживает стратегические отношения между двумя странами.

Кроме поставок вооружений и совместных учений, военно-техническое сотрудничество между Россией и Киргизией также включает совместные научно-исследовательские проекты, обмен специалистами и техническую поддержку. Это помогает обеим странам повышать свои технологические возможности и эффективность в военной сфере, а также укреплять взаимодействие в рамках коллективной безопасности в регионе.

Сотрудничество в военной области способствует укреплению доверия и улучшению взаимопонимания между Россией и Киргизией.

16 августа 2022 года Россия и Киргизия заключили соглашение о создании объединенной региональной системы противовоздушной обороны.

Документ вступит в силу после выполнения сторонами внутригосударственных процедур. Это создает основу для более широкого сотрудничества в различных областях, включая экономику, культуру и образование. Такие партнерские отношения могут способствовать стабильности и процветанию обеих стран и региона в целом.

Дополнительно, военное сотрудничество может способствовать обеспечению безопасности и стабильности в регионе Центральной Азии, уменьшая потенциальные угрозы и конфликты. Это особенно важно в контексте борьбы с терроризмом, транснациональной преступностью и другими вызовами, с которыми сталкиваются государства региона. Таким образом, военное сотрудничество между Россией и Киргизией имеет стратегическое значение для обеспечения безопасности и стабильности в Центральной Азии.

Благодаря военно-техническому сотрудничеству Россия и Киргизия могут обмениваться опытом и лучшими практиками в области обороны, что способствует совершенствованию их вооруженных сил. Это также укрепляет взаимодействие и доверие между военными структурами обеих стран, что является важным фактором для обеспечения стабильности и безопасности в регионе. Кроме того, военно-техническое сотрудничество способствует развитию военно-промышленного комплекса обеих стран и созданию новых рабочих мест. Это может оказать положительное воздействие на экономическое развитие и социальную стабильность в обеих странах, обеспечивая дополнительные источники дохода и инвестиций в инновации и технологический прогресс.

Важно отметить, что военно-техническое сотрудничество между Россией и Киргизией основывается на договоренностях и соглашениях, которые учитывают интересы обеих стран и обеспечивают их безопасность. Это подчеркивает важность дипломатических отношений и взаимопонимания для успешного сотрудничества. 20 июня 2017 года в Москве президенты РФ и Киргизии Владимир Путин и Алмазбек Атамбаев (занимал пост в 2011–2017 годах) подписали Декларацию об укреплении союзничества и стратегического партнерства. В документе стороны подтвердили намерение развивать двусторонние отношения, подчеркнув, что особое внимание будут уделять обеспечению продовольственной безопасности, развитию сотрудничества в сфере энергетики, агропромышленного комплекса, машиностроения, транспорта и в военной сфере.

В рамках военно-технического сотрудничества также могут проводиться совместные исследования и разработки новых технологий в

области обороны, что способствует совершенствованию военной техники и повышению обороноспособности обеих стран. Этот аспект сотрудничества способствует взаимному технологическому прогрессу и инновациям в военной сфере.

Важным аспектом военно-технического сотрудничества является обмен информацией и разведданными, что помогает обеспечивать региональную безопасность и контролировать потенциальные угрозы. Россия и Киргизия могут совместно работать над анализом обстановки в регионе и разработкой стратегий для эффективного реагирования на возможные вызовы и угрозы.

Кроме того, военно-техническое сотрудничество может включать в себя обмен опытом в области военной доктрины, тактики и стратегии. Это позволяет обеим странам извлекать уроки из опыта друг друга и улучшать свои военные подходы и практики в соответствии с современными вызовами и угрозами.

Взаимное сотрудничество дает странам свои выгоды: Россия имеет военный плацдарм в центрально азиатском регионе, обеспечивая собственную безопасность. Так 20 сентября 2012 года в Бишкеке было подписано соглашение о статусе и условиях пребывания на Киргизской Республики объединенной российской военной базы. В ее состав вошли российские военные объекты, действовавшие на территории Киргизии: 999-я авиационная база в Канте (Чуйская область), 338-й узел дальней связи ВМФ РФ (с. Чалдовар, Чуйская область), 954-я испытательная база противолодочного вооружения ВМФ РФ (г. Каракол, мыс Кой-Сары, Иссык-Кульская область), 17-я радиосейсмическая лаборатория сейсмической службы Минобороны РФ (Майлуу-Суу, Джалал-Абадская область). Срок пребывания российских военных в Киргизии был определен в 15 лет с возможностью автоматической пролонгации на последующие пятилетние периоды. 29 января 2017 года соглашение вступило в силу.

Киргизия модернизирует свою военную силу и имеет ежегодное многомиллионное пополнение в казну. При этом, в основе военно-технического сотрудничества лежат и геополитические интересы двух стран. Для России интерес обусловливается ростом влияния Киргизской Республики в регионе и вовлечением в центрально азиатские процессы, а также усилившимися в последнее время тенденциями к изменению внутривосточной обстановки. Россия выступает в роли защитника от террористической угрозы со стороны Афганистана и других нестабильных регионов. Подтверждение этому стал официальный визит в Россию 8–9 мая 2023 года президента Киргизии Садыр Жапарова в Москву, где лидеры

России и Киргизии провели переговоры, в ходе которых обсудили вопрос укрепления стратегического партнерства двух стран.

Организация Договора о коллективной безопасности - региональная международная организация, основными направлениями деятельности которой являются взаимодействие во внешнеполитической, военной и военно-технической областях. В настоящее время ОДКБ объединяет Армению, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Россию и Таджикистан. Цель военного сотрудничества – обеспечить коллективную и национальную безопасность государств - членов Организации путем поддержания и готовности оборонного потенциала каждого государства-члена, сил и средств системы коллективной безопасности ОДКБ к выполнению задач по предназначению и своевременного реагирования на возможные вызовы и угрозы национальной и коллективной безопасности государств-членов ОДКБ.

Для Кыргызстана на региональном уровне ОДКБ является основным форумом для военной интеграции в регионе и способствует совместному решению проблем безопасности, поддержанию мира и стабильности в регионе. Кыргызстан намерен развивать и укреплять региональное сотрудничество в военно-политической и военно-технической сфере и области безопасности с целью поддержания стабильности на евразийском пространстве.

Таким образом, военные и исполнительные структуры Кыргызской Республики сегодня участвуют в военном сотрудничестве и обмене информацией в рамках СНГ и в Совете глав государств СНГ, Совете глав Правительств СНГ, Межпарламентской ассамблее, Совете министров обороны СНГ, Штабе по координации военного сотрудничества, Межгосударственном совете центральноазиатских республик, Совете министров обороны центральноазиатских республик. Осуществляет международное военное сотрудничество с НАТО в рамках программы «Партнерство во имя мира», с Китаем и странами «Шанхайской организации сотрудничества».

Вооружённые Силы успешно справляются со своей главной задачей — защитой мира и спокойствия на родной земле, стали достойными продолжателями героических традиций народа, отстаивавшего свободу и независимость Кыргызстана в трудные периоды своей истории.

Библиографический список

1. Камынин В.Д. Роль двусторонних соглашений между РФ и странами Центральной Азии в укреплении безопасности в регионе на рубеже XX–

XXI вв. // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3. Общественные науки. 2017. Т. 12. № 2 (164). С. 154–170.

2. Что известно о российско-киргизских отношениях
[//tass.ru/info/17699635?ysclid=ltjxwqftow690759697](https://tass.ru/info/17699635?ysclid=ltjxwqftow690759697).

УДК [631.16:658.155]:637.12(476)

Эффективность организации производства молока в Республике Беларусь

Михневич К.М.

*Научный руководитель: Полховская И.В., канд. сельхоз. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Беларусь является одним из мировых лидеров по производству молока на душу населения. В 2022 году в стране было произведено 853 кг молока на 1 человека [3].

В настоящее время молочное скотоводство одна из самых востребованных и быстроразвивающихся отраслей в Республике Беларусь. Мероприятия, направленные на повышение эффективности молочного скотоводства и совершенствование технологий производства молока за счет модернизации, реконструкции и строительства молочно-товарных ферм, осуществлялись в ходе государственной программы возрождения и развития села в 2005-2015 годах, Республиканской программы развития молочной отрасли в 2010-2015 годах и Государственной программы развития аграрного бизнеса в Беларуси на 2016-2020 годы [2].

В таблице 1 рассмотрим основные показатели производства молока по хозяйствам всех категорий в Республике Беларусь [3].

Самый высокий уровень продуктивности коров за 2018–2022 года наблюдается в Брестской и Гродненской областях, самый низкий – в Витебской области. Данные области также располагают по сравнению с другими областями наибольшим поголовьем коров. В динамике за анализируемый период продуктивность коров падает только в Гомельской области (на 13,8%). Поголовье же коров на протяжении 2018–2022 годов возрастает только в Брестской области (на 2,5%), а в остальных снижается.

Средний удой молока от коровы по всем категориям хозяйств республики за 2022 год составил 5477 кг, наибольший удой получила Брестская область – 6721 кг. Поголовье коров в целом по стране за 2022 год снизилось на 2,9%.

В целом развитие отрасли молочного скотоводства в Республике Беларусь имеет положительную тенденцию. Валовой надой в 2022 году составил 7871,1 тыс. тонн, что на 7,3% выше показателя 2018 года. Продуктивность коров также увеличилась на 10,4% в 2022 году от уровня 2018 года. Несмотря на снижения поголовья, в отрасли наблюдается увеличение показателя продуктивности, что свидетельствует об увеличении эффективности производства молока.

Таблица 1. Показатели производства молока в Республике Беларусь

Регион	Годы					2022 г. к 2018 г., в %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Среднегодовой удой, кг						
Республика Беларусь	4962	5005	5268	5364	5477	110,4
Брестская область	5686	6057	6375	6489	6721	118,2
Витебская область	3890	3937	4040	4029	3965	101,9
Гомельская область	4791	4459	4325	4129	4131	86,2
Гродненская область	5457	5619	6066	6242	6479	118,7
Минская область	5297	5308	5759	5998	6157	116,2
Могилевская область	4047	3769	4015	4153	4051	100,1
Поголовье коров, тыс. голов						
Республика Беларусь	4357,9	4336,7	4290,8	4287,7	4232,4	97,1
Брестская область	861,2	871,3	878,7	882,6	882,7	102,5
Витебская область	567,7	551,4	541,8	546,0	545,5	96,1
Гомельская область	715,1	703,2	666,5	658,8	622,5	87,1
Гродненская область	700,3	703,6	699,4	700,1	692,5	98,9
Минская область	956,3	963,9	967,5	966,2	955,3	99,9
Могилевская область	557,3	543,3	536,8	534,1	533,9	95,8
Валовой надой, тыс. т						
Республика Беларусь	7332,3	7380,8	7753	7810,7	7871,1	107,3
Брестская область	1687,7	1796,2	1904,5	1945,7	2028,4	120,2
Витебская область	782	778,7	796,2	783,5	755,2	96,6
Гомельская область	1098,5	1028,1	991,8	926,3	885,1	80,6
Гродненская область	1235,5	1287,4	1382,7	1408,5	1442,6	116,8
Минская область	1801,6	1823,2	1972,4	2018,6	2056,3	114,1
Могилевская область	727	667,3	705,5	728,2	703,6	96,8
Уровень производства молока на 100 га с/х земель, ц						
Республика Беларусь	862	872	924	951	969	112,4
Брестская область	1216	1294	1395	1445	1513	124,4
Витебская область	538	542	559	574	564	104,8
Гомельская область	831	784	765	718	698	84,0
Гродненская область	1014	1057	1139	1165	1199	118,2
Минская область	978	990	1071	1138	1180	120,7
Могилевская область	570	527	565	594	574	100,7

Немаловажным является изучение состояния эффективности организации производства молока в разрезе конкретного сельскохозяйственного предприятия, что будет носить конструктивный характер для дальнейшего исследования. Рассмотрим развитие молочного скотоводства на примере ОАО «Замосточанское» Докшицкого района Витебской области. Данное предприятие специализируется на молочно-мясном скотоводстве, что свидетельствует о значимости производства и реализации молока в деятельности предприятия. Далее в таблице 2 приведем показатели экономической эффективности производства молока в ОАО «Замосточанское» [1].

Таблица 2. Показатели производства молока в ОАО «Замосточанское»

Показатели	Годы			2022 г. к 2020 г., в %
	2020	2021	2022	
Поголовье, гол	204	204	204	100
Среднегодовой удой, кг	3907	2642	1980	50,7
Валовый надой, тонн	797	539	404	50,7
Объем реализации, тонн	612	445	337	55,1
Товарность, %	76,8	82,6	83,4	108,6
Себестоимость производства 1 тонны молока, тыс. руб.	0,56	0,75	0,89	158,9
Цена реализации 1 тонны молока, тыс. руб.	0,77	0,79	0,82	106,5
Выручка, тыс. руб.	471	353	277	58,8
Себестоимость реализации продукции, тыс. руб.	446	405	361	80,9
Рентабельность реализации, %	5,6	-12,8	-23,3	-17,7 п. п.
Прибыль, тыс. руб.	25	-52	84	-346,7
Рентабельность продаж, %	5,3	-14,7	-30,3	-25 п. п.

По данным таблицы 2 видно, что эффективность производства молока в ОАО «Замосточанское» имеет тенденцию к снижению. Так, общий объем производства на предприятии в период 2020–2022 гг. сократился на 49,3% и составил в 2022 году 404 тонн. Себестоимость производства 1 тонны молока в 2022 году возросла на 58,9% по отношению к 2020 году, что свидетельствует о возрастании издержек на предприятии. На предприятии значительно снизилась рентабельность молока и рентабельность продаж молока, и составили в 2022 году -23,3% и -30,3% соответственно. Это обуславливается снижением среднегодового удоя от коровы и объема реализации, составившими в 2022 году 1980 килограмма и 337 тонн

соответственно, по отношению к 2020 году данные показатели снизились на 49,3% и 44,9%.

Для повышения эффективности молочного скотоводства в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь Государственной программой «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы обозначен вектор развития данной отрасли, что будет способствовать:

1) достижению объемов производства молока к 2025 году на уровне не менее 9200 тыс. тонн, за счет роста в сельскохозяйственных организациях численности коров молочного стада до 1,45 млн. голов и среднегодового удоя до 6,2 тыс. килограммов;

2) улучшению качества продукции и расширению возможностей экспорта, повышению конкурентоспособности и рентабельности продукции [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что повышению эффективности организации производства молока в Республике Беларусь уделяется значительное внимание. Отмечается тенденция увеличения продуктивности животных и рост объемов производства молока в расчете на душу населения. Кроме того, в перспективе предусмотрен рост численности коров молочного стада и среднегодового удоя.

Библиографический список

1. Годовые отчеты предприятия ОАО «Замосточанское» Докшицкого района Витебской области за 2020–2022 года.

2. Как в Беларуси развивается молочная отрасль [Электронный ресурс]. URL: https://www.belarus.by/ru/press-center/speeches-and-interviews/kak-v-belarusi-razvivaetsja-molochnaja-otrasl_i_153741.html.

3. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaistvo/>.

4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 г. № 59 «О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. URL: <https://mshp.gov.by/documents/ab2025.pdf>.

Оценка текущей финансовой устойчивости организации и прогнозирование ее сохранения

Петрова В.Д., Пимакова А.А.

*Научный руководитель: Патрушева Е.Г., д-р экон. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации –
Ярославский филиал*

Для сохранения позиций на рынке современные организации на регулярной основе должны проводить диагностику финансового состояния, оценивать структуру активов и пассивов баланса, эффективность использования собственных и привлеченных средств.

В контексте такого анализа выполняется оценка финансовой устойчивости предприятия. Финансовая устойчивость является ключевой характеристикой, определяющей стабильность работы предприятия, его финансовую независимость и уровень платежеспособности. Само понятие «финансовая устойчивость» часто употребляется вместе с понятием «платежеспособность» [2].

Финансовая устойчивость предприятия представляет собой способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде. Для обеспечения финансовой устойчивости, предприятие должно управлять структурой капитала. Важно правильно распоряжаться капиталом, обеспечивая превышение собственных источников над заемными с целью сохранения платежеспособности и создания условий для самофинансирования.

Финансовая устойчивость является неким индикатором успешной деятельности организации для собственников и возможных инвесторов компании. Развитие компании может происходить за счет собственных или заемных источников финансирования, но стоит учитывать, что собственные средства обладают большей надежностью, хотя и дороже, чем заёмные [1]. Финансовое состояние предприятия может быть: устойчивым, неустойчивым и кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует о его хорошем (устойчивом) финансовом состоянии.

Финансовая устойчивость и платежеспособность тесно связаны друг с другом. Неплатежеспособная организация не сможет сохранить свою финансовую устойчивость. Она должна иметь возможность погашать свои долги и обязательства, чтобы сохранить свою репутацию и доступ к капиталу [3]. И наоборот – финансовая устойчивость способствует обеспечению платежеспособности.

Оценку состояния финансовой устойчивости организации проводят в текущем периоде времени, для чего используют ряд показателей, имеющих регламентированные значения. К ним относят показатели структуры капитала, например коэффициент автономии, представляющий собой долю собственных источников в общей их сумме, показатель участия надежных долгосрочных источников в финансировании оборотного капитала. Однако может оказаться, что при благополучной оценке финансовой устойчивости предприятия в текущем времени перспективы ее сохранения оказываются сомнительными. Это прежде всего связано с низкой эффективностью деятельности организации, что в перспективе ухудшает ее финансовую состоятельность. Таким образом, необходимо выполнять прогнозы сохранения финансовой устойчивости в перспективе, что идентично прогнозированию вероятности банкротства организации. Для этой цели разработаны интегральные модели, включающие как показатели структуры капитала и имущества, так и показатели эффективности деятельности предприятия.

В данной работе при оценке вероятности банкротства ООО «Канцторг» использована пятифакторная модель Э. Альтмана [4], имеющая вид: $Z = 0,717 \cdot X_1 + 0,847 \cdot X_2 + 3,107 \cdot X_3 + 0,420 \cdot X_4 + 0,998 \cdot X_5$,

где X_1 – доля оборотного капитала в сумме активов;

X_2 – рентабельности активов (по нераспределенной прибыли);

X_3 – рентабельности активов (по операционной прибыли);

X_4 – отношение собственного капитала к обязательствам;

X_5 – коэффициент оборачиваемости активов

Автором модели предложена следующая интерпретация получаемых результатов:

если $Z > 2,9$ – зона финансовой устойчивости («зеленая» зона);

если $1,23 < Z < 2,9$ – зона неопределенности («серая» зона);

если $Z < 1,23$ – зона финансового риска («красная» зона).

Таким образом, использование модели позволит определить позиции финансовой устойчивости организации и разработать меры по преодолению финансовых затруднений.

Показатели ООО «Канцторг», включаемых в интегральную оценку, за 2021 и 2022 годы приведены в таблице 1.

Расчет Z-коэффициента Э. Альтмана позволил получить следующие результаты:

$$Z (2021 \text{ год}) = 0.717 \cdot X_1 + 0.847 \cdot X_2 + 3.107 \cdot X_3 + 0.420 \cdot X_4 + 0.998 \cdot X_5 = 0,717 \cdot 0,44 + 0.847 \cdot 0,043 + 3.107 \cdot 0,054 + 0.420 \cdot 0,45 + 0.998 \cdot 1,95 = 2,65$$

$$Z (2022 \text{ год}) = 0.717 \cdot X_1 + 0.847 \cdot X_2 + 3.107 \cdot X_3 + 0.420 \cdot X_4 + 0.998 \cdot X_5 = 0,717 \cdot 0,33 + 0.717 \cdot 0,33 + 0.847 \cdot 0,042 + 3.107 \cdot 0,052 + 0.420 \cdot 0,33 + 0.998 \cdot 1,69 = 2,25.$$

По данным проведенного анализа по модели Э. Альтмана было установлено, что в 2021 году Z- коэффициент составил 2,65, что говорит о присутствии организации в «серой зоне», т.е. когда определенного риска банкротства еще нет, но вероятность его достаточна высока. В 2022 году показатель Z достиг уровня, когда диагностируют высокую степень риска банкротства.

Таблица 1. Показатели ООО «Канцторг» для прогнозирования вероятности банкротства

Показатели	2021 г.	2022 г.
Доля оборотного капитала в сумме активов (X1)	0,44	0,33
Рентабельности активов (по нераспределенной прибыли (X2)	0,43	0,042
Рентабельности активов (по операционной прибыли (X3)	0,054	0,052
Отношение собственного капитала к обязательствам (X4)	0,45	0,33
Коэффициент оборачиваемости активов (X5)	1,95	1,69

Можно сказать, что в рамках финансового управления ООО «Канцторг» необходимы меры по повышению финансовой устойчивости, а переоценка значения Z-показателя с использованием результатов планируемых изменений станет критерием обоснованности предлагаемых мер.

Библиографический список

1. Абрютин М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. М., 2017. 272 с.
2. Губина О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. 192 с.
3. Косолапова М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. М., 2018. 248 с.
4. Либерман И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности. М., 2014. 220 с.

Влияние культуры здоровья на производительность трудовых ресурсов в условиях пандемии

Разгуляева П.С.

*Научный руководитель: Попова И.В., д-р социол. наук, профессор
Ярославский государственный технический университет*

В условиях пандемии COVID-19 важность здоровья работников становится еще более очевидной. Культура здоровья в организации начинает играть ключевую роль в сохранении производительности трудовых ресурсов.

Здоровье является наиболее важной характеристикой человеческого потенциала и человеческого капитала. Эксперты ВОЗ доказали, что повышение качества и продление жизни людей ускоряют экономическое развитие государства и увеличивают его валовой национальный продукт [1]. На каждом этапе развития человеческой цивилизации возрастает взаимозависимость общества и личности, в том числе в плане здоровья. Достижение людей, представляющих общественный интерес, выполнение социальных задач во многом определяется состоянием их индивидуального здоровья. В свою очередь, здоровье людей напрямую зависит от здоровья самого общества. Эта взаимозависимость позволяет нам говорить о здоровье как о социальном явлении. Здоровье населения является предметом исследований в области экономических наук, поскольку оно оказывает огромное влияние на развитие экономики, науки и культуры, на все социальные процессы в обществе. В последнее время значительно возросло количество исследований экономических аспектов здоровья человека. Ученые отмечают, что здоровье — это один из экономических ресурсов общества, который прямо или косвенно влияет на рост производительности труда и развитие экономики и общественной жизни. Повысить эффективность производства, найти резервы для увеличения производительности труда, увеличить производительность капитала, снизить себестоимость продукции и улучшить ее качество и тем самым снизить социальные издержки труда — все это лежит в основе анализа «социально-экономического здоровья».

Здоровье, как экономическая категория, развивается в рамках теории человеческого капитала. Инвестирование в человека ведет к повышению работоспособности. Поэтому забота об улучшении здоровья населения

является важнейшей задачей государства и общества.

При изучении состояния и изменений в состоянии здоровья, принимая во внимание причины и факторы, которые его определяют, важно понимать, что существует два уровня здоровья: общественный и индивидуальный. Общественное здравоохранение отражает общие тенденции в отношении здоровья населения в стране, регионе или сообществе. Индивидуальное здоровье — это здоровье конкретных людей.

Исследование общественного здравоохранения основано на анализе статистических показателей, таких как ожидаемая продолжительность жизни, рождаемость и смертность, заболеваемость и инвалидность. Чтобы охарактеризовать индивидуальное здоровье необходимо проведение социологических исследований, которые позволяют зафиксировать самоощущение, самооценку состояния здоровья, а также отношение человека к своему здоровью, что дает представление об уровне культуры здоровья в обществе. Культура здоровья представляет собой сформировавшиеся представления о здоровом образе жизни, наличие у человека знаний о способах сохранения и поддержания здоровья; осознание ответственности за состояние собственного здоровья; осмысление ресурсов своего организма; наличие развитых навыков саморегуляции и самоконтроля; отсутствие вредных привычек [2].

Характеристики общественного здоровья в статическом и динамическом отношениях рассматриваются как неотъемлемая концепция личного здоровья каждого отдельного человека. В то же время — это не просто сумма данных, а сумма полностью взаимосвязанных параметров, выраженная количественными и качественными показателями.

Факторы формирующие здоровье населения подразделяются на: наследственные (обусловлены генетически); эндемические (обусловлены биогеохимическими особенностями местности); природно-климатические (характерны для определённых климатических зон); эпидемиологические (региональные особенности местности, приводящие к возникновению природно-очаговых инфекций); профессиональные (включают факторы трудового процесса, приводящие к развитию профессиональных заболеваний); социальные (социальное благополучие, питание, образ жизни); психоэмоциональные (обусловлены воздействием на человека экстремальных ситуаций); экологические [3].

В настоящее время одним из основных факторов сохранения здоровья, увеличения продолжительности жизни, профилактики различных заболеваний выступает здоровый образ жизни – оптимальная организация поведения человека в повседневной жизни, позволяющая ему максимально

используя собственные духовные и физические качества достигать физического, душевного и социального благополучия.

В рамках исследовательского проекта «Качество рабочей силы в период пандемии как фактор производительности труда», [4] актуальность которого определялась прошедшей пандемией Ковид-19, нами ставилась задача выявить отношение рабочих основного производства ООО «ХБК «Навтекс» Ивановской области к здоровому образу жизни.

Рабочей гипотезой было предположение о том, что уровень культуры здоровья у данной социальной группы находится на низком уровне, что способствует снижению качества рабочей силы в период пандемии.

В исследовании задавался вопрос: «Что Вы делаете для укрепления своего здоровья?» сумма больше 100% так как можно было выбрать несколько вариантов ответа. В порядке убывания ответы распределились следующим образом:

- ничего специального не делаю (45,7%);
- у меня нет вредных привычек (20%);
- принимаю витамины, биодобавки (20%);
- иногда занимаюсь спортом (18,6%);
- занимаюсь регулярно спортом (17,1%);
- раз в год посещаю санаторий (12,9%).

В культуру здоровья входит осознание ответственности за состояние собственного здоровья, поэтому задавался вопрос: «Как часто Вы посещаете врачей?»

- 35,7% - только в крайнем случае, когда уже невозможно терпеть;
- 21,4% - когда что-то беспокоит, сразу иду к врачу;
- 17,1% - редко, предпочитаю лечиться своими средствами;
- 14,3% - только когда нужно взять больничный лист;
- 11,4% - каждые полгода прохожу профилактический осмотр.

Среди факторов, сохранения собственного здоровья, опрошенные отметили: отказ от вредных привычек (26 %); рациональное питание (25,4%); постоянное медицинское наблюдение (17,1%); регулярные занятия спортом (12,6%).

Полученные данные подтверждают гипотезу исследования о низком уровне культуры здоровья данной группы опрошенных: половина ничего не делают для укрепления своего здоровья и только каждый третий обращается к врачам чтобы своевременно обнаружить проблемы с состоянием здоровья.

С точки зрения уровня ответственного отношения к своему здоровью использовались показатели наличия вредных привычек, а также

отношение респондентов к факторам риска, оказывающим влияние на их здоровье. По данным нашего опроса 64,3% не курят. Среди курящих 22,9% выкуривают не более половины пачки сигарет в день; 11,4% - пачку в день и 1,4% больше пачки сигарет в день.

По употреблению спиртных напитков задавался вопрос: «Сколько раз за последнюю неделю Вы употребляли спиртные напитки?»

55,7% - ни разу за последнюю неделю, употребляю только по праздникам;

20% - я не употребляю алкоголь совсем;

20% - два раза;

4,3% - каждый день.

«Сколько раз за последнюю неделю Вы употребляли пиво?»

60% - я не употребляю пиво;

17,1% - два раза;

4,3% - каждый день;

18,6% - не помню.

Формирование приоритетов здорового образа жизни среди населения в настоящее время является одним из основных вопросов национальной политики, направленных на улучшение демографической ситуации в Российской Федерации и включенных в мероприятия национального проекта "Демография" и входящего в его состав федерального проекта "Формирование системы мотивации граждан к здоровому образу жизни, включая здоровое питание и отказ от вредных привычек" ("Укрепление общественного здоровья"), и затрагивает все сферы деятельности: здравоохранение, образование, культуру, физкультуру и спорт, молодежную политику.

Значительный вклад в укрепление здоровья населения обеспечивается за счет мер по медицинской профилактике основных факторов риска хронических неинфекционных заболеваний, своевременного выявления и коррекции факторов риска, а также ранней диагностики и лечения заболеваний.

Библиографический список

1. Преамбула к Уставу (Конституции) Всемирной организации здравоохранения [Электронный ресурс]. URL: https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB148/B148_24-ru.pdf (дата обращения 15.02. 2024)

2. Хазова С.А. Состояние проблемы формирования здорового образа жизни у студенческой молодежи // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 29. С. 156–161.

3. Солнцев А.Н. Влияние занятий физической культурой на профессиональную подготовку будущих специалистов // Актуальные проблемы физической культуры, спорта, туризма и рекреации. 2017. С. 94–96.

4. Попова И.В., Шишкина Н.А., Разгуляева П.С., Голубева А.Р. Анализ состояния здоровья работников предприятия в условиях эпидемии Ковид-19 как фактора производительности труда. Исследование отдельного случая // Теоретическая экономика. 2024. № 2. Том 110.

УДК 379.85

Роль Центрального Банка РФ в повышении эффективности бюджетных расходов

Романин В.А.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Центральный Банк (ЦБ) Российской Федерации - особый публично-правовой институт, основными целями деятельности которого являются защита и обеспечение устойчивости рубля и развитие и укрепление банковской системы. На первый взгляд, это учреждение не относится к бюджетной системе. Однако при ближайшем рассмотрении окажется, что ключевая ставка ЦБ — это основной инструмент, с помощью которого Банк России воздействует на экономическую сферу нашей страны и участвует в повышении эффективности бюджетных расходов.

Если воспринимать определение ключевой ставки ЦБ буквально, можно сказать, что Банк России выдает кредиты коммерческим банкам под определенный процент. Следовательно, ошибочно предполагать, что ключевая ставка Центробанка воздействует лишь на глобальные экономические процессы. При рядовых расчетах многих фирм учитывается ключевая ставка ЦБ. Например, необходимо учитывать размер ключевой ставки ЦБ РФ при расчете НДФЛ с материальной выгоды, пени при просрочке уплаты налогов и компенсации за задержку заработной платы. Получается, что размер ключевой ставки Центрального Банка принимается в расчет как в экономических процессах национального уровня, так и менее значимых [1].

Размер ключевой ставки также влияет и на российский фондовый рынок. Здесь зависимость обратная – повышение ключевой ставки Центробанка является негативным фактором, вследствие чего стоимость акций российских компаний снижается, поскольку экономика «охлаждается», то есть происходит замедление всех экономических процессов [2].

При этом размер ключевой ставки Центрального Банка Российской Федерации достаточно сильно влияет и на жизнь простого гражданина нашей страны. Проценты по кредитам в коммерческих банках напрямую зависят от ключевой ставки – чем выше ключевая ставка, тем «дороже» будут кредиты, то есть проценты по кредитам будут выше, поскольку коммерческим банкам тоже нужно зарабатывать. Следовательно, при низкой ключевой ставке Центробанка процент по кредиту тоже становится низким. Аналогичная ситуация с банковскими вкладами – при повышении ключевой ставки Центрального Банка повышаются проценты по вкладам, при снижении – процент по банковским вкладам также уменьшается. Однако одним из важнейших процессов, который регулируется с помощью ключевой ставки, является процесс инфляции. При высокой инфляции Банк России вынужден повысить ключевую ставку, чтобы замедлить проходящие в экономике страны процессы, тем самым снизив её.

Очень важно стремиться к тому, чтобы уровень инфляции находился на достаточно низком уровне. Ведь при высокой инфляции муниципальным органам власти достаточно тяжело планировать бюджеты на долгосрочную перспективу. Кроме того, если инфляция в стране слишком высока, то снижается эффективность расходования бюджетных средств. Например, в бюджете на программу по расселению граждан из ветхого жилья заложена некая сумма денег, учитывая инфляцию в 4%. Если же реальная инфляция в стране, допустим, 10%, что на 6% выше, чем прогнозируемая, в таком случае денежных средств окажется недостаточно для постройки нового жилищного фонда в планируемом изначально объеме. Вследствие этого результативность такой программы окажется ниже, чем хотели изначально. Поэтому Центральный Банк Российской Федерации должен контролировать уровень инфляции еще и для того, чтобы расходовать бюджетные средства, извлекая при этом максимальную пользу. Таким образом, инфляция оказывает существенное влияние не только на экономическую, но и на другие сферы жизни общества. Проанализируем денежно-кредитную политику Центробанка РФ, чтобы попытаться спрогнозировать дальнейшее изменение ключевой ставки.

Проанализируем, как менялась ключевая ставка Центрального Банка Российской Федерации (рисунок 1). Ключевую ставку за последний год повысили более чем в два раза [3]. Если по состоянию на март 2023 года она составляла 7,5%, то в марте 2024 года она составляет целых 16%. Прирост составил 8,5%. При этом за последний год не было ни одного снижения. Это связано, в первую очередь, с высокими темпами роста уровня инфляции в стране. Несмотря на все усилия, инфляция продолжает расти. По данным РОССТАТа, инфляция в феврале 2024 года составила 0,62%, что означает 7,44% в годовом выражении [4]. При этом прогноз на март 2024 года составляет 7,76% в годовом выражении, что на 0,32% выше, чем в феврале. Следовательно, ожидается рост инфляции, хоть и не такой значительный.

К тому же, 23 января 2024 года Банк России не поддержал продление обязательной продажи валютной выручки, заявив, что «не видит оснований для продления обязательной продажи валютной выручки, так как эффект для курса от этой меры был меньшим, чем эффекты от проводимой денежно-кредитной политики» [5].



Рисунок 1. Динамика ключевой ставки ЦБ РФ

На заседании совета директоров 16 февраля 2024 года Центробанк дал свой прогноз по ключевой ставке на текущий год. В 2024 году средняя ключевая ставка ожидается на уровне 13,5–15,5% [6]. При этом прогноз по ключевой ставке на 2025 год составляет 9–11%. Если уж сам Центральный Банк Российской Федерации заявляет о таких высоких значениях ключевой ставки, то вряд ли мы увидим её снижение в ближайшее время.

Данное заявление Центрального Банка Российской Федерации говорит о том, что, по мнению совета директоров ЦБ, замедлить девальвацию рубля может денежно-кредитная политика Банка России. Соответственно, если ЦБ намерен попытаться остановить обесценивание

нашей национальной валюты, в таком случае наиболее вероятным решением окажется вновь повысить ключевую ставку.

В заключение следует обратиться к индексу государственных облигаций Российской Федерации RGBI. Начиная с середины февраля 2024 года стоимость гособлигаций плавно снижается, несмотря на все заявления Банка России. Снижение индекса государственных облигаций Российской Федерации RGBI сигнализирует нам о том, что держатели облигаций ждут ускорения инфляции, а возможно и дальнейшего роста ключевой ставки Центрального Банка Российской Федерации.

Ближайшее заседание совета директоров Центрального Банка Российской Федерации состоится 22 марта 2024 года. Исходя из проведенного выше анализа, я считаю, что ключевая ставка может быть повышена до 17%. Предпосылками этого являются достаточно высокий уровень инфляции и публичные заявления представителей ЦБ. Большой рост ставки менее вероятен, поскольку в таком случае еще более снизятся объемы выдачи кредитов населению и бизнесу, что может привести к стагнации в экономике Российской Федерации.

Библиографический список

1. Дубова С.Е. Ключевая ставка Банка России как инструмент регулирования банковской ликвидности: проблемы и возможности в условиях режима инфляционного таргетирования // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2017. № 1 (31). С. 3–9.

2. Руднева Е.А. Влияние ключевой ставки на экономику / Конкурс молодых учёных: сборник статей IV Международного научно-исследовательского конкурса. Пенза, 2020. С. 124–128.

3. Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/>.

4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: https://rostsber.ru/publish/investment/inflation_feb_2024.html.

5. Анализ решений ЦБ РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/finances/23/01/2024/65afb96b9a7947c735d447b7?ysclid=ltoqfnif2k145149584>.

6. Российское государственное федеральное информационное агентство ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/20005405>.

Финансовый сектор Ярославской области: основные направления и факторы развития

Савельчикова А.В., Шишкина Е.О.

Научный руководитель: Чубрина Г.Н., канд. пед. наук

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Совокупность финансовых посредников, вспомогательных финансовых корпораций и других финансовых корпораций, осуществляющих финансовую деятельность в соответствии с действующим законодательством, а также НКО, которые связаны с этими субъектами мы определяем как финансовый сектор.

Финансовый сектор Ярославской области включает в себя множество банков, страховых компаний, инвестиционных фондов и других финансовых организаций, которые оказывают широкий спектр услуг населению и бизнесу.

Большинство крупных российских банков имеют представительства в Ярославле и других городах области. В городах и районах области также действуют местные банки, предоставляющие услуги жителям и предпринимателям.

Микрофинансирование представлено такими организациями как "АрхГражданКредит, микрокредитная компания", "Лайт-Капитал, ООО, микрокредитная компания", "МКК АГРУС, ООО, микрокредитная компания" и т.д. Всего на территории области действуют 24 МФО.

Финансово-кредитные организации Ярославской области представлены списком всех государственных и коммерческих банков Ярославля. Сведения о ведущих финансовых компаниях: их адрес, телефон организации, адреса отделений и банкоматов, официальные сайты представлены в таблице 1.

Наиболее востребованными банковскими услугами являются: ипотечное / жилищное кредитование, обмен валют, потребительское кредитование и кредитование МСП, лизинговые услуги.

Таблица 1. Список банков Ярославля

Банк	Адрес	Телефоны	Отделения Банкоматы
1. Сбербанк России	Ярославль, Московский проспект, 117	8 800 555-55-50	38\147
2. ВТБ	Ярославль, улица Труфанова, 19	8 800 100-24-24	12\114
3. Альфа-Банк	Ярославль, улица Свободы, 2/40	+7 485 273-91-77	2\14
4. Россельхозбанк	Ярославль, Ленинградский проспект, 52	+7 485 237-03-18 8 800 200-02-90	2\11
5. Газпромбанк	Ярославль, улица Чайковского, 30	8 800 100-07-01	1\7
6. Почта Банк	Ярославль, улица Жукова, 33	8 800 550-07-70	46\22
7. Совкомбанк	Ярославль, проспект Ленина, 11/74	8 800 100-00-06	5\5
8. Тинькофф Банк	г. Москва, ул. Хуторская 2-я, д.38А, стр.26	8 800 555-77-78	-\16
9. Райффайзенбанк	Ярославль, улица Некрасова, 54	+7 485 277-39-96	1\15
10. Промсвязьбанк	Ярославль, улица Чкалова, 23	+7 495 787-33-33 8 800 333-03-03	9\90

Банковские услуги, реализуемые банками в Ярославской области представлены в таблице 2.

Таблица 2. Банковские продукты/услуги (Ярославская область)

Наименование банка	Кредиты	Дебет (карты, вложения)	Сайты
1. Сбербанк России	Кредит на любые цели Полная стоимость кредита 16.39% - 34.98% Ставка 16.9–34.9% Сумма до 30 млн Срок до 5 лет	СберКарта Мир для пособий и пенсии Сбербанк России Проценты на остаток 3,5% Обслуживание бесплатно	https://www.sberbank.ru/ru/person
2. ВТБ	Кредит наличными Полная стоимость кредита 15.9% - 44.3% Ставка 5.9–44.2% Сумма до 40 млн Срок до 7 лет	Карта для пенсионеров ВТБ Банк «ВТБ» Проценты на остаток до 7% Обслуживание бесплатно SMS информирование бесплатно	https://www.vtb.ru/
3. Альфа-Банк	Кредит наличными Полная стоимость кредита 14.4% - 34.995% Ставка 13.5–34.99% Сумма до 15 млн Срок до 10 лет	Альфа-Банк Mir Classic ЦЕЛЫЙ ГОД БЕЗ % Льготный период 365 дней Кредитный лимит	https://alfabank.ru/

		до 1 млн Р Обслуживание от 0 до 990 Р в год	
4. Газпромбанк	Потребительский кредит онлайн Полная стоимость кредита 9.115%–47.56% Ставка 3.9–30.9% Сумма до 7 млн Срок до 7 лет	Карта «180 дней» Лимит до 1 000 000 Р Льготный период 180 дней Обслуживание бесплатно за первый год	https://www.gazprombank.ru/
5. Тинькофф Банк	Под залог авто (с безопасной доставкой карты) Полная стоимость кредита 15.579%– 49.843% Ставка 15.9–50% Сумма до 7 млн Срок до 7 лет	Карта «Тинькофф Платинум с рассрочкой» Лимит до 1 000 000 Р Льготный период 55 дней Обслуживание 0–590 Р в год	https://www.tinkoff.ru/

В области развиты услуги по страхованию жизни, имущества, автомобилей и других видов страхования. В Ярославской области представлены 57 страховых организаций. Крупные страховые компании имеют филиалы и офисы в различных городах области (табл. 3).

Таблица 3. Страховые компании Ярославля

	Компания	Адрес	Телефон	Сайт
1	АльфаСтрахование	Ярославль, проспект Октября, 16/21	8–800–333– 09–99	https://www.alfastrah.ru/
2	Газпром страхование	Ярославль, пр-т Ленина, д. 29/51	8 (4852) 593– 583	https://gazpromins.ru/
3	Ингосстрах	Ярославль, ул. Свободы, д. 83	8 (800) 100– 77–55	https://www.ingos.ru/
4	Райффайзен Лайф	Ярославль, ул. Некрасова, 54	8 (4852) 77– 39–96	https://www.raiffeisen-life.ru/
5	СберСтрахование	Ярославль, Ленинградский проспект, 117 к2	8 (800) 555– 55–57	https://sberbankins.ru/
6	СОГАЗ	Ярославль, ул. Терешковой, д. 16А	8–800–333– 08–88	https://www.sogaz.ru/
7	РЕСО-Гарантия	Ярославль, пр-т Ленина, д. 24/78	8 800 234–18– 02	https://reso.ru/
8	РСХБ- Страхование	Ярославль, ул. Победы, 28А	8 (800) 700– 45–60	https://rshbins.ru/
9	ВСК	Ярославль, ул. Чайковского, 28	8 (800) 775– 15–75	https://www.vsk.ru/
10	Ренессанс Страхование	Ярославль, ул. Большая Октябрьская, д. 35	8 800 200–09– 81	https://www.renins.ru/

Эти страховые компании полностью удовлетворяют потребности населения области в страховых услугах (табл. 4).

Таблица 4. Страховые услуги для физических лиц

Страховщики	Физические лица			
Альфа Страхование	ОСАГО	КАСКО	Ипотечное страхование	ДМС
Газпром страхование	Имущество	ДКАСКО	Имущество	«Управляй здоровьем!»
Ингосстрах	ОСАГО	Каско	Страхование квартиры	ДМС
Райффайзен Лайф	Защита от несчастного случая	Защита заемщиков	Защита от несчастного случая	Накопительное страхование жизни
СберСтрахование	КАСКО	GAP страхование	Страхование от потери работы	«Защита на любой случай»
СОГАЗ	ОСАГО	Автокаско	СОГАЗ-Квартира	Путешествия за рубеж
РЕСО-Гарантия	ОСАГО	Каско	ДМС	Недвижимое имущество
РСХБ- Страхование	Защита денег на банк. карте	Защита самозанятых	Защита здоровья и денег, путешествий	Ипотечное страхование
ВСК	ОСАГО	КАСКО	Зелёная карта	Страхование квартиры
Ренессанс Страхование	ОСАГО	КАСКО	Страхование ипотеки	ДМС

Страховые услуги для юридических лиц представлены в таблице 5.

Таблица 5. Страховые услуги для юридических лиц

Страховщики	Виды услуг			
Альфа Страхование	АльфаРЕНТ для бизнеса	Страхование имущества предприятий малого бизнеса	Страхование гражданской ответственности	Страхование грузов
Газпром страхование	Страхование малого и среднего бизнеса	Страхование промышленных рисков	Страхование непромышленных рисков	Страхование специальных рисков (авиация, страхование судов и грузов)
Ингосстрах	Страхование РЧС	Ингобизнес	Договор страхования гражданской ответственности (ОСОПО)	«Кибер-инго» - страхование киберрисков
Сбер Страхование	Киберстрахо- вание	Страхование торговых кредитов	Страхование имущества юридических лиц	Страхование грузов

СОГАЗ	Страхование предметов искусства и другого ценного имущества	Страхование месторождений и их инфраструктуры	Страхование строительно-монтажных рисков	Страхование имущества предприятий
РЕСО-Гарантия	Проф. и гражданская ответственность	ОСОП	Строительная и специализированная техника	Имущество предприятий
РСХБ-Страхование	Бизнес без потерь. «Финансовая опора»	«СВОЕ ДЕЛО». КАСКО	Страхование Спецтехники	ОСГОП
ВСК	Имущество юридических лиц	Специальные риски	Страхование корпоративных парков	Страхование банковской гарантии
Ренессанс Страхование	Добровольное страхование проф.отв.	Комплексное страхование автопарков	Страхование строительной деятельности	Ответственность за качество продукции, работ и услуг

На деятельность финансовых институтов влияют различные макро- и микроэкономические факторы.

Макроэкономические факторы: экономический рост и стабильность, инфляция, международная торговля.

Микроэкономические факторы: конкуренция, технологический прогресс, государственное регулирование и надзор за деятельностью в финансовом секторе.

Для развития финансового сектора имеются следующие возможности и перспективные направления:

1. Цифровизация и развитие финтех-технологий. Внедрение новых цифровых технологий и развитие финтех-инноваций способствуют улучшению доступности и удобства финансовых услуг, а также повышению эффективности и рентабельности операций.

2. Развитие криптовалют и блокчейн-технологий. Криптовалюты и блокчейн представляют новые возможности для обеспечения безопасных и прозрачных финансовых операций, а также расширения доступа к финансовым услугам.

3. Укрепление финансовой грамотности. Образование и информирование населения о финансовых инструментах и услугах способствует повышению финансовой грамотности и сознательного выбора потребителями.

4. Развитие устойчивого финансового сектора. Усиление мер по предотвращению финансовых кризисов и обеспечению финансовой

устойчивости способствует укреплению доверия к финансовым учреждениям и рынкам.

5. Социально ответственное инвестирование. Развитие социально ответственного инвестирования способствует росту интереса к устойчивым и этичным инвестиционным продуктам, а также привлекает инвесторов, ориентированных на устойчивое развитие и социальную ответственность.

В настоящее время в регионе работают 219 офисов кредитных организаций и один региональный банк, на руках у жителей находятся 3,2 млн. банковских карт, а общая сумма переводов по картам составляет более 1,3 млрд. руб. в день, сообщили в ярославском отделении ЦБ. На территории области функционируют больше 1,6 тыс. банкоматов и около 34 тыс. терминалов для оплаты по карте товаров и услуг [1].

В дальнейшем финансовый сектор будет развиваться: будут расти перечень финансовых услуг и их доступность в регионе, в том числе и в сельских населенных пунктах.

Библиографический список

1. <https://rg.ru/2023/12/05/reg-cfo/kassa-v-rol-i-bankomata.html>.

УДК 343.535

Анализ применения зарубежных и российских моделей прогнозирования банкротства на примере АО «Некрасовский машиностроительный завод»

Салтыкова Я.А.

Научный руководитель: Быков В.А., канд. экон. наук

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Для экономического субъекта важно своевременно определить вероятность банкротства организации. Для этого зарубежными и отечественными экономистами были разработаны модели прогнозирования банкротства, которые используются повсеместно финансовыми аналитиками в России. В данной научной работе будет рассмотрен вопрос целесообразности применения зарубежных моделей прогнозирования банкротства при анализе российской компании.

Перейдем к оценке вероятности банкротства АО «НМЗ» по данным 2022 года. Основным видом деятельности компании является производство машин и оборудования для производства пищевых

продуктов. Для прогнозирования банкротства будут использованы 2 зарубежные модели – модель Р. Лиса, модель Таффлера-Тишоу и 2 российские модели – модель Иркутской государственной экономической академии, модель Савицкой. Для исследования использовалась бухгалтерская отчетность организации за 2022 год: бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах.

Модель Р. Лиса была разработана в Великобритании и была адаптирована под британский рынок. Она рассчитывается по следующей формуле 1:

$$Z = 0,063 * K1 + 0,092 * K2 + 0,057 * K3 + 0,001 * K4 \quad (1)$$

где:

$$K1 = (\text{стр.1200} - \text{стр.1500}) / \text{стр. 1600}.$$

$$K2 = (\text{стр. 2300} + \text{стр.2330}) / \text{стр. 1600}$$

$$K3 = \text{стр. 2400} / \text{стр.1600}$$

$$K4 = \text{стр. 1300} / (\text{стр. 1400} + \text{стр. 1500}).$$

Для АО «НЗМ» значение коэффициента Z за 2022 год будет следующим:

$$Z = 0,063 * 0,14 + 0,092 * 0,349 + 0,057 * 0,255 + 0,001 * 0,89 = 0,056$$

По данной модели прогнозирования несостоятельности организация является финансово устойчивой т.к. Z больше 0,037.

В оригинальной формуле модели учитывается такой показатель как ЕВІТ, который не рассчитывается по российской системе бухгалтерской отчетности, но активно используется зарубежом. Данный показатель используется для расчета K2 и представляет собой прибыль до вычета процентов к уплате и налогов. Значение ЕВІТ показывает значение прибыли, на которую не влияют налоговый режим и процентные ставки по кредитам. Данный фактор может завышать исходный показатель Z.

Следующей будет являться британская модель Таффлера-Тишоу. Рассчитывается она по формуле 2:

$$Z = 0,53 * K1 + 0,13 * K2 + 0,18 * K3 + 0,16 * K4 \quad (2)$$

где

$$K1 = \text{стр. 2200} / \text{стр. 1500}$$

$$K2 = \text{стр. 1200} / (\text{стр. 1400} + 1500)$$

$$K3 = \text{стр. 1500} / \text{стр. 1600}$$

$$K4 = \text{стр. 2110} / \text{стр. 1600}$$

Для АО «НЗМ» значение за 2022 год будет следующим: $Z = 0,53 * 0,77 + 0,13 * 1,1 + 0,18 * 0,469 + 0,16 * 3,396 = 1,18$.

Что говорит о том, что банкротство маловероятно, потому что значение Z больше 0,3.

Перейдем к рассмотрению российских моделей прогнозирования банкротства. Первой рассмотрим модель Иркутской государственной экономической академии, которая была впервые описана в диссертации А.Ю. Беликова в 1998 году. Рассчитывается она по формуле 3:

$$R=8,38 K1 + K2 + 0,054 K3 + 0,63 K4 \quad (3)$$

где

$$K1 = (\text{стр.1200}-\text{стр.1500}) / \text{стр.1600}$$

$$K2 = \text{стр.2400} / \text{стр.1300}$$

$$K3 = \text{стр.2110} / \text{стр.1600}$$

$$K4 = \text{стр. 2400} / \text{стр. 2120}$$

Рассчитаем значение R для изучаемой организации за 2022 год:
 $R=8,38*0,14+0,541+ 0,054*3,396 + 0,63*0.101=1,96.$

Результат означает, что риск банкротства минимален (менее 10%), т.к. R больше 0,42.

Второй российской моделью будет модель Савицкой со следующей формулой 4:

$$Z= 0,111*K1 + 13,23*K2 + 1,67*K3 + 0,515*K4 + 3,8*K5 \quad (4)$$

$$\text{где } K1 = \text{стр.1300} / \text{стр.1200}$$

$$K2 = (\text{стр.1200}-\text{стр.1500}) / \text{стр.1300}$$

$$K3 = \text{стр. 2110} / 0,5 * (\text{стр.1600 на начало периода} + \text{стр.1600 на конец периода})$$

$$K4 = \text{стр.2400} / \text{стр.1600}$$

$$K5 = \text{стр.1300} / \text{стр.1600}$$

Рассчитаем значение Z для АО «НМЗ» за 2022 год:

$$Z= 0,111*0,773+ 13,23*0,297 + 1,67*3,83 + 0,515*0,255 + 3,8*0,471=12,33.$$

Данный результат показывает полное отсутствие риска банкротства т.к. Z больше 8.

Делая выводы на основе проведенного анализа, можно говорить о том, что зарубежные модели прогнозирования могут показывать корректный результат. Несмотря на то, что в их основе лежало изучение показателей зарубежных компаний. Для точности определения несостоятельности компании стоит всегда применять несколько моделей, тогда исследование сможет показать корректные результаты.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 24.07.2023). Консультант Плюс.

2. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «О несостоятельности (банкротстве)». Консультант Плюс.

3. Трушина Н.Н. Сравнительная характеристика моделей оценки вероятности банкротства предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 9–2. С. 113–118.

УДК 339.9

Экономическое сотрудничество Кыргызской Республики и Российской Федерации

Сатилов А.Э., Республика Кыргызстан

Научный руководитель: Гульятеев В.Е., канд. экон. наук, доцент

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны

Экономическое сотрудничество между Кыргызской Республикой и Российской Федерацией способствует развитию и углублению двусторонних отношений в экономической сфере на взаимовыгодной основе, росту и диверсификации взаимной торговли товарами и услугами, расширению инвестиционного и научно-технического взаимодействия.

Россия и Киргизия взаимодействуют в рамках таких объединений, как СНГ, Организация Договора о коллективной безопасности и Шанхайская организация сотрудничества. 12 августа 2015 года Республика Кыргызстан присоединилась к Евразийскому экономическому союзу, членами которого являются Россия, Армения, Белоруссия и Казахстан.

По данным ФТС России, на долю Киргизии приходится 0,3% от общего внешнеторгового оборота РФ. Товарооборот между странами в январе — декабре 2020 года составил \$1,69 млрд, уменьшившись в условиях пандемии коронавирусной инфекции по сравнению с аналогичным периодом 2019 года на 10,4% (\$1,89 млрд; более поздние данные не публиковались).

29 марта 2023 года в Бишкеке глава правительства Киргизии Акылбек Жапаров в ходе 24-го заседания российско-киргизской межправительственной комиссии по сотрудничеству заявил, что объемы торговых операций между двумя странами за 2022 год выросли на 40% по сравнению с показателями 2021 года достигли \$3,2 млрд. В свою очередь председатель Госдумы РФ Вячеслав Володин 25 апреля 2023 года в Москве в ходе встречи со спикером парламента Киргизии Нурланбеком Шакиевым сообщил, что двусторонний товарооборот между странами вырос на 37%, составив почти \$3,5 млрд.

Россия поставляет в Киргизию минеральное сырье, продовольственные товары, продукцию химической промышленности, машины, металлы,

оборудование, транспортные средства, топливо. Основными статьями киргизского экспорта в РФ являются медь, хлопок, текстильные изделия, молочная продукция, оборудование и механические устройства. Российские вложения составляют 36% от всех прямых инвестиций в экономику Киргизии. По данным Министерства экономического развития РФ на конец марта 2023 года, на территории Киргизской Республики в настоящее время реализуется более 40 крупных проектов с российским участием на общую сумму порядка \$2 млрд. В Киргизии действуют около 700 совместных предприятий с Россией и порядка 300 компаний с чистым российским капиталом, в том числе ООО "Газпром нефть Азия", ОАО "Карабалтинский горнорудный комбинат", ООО "Тянь-Шань олово", ОАО "Киргизский химико-металлургический завод", АО "Кыргызавтомаш".

28 марта 2019 года российский банк ВТБ и группа "Альянс алтын" (киргизское предприятие, входит в российскую группу "Альянс") подписали соглашение по финансированию разработки второго по величине золоторудного месторождения в республике - Джеруй - в размере \$180 млн. Общий объем инвестиций в рамках проекта за период 2015-2040 годов составит \$600 млн. 17 марта 2021 года президент России Владимир Путин в режиме видеосвязи и президент Киргизии Садыр Жапаров запустили на месторождении Джеруй Таласский золоторудный комбинат.

По итогам российско-киргизского инвестиционного форума, прошедшего в октябре 2022 года в Оше, было подписано около 20 документов о реализации инвестиционных проектов на сумму \$500 млн. Среди них соглашения о реализации проекта на основе использования фотоэлектрического преобразования энергии солнца в Иссык-Кульской области Киргизии, о строительстве завода по производству инсулина, а так же пятизвездочного отеля на Иссык-Куле и др. Ожидается также начало строительства девяти общеобразовательных школ на территории республики с обучением по программам РФ и на русском языке (межправительственное соглашение было подписано в марте 2023 года). Их планируют построить в Бишкеке и Оше, а также в Баткенской, Джалал-Абадской, Иссык-Кульской, Нарынской, Ошской, Таласской и Чуйской областях. Школы будут возведены за счет российской стороны.

Продолжается сотрудничество России и Киргизии и в газовой сфере. Доказанные запасы природного газа в Киргизии оцениваются в 6 млрд куб. м. В мае 2003 года компания "Газпром" и киргизское правительство подписали соглашение о сотрудничестве в газовой сфере сроком на 25 лет. В 2006 году на территории республики компания "Газпромнефть" создала дочернее предприятие "Газпромнефть Азия" (крупнейший в Киргизии оператор на

оптовом и розничном рынках нефтепродуктов и сжиженного углеводородного газа, доля на киргизском рынке - свыше 70%). В мае 2007 года "Газпром" получил право на разведку газовых месторождений в Киргизии, в феврале 2008 года - лицензии на право пользования участками недр на площадях "Кугарт" и "Восточный Майлису IV". Протокол о сотрудничестве, согласно которому "Газпром" начал разведку месторождений, был подписан 29 ноября 2012 года. 26 июля 2013 года заключено межправительственное соглашение о сотрудничестве в области транспортировки, распределения и реализации природного газа на территории Киргизии. 10 апреля 2014 года был подписан договор о покупке "Газпромом" 100% акций "Кыргызгаза" (ныне "Газпром Кыргызстан") за \$1. Российская компания также взяла на себя обязательства по долгам "Кыргызгаза", которые в совокупности оценивались в размере не менее \$40 млн. В настоящее время "Газпром Кыргызстан" является эксклюзивным импортером природного газа в Киргизию. Помимо этого, российская компания осуществляет модернизацию газотранспортной и газораспределительной сети республики. С 2015 года начата реализация генеральной схемы газоснабжения Киргизии, которая предусматривает доведение уровня газификации в стране до 60% к 2030 году. Предполагается, что общий объем инвестиций "Газпрома" составит 100 млрд. рублей.

Таким образом, экономическое сотрудничество между Кыргызской Республикой и Российской Федерацией способствует развитию и углублению двусторонних отношений в экономической сфере на взаимовыгодной основе, что подтверждают переговоры президента Киргизии Садыр Жапарова, совершившего официальный визит в Москву 8 мая 2023 года, в ходе которых лидеры России и Киргизии обсудили вопросы укрепления стратегического партнерства двух стран.

Библиографический список

1. Камынин В.Д. Роль двусторонних соглашений между РФ и странами Центральной Азии в укреплении безопасности в регионе на рубеже XX–XXI вв. // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3. Общественные науки. 2017. Т. 12. № 2 (164). С. 154–170.

2. Что известно о российско-киргизских отношениях (tass.ru) /tass.ru/info/17699635?ysclid=ltjxwqftow690759697.

Цифровизация международной торговли: особенности и тенденции

Селиванова П.С.

*Научный руководитель: Шкутько О.Н., канд. экон. наук, доцент
Белорусский государственный экономический университет*

В современном мире цифровые технологии оказывают значительное влияние на развитие экономических отношений, включая международную торговлю. Цифровизация проникает во все аспекты торговых операций, изменяя способы ведения бизнеса и открывая новые возможности для компаний всех размеров (особое значение приобретают платформенные решения). В данной статье рассмотрены особенности цифровизации международной торговли и ее влияние на развитие мирового рынка. Вместе с тем, помимо выделенных особенностей, цифровизация создает ряд тенденций, в частности формируются дополнительные предпосылки к монополизации торговых отношений между странами. Требуют осмысления новые фундаментальные вопросы регулирования этой новой сферы международного взаимодействия.

Цифровизация напрямую связана с понятием цифровых данных. В контексте международной торговли они представляют собой информацию, которая создается, передается, обрабатывается и хранится в цифровой форме. Эти данные могут включать в себя различные аспекты торговли, такие как товары, услуги, финансовые транзакции, таможенные документы, контракты, логистические данные и многое другое. Примеры цифровых данных в международной торговле включают в себя: электронные счета и счета-фактуры, данные о товарах и услугах, включая характеристики, цены и количество, информацию о транспортировке и логистике грузов, электронные документы для таможенного оформления, данные о платежах и финансовых транзакциях и т.д. Использование таких технологий как аналитики данных, искусственного интеллекта (ИИ), блокчейн, облачные вычисления, позволяют не только существенно модернизировать многие технологические и социальные процессы, делая их более эффективными, но и меняют сам характер работы, радикально перестраивая процессы управления и предлагая новые требования к квалификации. Цифровые данные играют ключевую роль в упрощении процессов торговли, повышении эффективности и прозрачности бизнес-операций. Они также помогают сократить время на выполнение различных

процедур и улучшить качество обслуживания клиентов. Важно обеспечить безопасность и защиту цифровых данных для предотвращения утечек информации и кибератак.

Расширение потоков данных имеет значение для достижения практически всех целей устойчивого развития, и страны по всему миру пытаются трансформировать и адаптировать национальные торговые политики. Окончательный подход, выбранный на национальном и международном уровнях, повлияет не только на торговлю, инновации и экономический прогресс, но и на целый ряд вопросов, связанных с распределением выгод от цифровизации, правами человека, правоприменением и национальной безопасностью [1].

Цифровизация международных торговых отношений характеризуется значительными диспропорциями. С точки зрения способности участвовать в цифровой торговой политике, основанной на больших данных, и извлекать из нее выгоду, следует выделить две страны: США и Китай. На их долю приходится половина всех гипермасштабных центров обработки данных в мире, 90% рыночной капитализации крупнейших мировых цифровых платформ. При этом, только 20% жителей наименее развитых стран пользуются Интернетом, а если и пользуются, то, как правило, на относительно низкой скорости загрузки и по относительно высокой цене. Кроме того, характер использования различен. Например, если в ряде развитых стран до 8 из 10 пользователей Интернета совершают покупки онлайн, то во многих наименее развитых странах этот показатель составляет менее 1 из 10. Крупнейшие платформы все активнее инвестируют во все звенья глобальной цепочки создания стоимости данных: сбор данных через пользовательские сервисы платформ; передачу данных через подводные кабели и спутники; хранение данных (центры обработки данных); анализ, обработку и использование данных, например, с помощью ИИ.

Эти компании имеют конкурентное преимущество в области данных, обусловленное их платформенным компонентом, но они больше не являются просто цифровыми платформами. Они стали глобальными цифровыми корпорациями с планетарным охватом, огромной рыночной мощностью, а также контролем над огромными массивами данных о своих пользователях. Во время пандемии их размеры, прибыль, рыночная стоимость и доминирующие позиции укрепились, поскольку цифровизация ускорилась. Например, в то время как сводный индекс Нью-Йоркской фондовой биржи с октября 2019 г. по январь 2021 г. вырос на

17%, цены на акции ведущих платформ выросли на 55% (Facebook) и 144% (Apple).

Традиционный цифровой разрыв между развитыми и развивающимися странами - понимаемый с точки зрения подключения, доступа и использования Интернета - остается высоким, и это постоянная проблема для развития. Более того, по мере того как роль данных как экономического ресурса, а также трансграничных потоков данных становится все более актуальной, появляются новые аспекты цифрового разрыва, связанные с «цепочкой создания стоимости данных» [2; 3].

Цифровизация играет ключевую роль в современной международной торговле, обеспечивая устойчивый рост количества пользователей и экономическую выгоду для компаний. С каждым годом пользователей, подключенных к 5G увеличивается. Ожидается, что к концу 2023 г. их количество достигнет 1,9 млрд., а к концу 2027 г. - 5,9 млрд. Увеличение числа абонентов мобильной широкополосной связи имеет прямое влияние на снижение торговых издержек, что подчеркивает важность развития цифровой инфраструктуры для международной торговли [2]. Ожидаемая финансовая выгода от комплексного развертывания 5G в качестве открытых инновационных платформ в Европе оценивается в €46 млрд. По прогнозам, это принесет выгоду, эквивалентную примерно €208 млрд. [4].

Внедрение новейших технологий способствует снижению производственных затрат, а именно: сокращению расходов на оплату труда и оптимизации бизнес-процессов. Применение в работе компаний современных информационных технологий от автоматизации документооборота до роботизации с использованием современных информационных платформ, средств и методов обработки данных значительно снизило размеры их затрат [5]. С одной стороны, процесс внедрения цифровых технологий обуславливает трансформацию всех элементов торговых отношений. С другой, если какие-то подсистемы, в том числе и институциональная среда, не соответствуют требованиям цифровизации экономической системы, то они становятся тормозом развития торговли.

Цифровизация международной торговли имеет огромный потенциал для улучшения эффективности и прозрачности, однако существуют серьезные проблемы. Эффективное регулирование цифровой торговли и обеспечение открытости рынков требует не только устранения барьеров, но и затрагивают всю цепочку стоимости, включая логистику, телекоммуникации. Необходимы общепринятые стандарты для оценки влияния цифровых технологий на торговлю. Разрыв в доступе к цифровым

ресурсам между различными странами может усугубить неравенство и негативно повлиять на развитие. Поэтому важно разработать международные стандарты сбора данных и предоставить обучение для развивающихся стран, чтобы обеспечить устойчивое развитие. Технологии искусственного интеллекта, блокчейн и интернета вещей могут значительно улучшить процессы торговли, но для этого необходима надежная защита данных. Создание правовых рамок и подготовка квалифицированных специалистов играют ключевую роль в успешной адаптации к цифровой трансформации. Важное значение имеет также взаимодействие заинтересованных сторон на международном уровне для обеспечения успеха в эпоху цифровизации. Таким образом, активизация международной торговли в современные условия развития мировой экономики в наибольшей степени зависит от процессов цифровизации, которые оказывают влияние на электронную коммерцию и бизнес-процессы в международной торговле.

Библиографический список

1. Шкутько О.Н. Трансформация мирового рынка услуг в условиях цифровизации// Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: Материалы XV Международной научно-практической конференции. Минск: Белорусский государственный экономический университет, 2022. С. 61–62.
2. World trade organization [Электронный ресурс]. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts19_toc_e.htm.
3. United Nations Conference on Trade and Development [Электронный ресурс]. URL: <https://unctad.org/publication/unctad-annual-report-2022>.
4. Statista [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/>
5. Старухин В.А. Цифровизация как метод сокращения транзакционных издержек производственного предприятия // Kant. 2021. № 4(41). С. 95–99.

УДК 336.7

Мировая валютная система на современном этапе

Сидорова А.А.

*Научный руководитель: Молчанов А.М., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Мировая валютная система на современном этапе представляет собой нечто необычное. С развитием технологий и глобализацией финансовый ландшафт претерпел глубокие изменения. Прошли времена традиционных банковских операций и физической валюты. Сегодня мы живем в цифровую эпоху, когда деньги можно перевести в мгновение ока, а сделки можно совершать, не выходя из дома. Это захватывающее время для того, чтобы стать частью глобальной финансовой экосистемы.

Одним из самых значительных событий в мировой валютной системе является появление криптовалют. Биткойн, Ethereum и другие цифровые валюты захватили мир, предложив децентрализованную альтернативу традиционным банковским системам. Эти криптовалюты построены на технологии блокчейн, обеспечивающей прозрачность и безопасность финансовых операций.

Благодаря возможности обойти посредников и снизить комиссионные сборы, криптовалюты изменили наше представление о деньгах. Цифровые активы бросают вызов традиционным финансовым институтам и прокладывают путь к новой эре финансов.

Еще один интересный аспект мировой валютной системы – переход к цифровым платежам. Бесконтактные платежи, мобильные кошельки и онлайн-банкинг стали нормой во многих частях мира. Благодаря удобству и безопасности, которые обеспечивают эти цифровые методы оплаты, потребители как никогда раньше переходят на безналичные операции.

Эта трансформация не только облегчила нашу жизнь, но и проложила путь для финансовых инноваций. От биометрической аутентификации до виртуальных помощников на базе искусственного интеллекта - цифровые платежи открыли мир возможностей для улучшения нашей финансовой жизни.

Кроме того, международная торговля и трансграничные сделки значительно упростились благодаря развитию мировой валютной системы. В условиях глобальных цепочек поставок и взаимосвязанных экономик крайне важно иметь эффективные механизмы для проведения международных транзакций. Появление таких платформ, как SWIFT (Общество всемирных межбанковских финансовых телекоммуникаций), произвело революцию в сфере трансграничных платежей, сделав их более быстрыми и безопасными. Кроме того, такие инициативы, как платформы торгового финансирования на основе блокчейна, позволили упорядочить процессы международной торговли, сократить бумажную волокиту и повысить прозрачность. Эти разработки, несомненно, способствуют росту глобальной торговли и экономической интеграции между странами [1].

В Беларуси единственная специализированная организация, занимающаяся торгами иностранной валютой – Белорусская валютно-фондовая биржа. Назначение биржевого валютного рынка состоит в том, чтобы формировать рыночный курс белорусского рубля к иностранным валютам, устанавливать официальный курс национальной валюты сообразно результатам биржевых торгов, а также обеспечивать необходимый процесс продажи иностранной валюты и поддерживать ликвидность валютного рынка страны.

Доля юаня в международных расчетах в июне выросла, при этом доля доллара сократилась, следует из данных международной системы SWIFT.

Доля китайской национальной валюты в международных расчетах в июне 2023 года увеличилась на 0,23 процентного пункта (п. п.) и составила 2,77%, а доля доллара сократилась с 42,6% до 42%, следует из данных международной системы SWIFT [2].

Китайский юань в июне 2023 года сохранил за собой пятое место в рейтинге самых часто используемых международных валют. Согласно отчету SWIFT, общая стоимость платежей в юанях в мае возросла на 12% по сравнению с предыдущим месяцем.

Доллар продолжает лидировать в рейтинге самых популярных валют для международных расчетов, его доля в июне 2023 года 42%. На втором месте по-прежнему остается евро, доля которого в июне немного снизилась - с 31,7% до 31,25%. Третье место занимает британский фунт, его доля увеличилась - с 6,47% до 6,88%. На четвертом месте - японская иена, доля которой выросла 3,11% до 3,36% [2].

Мировая валютная система на современном этапе представляет собой захватывающее слияние технологий, инноваций и глобализации. От криптовалют до цифровых платежей - все эти достижения меняют наше представление о деньгах и финансовых операциях. Мы живем в захватывающую эпоху, когда финансовые услуги становятся все более инклюзивными, эффективными и доступными для всех.

Библиографический список

1. РБК Крипто [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/crypto/news/6335705b9a7947742e7d5e49> (дата обращения 05.02.2024).
2. ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/18319877> (дата обращения 05.02.2024).

Финансовые итоги 2023 года в ИТ-секторе российской экономики: показатели и перспективы

Слепов С.В.

Научный руководитель: Быков В.А., канд. экон. наук

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

ИТ-рынок в России за 2022 год подвергся значительным изменениям: западные компании оставляли свои позиции, ограничивая доступ к своим продуктам, а российским производителям и поставщикам информационных услуг приходилось подбирать и создавать альтернативы.

Это позволило отечественным ИТ-организациям значительно улучшить финансовые результаты и показать отличные темпы роста. В частности, в течение девяти месяцев 2023 года динамика отрасли в разрезе показателей реализации товаров, работ и услуг, а также вложений в основной капитал в два раза превышает аналогичные показатели в прочих секторах экономики: в общем объеме реализации доля сектора ИТ выросла с 3,8% за девять месяцев 2022 г. до 4,1% за аналогичный период 2023 г., инвестиций — с 3,7 до 4,2% [4].

Российские ИТ-компании продолжают занимать освободившиеся доли рынка, но это требует сил и денег: компании заняты наймом сотрудников и вложениями в разработку новых программных продуктов; за счет увеличения этих расходов за прошедший год выросла долговая нагрузка у крупнейших публичных компаний сектора.

Изменения рыночной конъюнктуры произошли довольно быстро – так, в начале 2022 года примерно каждая пятая компания-потребитель услуг информационной безопасности не использовали решения российских разработчиков, среди остальных потребителей доля российского программного обеспечения не превышала половины от используемого софта. К осени 2023 года стало известно, что доля тех, кто не использует продукты отечественных компаний, составила 2%.

Анализируя то, что в настоящее время происходит с ИТ-индустрией, стоит акцентировать внимание на показатели крупнейших российских публичных ИТ-компаний. В качестве примеров разберем три разные по своей истории и деятельности компании: «Яндекс», известный в России еще с начала 2000-х годов, «VK» - набирающий обороты холдинг Mail.ru

Group, включающий в себя несколько соцсетей (VK, Одноклассники), известных в СНГ, «Группу Позитив» - крупнейшего разработчика ПО в сфере информационной безопасности в России, который начал свою деятельность еще в 2000-х, но впервые вышедшей на фондовых рынок в начале 2020-х годов.

1. «Яндекс». Выручка «Яндекса» по итогам 2023 года составила 800,125 млрд рублей (за 2022 год – 521,699, за 2021–356,171), а скорректированная чистая прибыль — 27,411 млрд. рублей. При этом рост результатов показали все сегменты [5].

В конце октября «Яндекс» сообщил о получении разрешения специальной правительственной комиссии на проведение сделки по реорганизации бизнеса. Однако между участниками сделки (МКАО «Яндекс» и нидерландская компания Yandex N. V.) возникли разногласия: иностранных акционеров «Яндекса» не устроил предложенный вариант с конвертацией бумаг, который в случае исполнения приведет стейкхолдеров к нарушению санкций.

2. VK. VK стала одной из первых публичных компаний, которая завершила процесс передислокации: в конце сентября VK, чей юридический адрес относился к территории на Виргинских островах (Великобритания), переехала в специальный административный район на острове Октябрьский в Калининградской области. После этого 21 сентября Мосбиржа прекратила торги депозитарными расписками VK, а 20 октября начались торги акциями МСПАО «VK».

По итогам 9 месяцев 2023 года можно увидеть, что выручка компании быстро растет, при этом развиваются ее основные сегменты бизнеса.

Тем не менее инвесторы продолжают сомневаться в эффективности деятельности компании. Отчетные данные за первое полугодие оказались посредственными (выручка выросла с 42 млрд руб. за 6 месяцев 2022 года до 57,3 млрд. руб. за 6 месяцев 2023 года; показатель EBITDA за те же периоды снизился с 6,8 млрд. руб. до 3,9 млрд. руб.), и в отчетности за 9 месяцев показатели прибыли не были раскрыты компанией [3]. Вместе с этим одни из наиболее острых проблем для инвесторов, помимо напрашивающегося замедления темпов роста выручки, - повышение долговой нагрузки и сохранение убыточности без учета роста выручки.

3. «Группа Позитив». По завершению 9 месяцев 2023 года выручка «Группы Позитив» выросла (с 7 млрд. руб. за 9 месяцев 2022 года) на 19% — до 8,4 млрд рублей, а чистая прибыль упала на 93% (с 2,1 млрд. руб.) — до 0,2 млрд рублей.

В октябре компания сообщила о возможной дополнительной эмиссии, которую привяжут к росту капитализации: в случае удвоения капитализации дополнительная эмиссия составит 25%.

Для компании точкой отсчета для удвоения послужила котировка акций за май 2022 года, когда те стоили порядка 900 ₽ за штуку (нынешняя котировка превышает аналогичную в мае 2022 года чуть более, чем в два раза и составляет 2334 руб. за штуку). Таким образом, допэмиссия возможна уже в 2024 году после подведения итогов 2023 года, что может сдерживать рост капитализации компании [2].

Наиболее настораживающие моменты для инвесторов «Группы Позитив» - растущий долг и замедление темпов роста, однако наиболее точно прогнозы можно дать, когда компания объявит годовые результаты.

Российские ИТ-компании примечательны быстрыми темпами роста, и в ближайшие годы эта тенденция будет сохраняться. В акциях разработчиков главными драйверами роста котировок будут высокая рентабельность бизнеса и сохранение высоких темпов роста, но достигать этих целей каждая компания будет по-своему.

В отношении «Яндекса» драйвером роста послужит реорганизация бизнеса. Акции торгуются на тех же уровнях, что и пять лет назад, а за это время бизнес вырос в несколько раз; потому решение вопроса с передислоцированием и урегулирование интересов инвесторов поможет бумагам вырасти.

В бумагах VK основное внимание акционеров приковано к выходу на прибыль; но снижение темпов роста и сохраняющаяся убыточность пока не дают повода строить оптимистичный прогноз.

В 2023 году «Группа Позитив» потратила много денег на разработки и найм сотрудников. Если эти вложения принесут отдачу, компания сможет нарастить долю рынка и улучшить финансовые результаты.

Библиографический список

1. Итоги 2023 года в российском ИТ [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/it-russia-2023/>.
2. Результаты 9 месяцев 2023 года [Электронный ресурс]. URL: <https://group.ptsecurity.com/storage/documents/news/financial-results.pdf>.
3. Отчеты и материалы (БК) [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/company/ru/investors/results/>.
4. Российский сектор ИКТ в I–III кварталах 2023 года [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/news/898581936.html>.

5. Яндекс объявляет финансовые результаты за 2023 год [Электронный ресурс]. URL: <https://ir.yandex.ru/financial-releases?year=2023&report=q4>.

УДК 330.101

Эпохальные инновации и их влияние на экономические процессы

Смирнов Г.Д.

*Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

К настоящему времени вопросы экономики не только не исчерпывают свою востребованность, но и становятся все более актуальными. Причин для этого множество, однако одна из главнейших – подъем экономического состояния множества государств по всему миру в течение последних десятков лет. Возникают новые отрасли, образуются новые области для исследований и, как итог, множество людей, которые готовы к инвестированию в новшества. Однако не стоит забывать про то, что называют инновациями, которые прогресс не обошел стороной. В настоящее время действует огромное количество организаций, которые занимаются инновационной деятельностью и разработками различных инновационных продуктов практически во всех сферах деятельности человека. Наряду с ежегодными инновациями от цифровой сферы до медицины существуют эпохальные инновации. Эпохальные инновации – это ключевые изменения и открытия, которые оказывают значительное влияние на существующие технологии, общество, экономику. Они изменяют образ жизни множества людей, влияя на множество сфер деятельности. Умение понимать, что являются собой эпохальные инновации поможет многим людям быть к ним готовым как в деловой сфере, так и в обычной жизни. Именно поэтому вопрос инноваций будет актуален в данной работе, где будут рассмотрены эпохальные инновации, которые оказали глобальное влияние на мировую историю и изменили жизнь человека.

Для понимания инновационных процессов и их влияния на мир следует сначала определить суть инноваций, а также выделить их основные характерные черты. В качестве теоретического обоснования

работы мы будем использовать циклические теории двух экономистов – Саймона Кузнеця и Николая Кондратьева.

Термин "эпохальные инновации" был впервые использован в 1971 году нобелевским лауреатом Саймоном Кузнецом для описания раз в несколько столетий происходящих перемен, которые приводят к глубоким трансформациям и обозначают переход к новым технологическим или экономическим способам производства [1]. По его мнению, всю экономическую историю можно разбить на периоды, каждый из которых определяется эпохальным нововведением с собственными характеристиками роста. Примерами эпохальных инноваций могут служить промышленная революция конца XVIII века, освоение скотоводства и земледелия, появление письменности и создание государства. В своей классификации инноваций Саймон Кузнец выделяет три основные группы: базисные, улучшающие и псевдоинновации. Основная и интересующая нас группа - базисные инновации, которые представляют собой продукты, процессы или услуги с новыми или существенно улучшенными свойствами. Эти инновации вызывают значительные изменения в процессах, продуктах или услугах, приводя к трансформации существующих рынков или созданию новых, таких как сфера электронного бизнеса благодаря сети Интернет.

В течение последних столетий отчетливо наблюдаются периодические волны базисных инноваций, происходящие примерно раз в полвека, в связи с переходом к новому технологическому укладу и кардинальными изменениями в других сферах общества в рамках преобладающей мировой цивилизации или ее этапа. Базисные инновации лежат в основе последовательной смены технологических укладов, которые представляют объединение технологий в данное время, отражая цикл общественного воспроизводства. Каждый такой уклад характеризуется устойчивым набором базовых технологий, основанных на принципе и способе функционирования. На данный момент существует классификация, представленная на рисунке 1 и включающая пять текущих технологических укладов, а также начинающий формироваться шестой уклад [2].

Исходя из текущих достижений в науке и технологиях, мы можем предположить следующие сферы для возможных инновационных открытий:

1. Искусственный интеллект и машинное обучение: ИИ уже существует и продолжает развиваться, но в будущем мы, возможно,

увидим его более широкое применение в различных сферах, таких как медицина, производство, автоматизация и т.д.

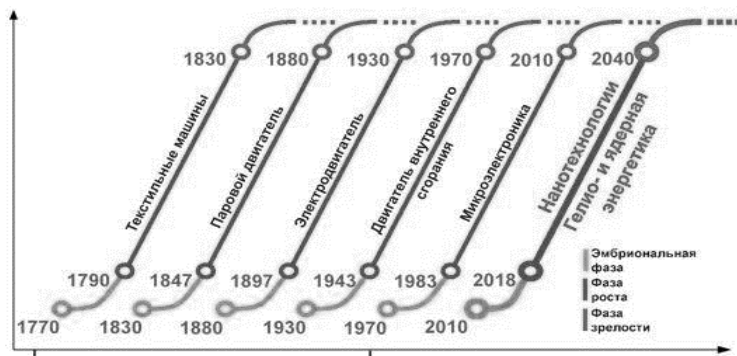


Рисунок 1. Технологические уклады

2. Квантовые вычисления: квантовые компьютеры обладают огромным потенциалом для решения сложных задач в различных областях, таких как криптография, фармацевтика, искусственный интеллект и т.д. Они могут изменить нашу способность обрабатывать и хранить информацию.

3. Нейротехнологии: развитие нейротехнологий позволит нам понимать и манипулировать человеческим мозгом. Это может привести к разработке новых методов лечения психических заболеваний, улучшению памяти, обучению и даже созданию интерфейсов между мозгом и компьютером.

4. Биотехнологии и генная терапия: развитие биотехнологий и генной терапии позволит нам лечить и предотвращать генетические заболевания, создавать новые виды лекарств и повысить продолжительность и качество жизни.

5. Энергетические инновации: развитие новых источников энергии и улучшение эффективности существующих методов может привести к более чистой и доступной энергии для всего человечества.

Обобщая информацию выше, мы можем выделить следующие направления, в которых могут возникнуть значительные инновационные процессы: изменение способов обработки ресурсов; изменение способов получения и хранения энергии; изменение способов производства как для повышения производительности труда, так и для улучшения условий жизни человека. Все это в будущем поспособствует созданию новых сфер

производства, а также предоставит людям больше разнообразия в выборе будущей профессии и деятельности.

Подводя итог, можно с уверенностью говорить, что эпохальные инновации имеют огромное влияние на экономические процессы. Они стимулируют рост производства, создание новых отраслей и рынков, а также чаще всего направлены на повышение производительности и условий труда. Инновации кардинально изменяют экономическую картину мира, открывая новые возможности для развития и конкуренции на мировом рынке. Благодаря эпохальным инновациям, таким как развитие интернета, мобильных технологий, транспортных средств и медицинских открытий, экономические процессы становятся более динамичными, эффективными и доступными для всех слоев общества. Тем самым, эпохальные инновации играют ключевую роль в формировании современной экономики и продолжают вносить важный вклад в развитие мировой экономики в будущем.

Библиографический список

1. Васильев В.П. Экономика: учебник и практикум для среднего профессионального образования. М: Юрайт, 2023. 299 с.
2. Конотопов М.В. Экономическая история: учебник для бакалавров / М.В. Конотопов, С.И. Сметанин, А.В. Тебекин. М: Юрайт, 2022. 641 с.

УДК 338.27

Роль системы регионального образования в экономическом развитии Ярославской области

Трубникова Л.С., Царева А.А.

*Научный руководитель: Логинова Т.В., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Образование всегда играло и будет играть одну из ключевых ролей в развитии любого региона, города и страны. По причине того, что только образованное население может развиваться, совершенствоваться и способствовать улучшению благосостояния региона, а, следовательно, и к его экономическому росту. Так примерно от 70% до 90% ВВП определяется научно-техническим прогрессом и инновационной экономикой. Согласно исследованиям А. Мэддисона, была выявлена зависимость между темпами экономического роста и уровнем

образованности населения: увеличение бюджетных расходов на образование на 1% ведет к росту ВВП на 0,35% [3].

Чтобы идти вместе с научно – техническим прогрессом и потребностями региона и населения, необходимо развивать новые направления деятельности, например сфера услуг, цифровизация и автоматизация производства различных видов продукции. Что обязывает регион поддерживать образовательные программы по специальностям и профессиям наиболее необходимым для поддержания и последующего развития Ярославской области. Для этого на региональном уровне формируется институциональная структура системы образования.

Одной из ключевых структур является Институт развития образования, который предлагает ряд программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации по следующим направлениям:

- дошкольное образование;
- общее образование;
- среднее профессиональное образование;
- программы профессиональной переподготовки;
- дополнительное образование детей;
- образование детей с ограниченными возможностями здоровья;
- ППК, реализуемые в рамках средств субсидии;
- управление образовательной организацией;
- программы ДПО в рамках реализации мероприятий федерального проекта «Содействие занятости» национального проекта «Демография».

Слушателями этих программ могут быть не только педагогические и руководящие работники с различным уровнем образования и различными компетенциями, но и служащие государственных и муниципальных органов исполнительной власти, руководители, заместители руководителей, специалисты по организационному, документационному и информационному обеспечению управления организацией [2].

В Ярославской области существует региональная целевая программа «Образование Ярославской области», которая будет действовать с 2020 по 2026 годы. Данная программа финансируется из таких источников, как федеральные, областные и местные бюджеты.

Из перечня региональных проектов можно выделить те, которые связаны с образованием:

- региональный проект "Современная школа";
- региональный проект "Успех каждого ребенка";
- региональный проект "Поддержка семей, имеющих детей";

- региональный проект "Цифровая образовательная среда";
- региональный проект "Молодые профессионалы (повышение конкурентоспособности профессионального образования)";
- региональный проект "Модернизация региональной системы школьного образования";
- региональный проект "Развитие системы поддержки молодежи ("Молодежь России)".

В статье названы некоторые результаты выполнения данной региональной целевой программы:

- внедрение новых методов обучения;
- модернизация общего, профессионального и высшего образования с помощью внедрения адаптивных, практико-ориентированных и гибких образовательных программ;
- обеспечение доступности дополнительного образования, в том числе через развитие дистанционных и сетевых форм реализации дополнительных общеобразовательных программ;
- расширение участия негосударственного сектора в оказании услуг дополнительного образования;
- развитие кадрового потенциала региональной системы дополнительного образования;
- создание современной и безопасной цифровой образовательной среды, обеспечивающей высокое качество и доступность образования всех видов и уровней, что обеспечит конкурентоспособность образования в соответствии со стратегическими задачами развития региона и российского образования [1].

Согласно планам, все задачи должны быть выполнены к 2024 году, а с 2024 г. по 2026 г. планируется отслеживание и фиксирование результатов для их дальнейшего использования и внедрения в различные другие проекты.

Профильные учреждения высшего образования могут заниматься разработкой программ по повышению уровня финансовой грамотности студентов. Программы охватывают тех студентов, которые обучаются по направлениям, не связанным с экономикой, реализация которых приведет к улучшению благосостояния и повышению качества жизни этой категории населения.

Реализацией программ может заниматься профессорско-преподавательский состав университетов. Программа включает в себя два основных блока:

1)финансовая безопасность. Блок содержит сведения о том, как необходимо действовать в ситуациях, когда понадобился кредит, например, на оплату образовательных услуг или появилась необходимость открыть вклад. Перечисляются риски, с которыми можно столкнуться при этих ситуациях, а также меры по их нейтрализации, даются рекомендации по эффективному использованию денежных средств;

2)законодательная база. Блок содержит сведения о законодательных актах, которые регулируют отношения граждан с финансовыми организациями, информацию о порядке действий при нарушении прав граждан. При этом представляется список структур, в которые можно обратиться за помощью в случае необходимости.

Знание ключевых финансовых понятий и умение их использовать на практике дает возможность человеку грамотно управлять своими денежными средствами. То есть вести учет доходов и расходов, избегать излишней задолженности, планировать личный бюджет, создавать сбережения, что и является показателем повышения уровня финансовой грамотности населения.

Это показывает и статистика. По состоянию на начало 2022 года Индекс финансовой грамотности россиян составил 12,57 балла (рост на 2% по сравнению со значением 2018 года – 12,12 балла). Доля людей с низким уровнем финансовой грамотности за этот период сократилась с 44% до 29%, на 15 п. п. выросла доля россиян со средним уровнем финансовой грамотности. В 2022 году она составляла 61% [4].

Перечисленные выше программы дают возможность создать современную инфраструктуру системы образования с целью повышения качества и доступности общего, дополнительного, среднего профессионального, дополнительного профессионального образования и формирования условий для воспитания гармонично-развитой и социально-ответственной личности.

Все это дает возможность повысить качество профессиональных компетенций, умений и навыков работников, что приведет к производству качественной продукции, к качественному управлению организацией и к качественному предоставлению услуг. Это повысит конкурентоспособность не только организаций, но и самого региона, в котором осуществляется их деятельность.

Библиографический список

1.Постановление от 16 декабря 2019 года № 873-п «Об утверждении региональной целевой программы "Образование в Ярославской области" на 2020–2026 годы».

2. Программы дополнительного профессионального образования в рамках реализации мероприятий федерального проекта «Содействие занятости» национального проекта «Демография». URL: <http://www.iro.yar.ru/index.php?id=4982>.

3. Рост экономики через качественное образование. URL: <https://clck.ru/ar9qV>.

4. Финансовая грамотность россиян растет последние 4 года на фоне социально-экономических вызовов. URL: <https://clck.ru/32Tcut>.

УДК 336.64

Подходы к оценке стоимости привлечения собственного капитала российских предприятий в современных условиях

Уткин В.С.

*Научный руководитель: Патрушева Е.Г., д-р экон. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Одной из основных задач системы финансового управления на отечественных предприятиях в современных условиях является определение приоритетов и поиск компромиссов для оптимального сочетания различных интересов участников и контрагентов хозяйствующих субъектов в принятии решений относительно выбора источников финансирования их операционной деятельности и проектов развития.

В современной научной и методической литературе по финансовому менеджменту вопросы управления капиталом включают концепции его цены (стоимости привлечения), структуры и рыночной стоимости предприятия. Система управления стоимостью компании может быть представлена как триада:

Структура капитала → Цена капитала → Рыночная стоимость фирмы

В международной практике финансового управления предприятием данная триада наиболее полно реализуется в рамках концепции ценностно – ориентированного менеджмента (Value Based Management, VBM), главной идеей которой является оценка результатов принятия управленческих решений в компании с ориентиром на рост ее стоимости. Максимизация стоимости организации принята в качестве генеральной корпоративной цели, на достижение которой направляются основные усилия руководства.

На практике VBM реализуется посредством расчета определенных показателей, позволяющих проводить факторную оценку уровня результативности использования капитала в совокупности с его ценой, что оказывает влияние на величину рыночной стоимости организации и позволяет на этой основе управлять ростом стоимости. При этом цена капитала становится важным ключевым фактором формирования стоимости (ценности) предприятия.

Влияние структуры и стоимости привлечения капитала на рыночную стоимость предприятия в рамках концепции VBM определяется через рассмотрение денежных потоков [5, С. 45]: в условиях отсутствия дополнительных инвестиций предприятие ежегодно получает примерно одинаковый уровень доходов, используемых для покрытия расходов по обслуживанию источников формирования капитала, к которым относятся выплаты дивидендов акционерам (собственникам) и процентов кредиторам. Следовательно, рыночная стоимость компании (V) равна чистой текущей стоимости, полученной в результате дисконтирования суммы чистых денежных потоков по приемлемой ставке доходности, в качестве которой на практике обычно используют показатель средневзвешенной цены капитала (WACC - Weighted Average Cost of Capital), значение которой напрямую зависит от его структуры капитала [1, С. 458]:

$$V = \frac{EBIT \times (1-T)}{WACC} \quad (1)$$

где V – рыночная текущая стоимость предприятия;

EBIT – прибыль до вычета налога на прибыль и начисленных процентов по кредитам;

(1-T) – «налоговый щит».

Поскольку наиболее распространенным случаем формирования капитала предприятия на практике является использование двух источников — собственного (акционерного) и заемного капитала, а также тем, что в некоторых юрисдикциях, в том числе и Российской Федерации, процентные расходы по долговым инструментам привлечения заемного капитала вычитаются при расчете базы по налогу на прибыль, - на практике WACC рассчитывается следующим образом:

$$WACC = \sum_{i=1}^n K_i \times d_i \times (1 - T) + \sum_{j=1}^m K_j \times d_j, \quad (2)$$

где K_i - цена (ставка %) i -го источника заемного капитала;

d_i - удельный вес i -го источника заемного капитала в общем объеме финансирования;

T – ставка налога на прибыль;

K_j - цена (ставка %) j -го источника собственного капитала;

d_j - удельный вес j -го источника собственного капитала в общем объеме финансирования.

При этом для оценки K_j чаще всего используют модель CAPM (Capital Assets Pricing Model), где требуемая доходность R и есть цена собственного капитала:

$$R = R_f + \beta (R_m - R_f), \quad (3)$$

где R_f - показатель доходности безрискового вложения капитала;

R_m - средний по рынку показатель доходности (доходность биржевого портфеля);

β - показатель систематического риска для данной компании;

Несмотря на то, что метод CAPM является наиболее рыночным, в условиях развивающихся фондовых рынков (в том числе российского) коэффициенты, полученные с помощью классической модели регрессионного анализа CAPM, являются либо неприменимыми вовсе, либо требуют существенных корректировок на основе детального учёта компонентов странового риска, присущего для каждого вида рынка (но для российского в современных условиях – особенно): различных социально - политических конфликтов (в том числе западных санкций), степени открытости рынка, его поведения относительно глобального рынка капитала, а также страновых рисков, носящих систематический характер. Кроме того, для средних и мелких российских предприятий расчет β зачастую невозможен по причине отсутствия открытых торгов их акциями на бирже.

Наиболее эффективным решением указанных проблем на сегодняшний день стала модификация CAPM, предложенная профессором Школы бизнеса Стерна Университета Нью-Йорка А. Дамодараном [2]:

$$R_i = R_f + \beta (R_M - R_f) + C + S_1 + S_2, \quad (4)$$

где R_i – требуемая доходность вложения в акцию компании i (цена собственного капитала);

$(R_M - R_f)$ – премия за риск вложения в акции, %;

β – коэффициент бета компании i (с учетом долговой нагрузки);

C – премия за страновой риск, %;

S_1 – премия за малый размер компании, %;

S_2 – премия за специфические риски компании, %.

В рамках проводимого исследования нами была предпринята апробация указанного подхода к агропромышленному предприятию ООО «Красный Октябрь», не имеющему акционерной формы собственности, но ведущему активную финансово – хозяйственную деятельность,

наращивающему капитализацию и являющемуся полноценным «игроком» федерального рынка продовольствия.

В качестве ставки доходности по безрисковой ценной бумаге была принята доходность долгосрочных правительственных облигаций США в размере 4,5%. ООО «Красный Октябрь» входит в реестр субъектов малого предпринимательства. Согласно международному справочнику Ibbotson Yearbook к малым компаниям относятся предприятия, совокупная рыночная стоимость акций которых составляет менее 44 млн. долл. При этом средняя премия за риск инвестирования в малую компанию должна составлять 5%. Менеджмент агропромышленного предприятия достаточно квалифицирован, поэтому надбавка по этому фактору может быть определена в 1,4%. Несмотря на то, что ООО «Красный Октябрь» в своей деятельности достаточно мобилен и ориентируется на выпуск пользующейся спросом на рынке видов продукции, надбавку за риск по данному фактору следует определить в размере 3%. Величина надбавки объясняется тем, что мобильность активов ООО «Красный Октябрь» по смежным периодам имеет тренд к уменьшению из-за увеличивающихся запасов. Предприятие имеет устойчивую структуру капитала для агропромышленного сектора при неплохой оборачиваемости и рентабельности, поэтому риск по данному фактору можно оценить в 2%. Основные покупатели продукции ООО «Красный Октябрь» (несколько десятков) представлены как на региональном уровне Ярославской области, так и на федеральном: отношения оформлены соответствующими контрактами. Поэтому надбавка за риск по данному фактору принята равной 1%. Предприятие на протяжении 2018–2022 гг. получает стабильные доходы, исчисляемые в десятках миллионов рублей, что позволяет использовать надбавку за этот фактор в 2%. Согласно аналитическим данным рейтинговой компании Delloite & Touche, РФ относится к группе стран со средним уровнем риска, поэтому необходимо учесть вероятность потери доходов от принятия определенных политических решений, экономической нестабильности, социальных потрясений и т.д. Поэтому надбавка за риск инвестиций в нашу страну составляет 6%.

Таким образом, с учетом всех основных факторов риска цена собственного капитала ООО «Красный Октябрь» должна составлять 24,9%. Далее этот показатель составит основу для расчета средневзвешенной цены капитала и уровня стоимости этого бизнеса.

Библиографический список

1. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент. СПб: Питер, 2009. 959 с.
2. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 1342 с.
3. Белова Е.О. VBM – концепция управления стоимостью компании / Экономика и бизнес. № 11–2 (81), 2021. С.133–136.
4. Карцев П.В., Аканов А.А. Обзор практики применения доходного подхода к оценке бизнеса / Вопросы оценки. 2012. № 2. С. 2–23.
5. Патрушева Е.Г. Почему падает стоимость российских машиностроительных компаний? // Теоретическая экономика. 2020. № 4. С. 44–52.

УДК 339.187

Лизинг как источник развития организации

Федулова Е.П.

*Научный руководитель: Патрушева Е.Г., д-р экон. наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Субъекты малого и среднего бизнеса являются важным звеном развитии экономики любого государства. Роль малого и среднего бизнеса неоднократно подчеркивалась в решениях Правительства РФ и Международных форумах.

Организация финансирования малого и среднего бизнеса подразумевает под собой высокие риски, отсутствие гарантий, залогового обеспечения и другие. Как следствие, банки и другие кредитные учреждения зачастую предлагают достаточно жесткие условия кредитования субъектов малого и среднего бизнеса: высокие процентные ставки, короткие сроки кредита, отсутствие отсрочек и т.д. Лизинг является механизмом решения такого рода проблем и позволяет развиваться бизнесу [2].

Согласно Федеральному закону «О финансовой аренде (лизинге)», лизинг определен как совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга [1].

Использование лизинга возможно предприятиями как на стадии роста и развития, так и на стадии «start up», т.е. при зарождении бизнеса. Лизинг

позволяет функционирующим организациям модернизировать производственную базу, а начинающему бизнесу ее создавать. Таким образом, наличие механизма лизинга способствует развитию малого и среднего бизнеса.

Преимущество лизинга состоит в том, что предприятиям предоставляются не денежные средства, контроль за обоснованным расходованием которых не всегда возможен, а непосредственно средства производства, необходимые для обновления и расширения производственного аппарата. Плата за пользование имуществом вносится частями на протяжении времени действия договора.

Причиной широкого распространения лизинга является ряд преимуществ этой формы инвестиционного финансирования перед традиционным кредитом [3]:

1. Лизинг предполагает 100-процентное кредитование и, как правило, не требует немедленного начала платежей.

2. Контракт по лизингу заключить обычно проще, чем получить кредит. Особенно это относится к мелким и средним предприятиям.

3. Лизинговое соглашение более гибко, чем ссуда, которая предполагает жесткие сроки и иные условия погашения.

4. Риск морального и физического износа оборудования целиком ложится на арендодателя.

5. Преимущества арендуемого имущества обусловлено тем, что в России взятое в лизинг имущество может не отражаться на балансе предприятия-пользователя, поскольку право собственности сохраняется за арендодателем. Лизинг, таким образом, не "утяжеляет" активы, арендная плата получателя оборудования относится на издержки производства (себестоимость) и, соответственно, снижает налогооблагаемую прибыль. Лизинг способствует увеличению общего объема операций арендатора по финансированию хозяйственного оборота и не препятствует привлечению традиционных источников средств. В этой связи современный лизинг часто классифицируется как «внебалансовое финансирование».

6. При использовании лизинга арендатор может одновременно задействовать гораздо больше производственных мощностей, чем при покупке, а временно высвобожденные благодаря лизингу финансовые ресурсы направить на другие цели.

7. Так как лизинговое имущество длительное время служит средством развития производства, то государственная политика, как правило, направлена на поощрение и расширение лизинговых операций.

Использование лизинговой формы инвестирования дает возможность предприятиям приобретать необходимое оборудование без значительных единовременных капитальных затрат. При этом выгода лизингополучателя зависит от доходов по новым инвестициям и суммы арендных (лизинговых) платежей [4].

Можно сказать, что лизинг объединяет в себе элементы кредитования и аренды, именно поэтому лизинговые операции рассматриваются как особый вид финансирования. Этому способствуют общие тенденции экономического развития и выгоды, соответствующие лизингу, в частности:

- уменьшение объема ликвидных средств в связи с трудностями, постоянно возникающими на денежном рынке;
- повышение конкуренции, что требует оптимизации инвестиций, которые предоставляют возможность существенно расширить рынок сбыта за счет привлечения в хозяйственный оборот малых и средних фирм;
- поддержка развития лизинговых операций со стороны государственных органов власти и финансовых деловых ячеек в целом;
- общее сохранение ликвидности предприятий;
- создание прочной основы для осуществления расчетов, предоставляет балансовые преимущества и страховые выгоды.

Все вышеизложенные аргументы свидетельствуют о том, что лизинговая деятельность является, по сути, льготной отраслью инвестиционной деятельности.

Важно отметить, что эффективное использование возможностей лизинга в хозяйственно-экономической сфере оказывает сильное воздействие на уровень конкурентоспособности организации посредством совершенствования структуры и качества производственных активов, наращивания производственных мощностей.

Библиографический список:

1. Федеральный закон "О финансовой аренде (лизинге)" от 29.10.1998 № 164-ФЗ.
2. Биттова И.А. Использование лизинга малым и средним бизнесом // Вестник магистратуры. 2013. № 9 (24).
3. Липчиу Н.В., Храменко А.А., Ларькина Т.М., Овсепян М.О. Лизинг как источник финансирования инвестиционной // ЕГИ. 2022. № 41 (3).
4. Рыжкова Т. В., Кравченко П. Е., Давыдова О. А. Лизинг как источник инвестиций для предприятий // Лесной вестник. 2008. № 2.

Сравнение понятий «расходы», «затраты», «издержки»

Фомиченко К.А.

*Научный руководитель: Клипперт Е.Н., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Понятия расходов, издержек, затрат являются понятиями, на сходства и различия которых до сих пор нет единой точки зрения. Эта неопределенность усиливается тем, что некоторые авторы считают их синонимами. Однако, несмотря на то что в литературе слова «расходы», «затраты», издержки нередко используются как синонимы, с точки зрения бухгалтерского учета их значения разные.

Цель работы изучить сходства и различия в понятиях «затраты», «издержки», «расходы».

В различной экономической литературе понятия затрат, расходов и издержек являются тождественными, однако значения их разные. Каждое из понятий обладает своими особенностями.

Определение сущности данных понятий необходимо для оценки деятельности организации, производственного процесса, процесса реализации и его прибыльности.

Издержки — это денежное измерение ресурсов, которые используются на предприятии (фирме).

Расходы — это фактически использованные труд и материальные ресурсы при производстве и реализации товаров. К расходам относят в определенной мере и потери (утраты, усушку, а также растраты и др.). Расходы по текущей деятельности представляют собой часть затрат организации, относящуюся к доходам по текущей деятельности, полученным организацией в отчетном периоде [1].

Затраты характеризуют в денежном выражении объем ресурсов, использованных в определенных целях, и трансформируются в себестоимость продукции (работ, услуг).

Представление о затратах предприятия основывается на трех важных положениях:

1) затраты определяются использованием ресурсов, отражая, сколько и каких ресурсов израсходовано при производстве и реализации продукции;

2) объем использованных ресурсов может быть представлен в натуральных и денежных единицах, однако в экономических расчетах прибегают к денежному выражению затрат;

3) определение затрат всегда соотносится с конкретными целями, задачами, т. е. объем использованных ресурсов в денежном выражении рассчитывают для определенной или производственного подразделения предприятия.

Необходимо отметить, что в соответствии с Постановлением Министерства Финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 «Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов» «затраты – стоимость ресурсов, приобретенных и (или) потребленных организацией в процессе осуществления деятельности, которые признаются активами организации, если от них организация предполагает получение экономических выгод в будущих периодах, или расходами отчетного периода, если от них организация не предполагает получение экономических выгод в будущих периодах» [2].

Из этого определения видно, что в результате понесенных затрат предполагается получение какой-либо выгоды в конкретный промежуток времени, либо в будущем, расходы всегда ведут к уменьшению средств и капитала организации.

Экономисты, ведущие свои исследования в данной области, уточняют, что «расходы – это уменьшение экономических выгод, приводящее к уменьшению капитала организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников» [3].

В Законе Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» еще более точно определено в каких случаях уменьшение собственного капитала не будет являться расходами организации: «расходы – уменьшение экономических выгод в результате уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества организации, распределением между учредителями (участниками) организации» [4].

Издержки включают в себя все виды затрат, понесенные предприятием в процессе ведения его финансово-хозяйственной деятельности. Затратами же признаются только затраты на производство и реализацию продукции с уточнением, что затраты могут рассчитываться на единицу продукции. В соответствии с данными определениями издержки являются более широкой категорией, чем затраты

Расходы могут быть связаны с выбытием активов, либо с уменьшением их стоимости. Частыми примерами выбытия активов в литературных источниках являются продажа продукции, недостачи при инвентаризации. Уменьшение стоимости актива может происходить в связи с утратой уникальности определенного продукта.

Часто организации разносят затраты и расходы в периодах. Это характерно для сезонного производства, к которому относится и сельское хозяйство. Примером такого разнесения может служить любой вариант включения затрат в себестоимость продукции по нормативу. Это делается для постепенного равномерного формирования себестоимости продукции. В некоторых случаях используются резервы предстоящих расходов. Сюда же можно отнести и начисление заработной платы за прошедший или будущий периоды. В этих случаях затраты организации не будут являться расходами в отчетном периоде.

Многие авторы, давая определение расходам, подчеркивают их связь с доходами: «расходы организации – это все затраты, которые в данный период времени в ходе хозяйственной деятельности приводят к изменению активов предприятия и служат для получения соответствующих доходов». Это уточнение также важно, так как затраты в отличие от расходов не всегда приводят к получению доходов организацией в определенный период времени

Исследовав мнения различных авторов и уточнив сущность и различия рассматриваемых понятий, можно сделать вывод, что «расходы», «затраты», «издержки» являются самостоятельными экономическими категориями с общими чертами и характерными особенностями.

Правильное трактование руководством организации данных понятий является основой эффективного функционирования и управления учетом затрат, что позволяет избежать искажения информации

Библиографический список

1. Национальный правовой интернет-портал РБ [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0>.

2. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов РБ и их отдельных структурных элементов: постановление М-ва финансов РБ от 30.09.2011 № 102.

3. Бережной В.И. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2017. – 176 с.

4. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г. № 57-3.

Искусственный интеллект в банковской сфере: опыт использования и риски

Хасанова З.Б.

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Искусственный интеллект проникает во все сферы нашей жизни, и банковская индустрия не является исключением. С использованием передовых технологий и алгоритмов машинного обучения, финансовые учреждения стремятся оптимизировать процессы, улучшить обслуживание клиентов и управление рисками. Технологии ИИ способствуют развитию банковской сферы, изменяют ее структуру, способствуют появлению новых инструментов взаимодействия с клиентами. Однако, вместе с беспрецедентными возможностями, внедрение искусственного интеллекта в банковскую сферу также несет определенные риски и вызовы.

Банки по всему миру, в том числе и в России, используют искусственный интеллект для улучшения качества обслуживания и понимания потребностей клиентов, увеличения выручки, снижения расходов и в результате укрепления своих конкурентных позиций на рынках. В общем технология ИИ обладает большим потенциалом для повышения эффективности и конкурентоспособности банков [1]. Внедрение ИИ в различных отраслях российской экономики может дать дополнительный прирост ВВП страны на 2% в 2025 году. Финансовый рынок наиболее активен во внедрении таких технологий. Крупнейшие российские банки инвестируют в развитие искусственного интеллекта около 1 миллиарда долларов в год совокупно, а отдача от таких вложений достигает 3 миллиарда долларов в год [2].

В таблице 1 видно, что искусственный интеллект применяется во многих областях и сферах финансового рынка. Также стоит отметить, что для каждой сферы применения существует свой тип ИИ. Самым значимым эффектом применения ИИ является сокращение затрат при масштабировании операционной деятельности, оптимизация ресурсов, повышение лояльности клиентов и доходности продаж за счет персонализированных продуктов. Алгоритмы машинного обучения

приводят к совершенствованию модели предложения продуктов и их обслуживания.

Таблица 1. «Примеры применения искусственного интеллекта в финансовых организациях» [3]

Область применения	Сфера применения
Первая линия: фронт-офис	Чат-боты
	«Умные» инструменты маркетинга
	Инвестиционное консультирование и оценка стоимости активов
Вторая линия: проверка и обработка операций	Скоринг
	Подтверждение операций, обработка документов
Третья линия: операционный учет	Мониторинг транзакций
Общее	Разработка, оптимизация ПО

Искусственный интеллект оптимизировал работу сотрудников банка, улучшил качество предоставляемых услуг. Благодаря созданию чат-ботов и голосовых помощников (виртуальное консультирование на базе ИИ) многие вопросы клиента можно быстро решить. Ассистенты могут отвечать на вопросы клиентов, помогать с банковскими операциями и предоставлять информацию о балансе и транзакциях. Клиент может круглосуточно взаимодействовать с чат-ботом и задавать ему все интересующие вопросы по счетам, вкладам, кредитам и так далее. Например, в Сбербанке такая технология называется «Салют», в Тинькофф «Олег».

Алгоритмы искусственного интеллекта, работающие в сфере банковского обслуживания, активно повышают такой показатель как клиентоориентированность и стимулируют использование банковских продуктов за счет анализа финансового поведения и предлагаемых решений.

Путем изучения данных о покупках, тратах и сбережениях, они способны предложить клиентам персонализированные варианты услуг и инвестиций, что повышает удовлетворенность клиентов и их лояльность к банку. Создаются условия для более комфортной экосистемы для клиентов: им доступны персональные предложения, быстрый сервис, ориентированный на их запросы.

Решения искусственного интеллекта, направленные на борьбу с мошенничеством (anti-fraud), в настоящее время имеют возможность анализировать информацию о транзакциях и выявлять подозрительные операции с высокой точностью. Эти алгоритмы не только обнаруживают стандартные схемы мошенничества, но и выявляют нетипичные активности, обычные ошибки и даже следы террористической деятельности. ИИ может самостоятельно блокировать клиента, если с его стороны происходят подозрительные операции, например мошенничество с кредитными картами, или же данные о подозрительных операциях могут направляться сотруднику банка, который сам проведет проверку информации. Благодаря применению методов машинного обучения эти технологии продолжают совершенствоваться и обновляются для более эффективной борьбы с преступными схемами. Технологии ИИ позволили за счет снижения ресурсоемкости вывести процедуры обнаружения фактов мошенничества на новый уровень, превосходящий классический анализ контрольных факторов рисков [2].

Теперь банки могут принимать более точные решения о выдаче кредитов благодаря кредитному скорингу. Кредитный скоринг на основе искусственного интеллекта работает путем анализа множества данных о заявителе, таких как история кредитования, доходы, расходы, срок работы, образование и многие другие факторы. Эти данные подаются на вход алгоритмам машинного обучения, которые обучаются на исторических данных о выдаче кредитов и платежеспособности клиентов. В результате обучения алгоритмы могут предсказывать вероятность возврата кредита каждым заявителем. Кредиторы используют эти прогнозы для принятия решения о выдаче кредита или отказе.

AML (Anti-Money Laundering, противодействие отмыванию денег) — это процесс, в рамках которого финансовые учреждения анализируют клиентские счета и транзакции с целью выявления и предотвращения операций, связанных с отмыванием денег и финансированием терроризма. Использование искусственного интеллекта в AML-контроле позволяет автоматизировать анализ больших объемов данных, выявлять аномалии и необычные действия в поведении клиентов, а также улучшить эффективность и точность обнаружения подозрительных транзакций.

Несмотря на многочисленные преимущества, искусственный интеллект также имеет свои недостатки применения в банковской сфере, которые могут повысить банковские риски.

Некоторые алгоритмы машинного обучения могут давать неправильные результаты, например ошибки программного кода могут

привести к ошибочным решениям, некорректным расчетам. Алгоритмы машинного обучения могут быть сложными и непонятными для человека, что затрудняет объяснение принятых решений, особенно в случае отказа в кредите.

Использование искусственного интеллекта может сопряжено с угрозами кибербезопасности, такими как хакерские атаки или недобросовестное использование алгоритмов для мошенничества. Сегодня технология deepfake на основе искусственного интеллекта, создающая гиперреалистичные видео и аудиозаписи, убедительно имитирующие речь физических лиц, является угрозой идентичности в банковской сфере.

Банки могут непреднамеренно нарушать права клиентов на конфиденциальность, собирая общедоступные данные без явного согласия, что приводит к профилированию и проблеме прогнозного анализа. Риски ограничения данных также возникают из-за использования частной и конфиденциальной информации для обучения генеративных моделей искусственного интеллекта, потенциально раскрывая конфиденциальные данные извне.

Реализация и поддержка систем искусственного интеллекта требует значительных технических ресурсов и финансовых инвестиций. Не многие банки готовы выделять из бюджета большие деньги для внедрения и развития искусственного интеллекта. Например, Сбербанк в год инвестирует около 1 млрд. долларов в технологии искусственного интеллекта, но при этом получает обратно от искусственного интеллекта в год примерно 3 млрд. долларов [4].

Преодоление этих недостатков требует тщательного планирования, тесного сотрудничества между IT-специалистами и банковскими экспертами, а также строгого контроля со стороны регулирующих органов.

Применение искусственного интеллекта в банковской сфере привело к автоматизации процессов, повышению эффективности, улучшению качества обслуживания клиентов и снижению операционных издержек. Использование искусственного интеллекта в банковской сфере имеет огромный потенциал для улучшения работы и обеспечения конкурентоспособности, но также требует осторожного подхода, тщательного контроля и постоянного обновления, чтобы минимизировать риски и максимизировать преимущества.

Библиографический список

1. Корнеева В.А., Ермолаева М.Д. Искусственный интеллект в банковской сфере // Математическое и компьютерное моделирование в экономике, страховании и управлении рисками. 2022. № 7. С. 205–209.

2. Крупнейшие банки РФ инвестируют в решения на основе ИИ около \$1 млрд в год. URL: <https://ai.gov.ru/mediacenter/krupneyshie-banki-rf-investiruyut-v-resheniya-na-osnove-ii-okolo-1-mlrd-v-god/>.

3. Применение искусственного интеллекта на финансовом рынке. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/156061/Consultation_Paper_03112023.pdf.

4. Сбербанк инвестирует в развитие ИИ около миллиарда долларов в год. URL: https://1prime.ru/state_regulation/20230719/841128013.html.

УДК 338.439.4.053.3

Резервы увеличения производства молока в сельхозорганизации за счет повышения эффективности использования кормов

Черных Л.М.

*Научный руководитель: Молчанов А.М., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Одним из важнейших направлений в молочном животноводстве остается стремление к увеличению объема производства молока и поддержанию высокой продуктивности коров [3]. Резервы роста поголовья животных определяют в процессе проведения анализа выполнения плана по обороту стада, т. е. за счет снижения доли яловых коров, падежа животных по вине хозяйства, падежа на мясо животных, имеющих более высокую массу.

Ключевым фактором для интенсификации производства молока является повышение продуктивности коров. Для достижения данной цели применяются качественные методы улучшения скота, совершенствование методов содержания и организации доения коров, создание полноценной системы кормления с учетом норм, обеспечение санитарно-гигиенических условий содержания и использование передовых форм производства и технологий для получения молока высокого качества [2; 4].

Высокопродуктивные коровы, как известно, требуют соответствующих высококачественных кормов. Важную роль также играет человеческий фактор, включая вклад специалистов, руководителя сельскохозяйственного предприятия и животноводов.

Повышение эффективности функционирования молочного скотоводства связано с использованием целого комплекса факторов и условий, но одним из основных факторов является полноценное и

сбалансированное кормление. По оценкам, продуктивность коров на 70% определяется уровнем кормления [1].

Все перечисленные резервы выявляются на основе сравнительного анализа работы различных хозяйств, ферм и комплексов.

Исследования проводились на примере данных сельскохозяйственной организации РУП «Учхоз БГСХА» Горецкого района Могилевской области Республики Беларусь за 2022 год.

Одним из направлений поиска резервов является увеличение производства продукции за счет повышения уровня кормления и повышения эффективности их использования, которые приведены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1. Резерв увеличения молока за счет повышения уровня кормления

Группа животных	Расход кормов на 1 гол., т к. ед.		Окупаемость 1 т к. ед., т	Резерв роста продуктивности, т/гол.	Планируемое поголовье, гол.	Резерв роста производства продукции, т
	факт.	возм.				
молочное стадо КРС	7,91	8,00	0,817	0,074	2308	172

Анализ данных таблицы 1 показал, что за исследуемый период резерв увеличения производства молока за счет повышения уровня кормления составит 172 т.

Далее найдем резерв увеличения производства продукции за счет повышения эффективности использования кормов в таблице 2.

Таблица 2. Резерв увеличения производства молока за счет повышения эффективности использования кормов

Вид продукции	Расход кормов на 1 т продукции, т к. ед.		Перерасход кормов на 1 т, т к. ед.	Фактический объем производства, т	Перерасход кормов на весь объем производства продукции, т к. ед.	Окупаемость 1 т к. ед., т	Резерв роста производства продукции, т
	возм.	факт.					
молоко	1,20	1,22	0,024	14914	357,2	0,817	292

Анализ данных таблицы 2 показывает, что резерв увеличения производства продукции за счет повышения эффективности использования кормов составил 292 т. Обобщение резервов увеличения

производства молока представим в таблице 3.

Таблица 3. Обобщение резерва увеличения производства молока

Источник резервов	Резерв увеличения производства молока, т
За счет повышения уровня кормления	172
За счет повышения эффективности использования	292
Итого	464

На основании анализа данных таблицы 3 можно сделать вывод, что общий резерв увеличения производства молока составил 464 т, это больше 3,1% от фактического уровня 2022 года.

Резервы для увеличения численности поголовья обнаруживаются в основном за счет сокращения яловости маточного поголовья и смертности животных.

Мы считаем, что основными направлениями для повышения эффективности производства молока являются:

- совершенствование породного состава стада коров;
- улучшение кормовой базы, повышение уровня кормления скота и более эффективное использование кормов;
- повышение качества ветеринарного и зоотехнического обслуживания животных;
- развитие квалификации персонала и стимулирование их материальной заинтересованности;
- минимизация потерь при получении, хранении и перевозке молока.

Библиографический список

1. Барсукова Н.В. Анализ эффективности отрасли животноводства / Н.В. Барсукова, О.И. Ванюшина, О.В. Лозовая // Актуальные вопросы устойчивого развития государства, общества и экономики: сборник научных статей 2-й Всероссийской научно-практической конференции. Курск, 2023. С. 113–116.

2. Басонов О.А. Эффективность производства молока при разных способах содержания и доения коров / О.А. Басонов, А.С. Кулаткова // Актуальные вопросы аграрной науки: сборник трудов по итогам Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Нижний Новгород: ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный агротехнологический университет», 2023. С. 25–28.

3. Где искать резервы рентабельности производства молока // Эффективное животноводство. 2022. № 2(177). С. 32–33.

4. Овчинникова Е.К. Анализ молочной продуктивности коров чёрно-

пёстрой породы в динамике показателей удоя и качества молока / Е.К. Овчинникова, С.В. Смирнова, М.В. Морозов // Научный форум: сборник статей V Международной научно-практической конференции. В 2 частях. Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.). 2023. С. 93–96.

УДК 633.2

Организационно-экономические составляющие кормопроизводства и кормовой базы

Чирва А.А.

Научный руководитель: Суценья О.А., ассистент

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Эффективное развитие животноводства в Республике Беларусь обеспечивает продовольственную безопасность страны, при этом успешное развитие животноводства возможно только при наличии научно-обоснованной пропорциональной зависимости между потребностью в сбалансированных по питательности кормах и их производством. Кормопроизводство играет ведущую роль в экономике сельского хозяйства, оказывая существенное влияние на решение ключевых проблем не только животноводства, но и земледелия, растениеводства, экологии.

Кормопроизводство – это научно-обоснованная система организационных, экономических и технических мероприятий по производству, переработке и хранению кормов, выращенных на пашне, сенокосных лугах и пастбищах. Концепция организации кормопроизводства включает три упорядоченные и взаимосвязанные системы: выращивание кормов и рациональное использование кормовых площадей, заготовку и хранение кормов, приготовление и использование кормов [8].

Согласно действующей в Республике Беларусь Государственной программы «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы основными целевыми показателями подкомплекса кормопроизводства являются:

обеспечение общественного поголовья крупного рогатого скота высокоэнергетическими сбалансированными кормами путем производства ежегодно не менее 45 ц. к. ед. на условную голову, из них травяных кормов – не менее 38 ц., включая заготовку кормов на зимне-стойловый период в объеме не менее 28 ц. к. ед. на условную голову;

повышение продуктивности кормовых угодий;

обеспечение не менее 70 % потребности отрасли животноводства в отечественном растительном белке;

увеличение к концу 2025 года площади посевов многолетних трав не менее 1 млн. га, из которых доля бобовых и бобово-злаковых трав должна составлять до 90%.

При этом в качестве основных факторов интенсификации кормопроизводства выделяются: техническое обеспечение отрасли; применение удобрений и средств защиты растений; развитие системы семеноводства кормовых культур; эффективную структуру их посевных площадей на пашне [2].

Эффективная организация кормопроизводства должна основываться на следующих принципах: состав и качество кормов должно соответствовать виду и качеству животноводческой продукции; производство кормов по содержанию питательных веществ должно быть пропорционально производству животноводческой продукции; выход питательных веществ на единицу площади (кормовые единицы, переваримый протеин и т. д.) должен быть максимален [1].

Под кормовой базой понимается состав и размер источников кормов, а также количество кормов, имеющихся в распоряжении предприятий для производства конкретных видов животноводческой продукции.

Основными источниками производства кормов в Республике Беларусь являются постоянные кормовые угодья (сенокосы и пастбища), полевые кормовые культуры (клевер, люцерна, бобовые, однолетние травы, кукуруза на силос, зеленый корм и т.д.) и пропашные кормовые культуры (кормовая свекла, картофель и т.д.).

В настоящее время под кормовыми культурами в Республике Беларусь занято более 2,5 млн. га (таблица 1). По данным за 2023 г. доля кормовых культур в структуре посевов составила 46 % или 2586 тыс. га в абсолютном выражении. Это позволило заготовить 13984,8 тыс. т кормов в пересчете на кормовые единицы при уровне обеспеченности 1 условной головы – 33,6 ц. к. ед.

Кормовая база характеризует кормовой потенциал предприятия, который определяется наличием пастбищ и пастбищных угодий, а также площадью пашни, отведенной под выращивание кормов, т.е. организацией кормопроизводства [5].

Способы организации кормовой базы во многом зависят от природных и экономических условий, величины и продуктивности естественных сенокосов и пастбищ, наличия средств производства и трудовых ресурсов.

Существует три основных способа формирования кормовой базы: посевной, посевно-пастбищный (комбинированный) и пастбищный. Они определяют систему животноводства.

Таблица 1. Основные показатели развития кормопроизводства в хозяйствах всех категорий [6]

Показатели	Годы					2023 г. в % к 2019 г.
	2019	2020	2021	2022	2023	
Площадь кормовых культур, тыс. га	2583	2560	2570	2471	2586	100,1
Удельный вес в общей площади, %	44,4	44,3	43,1	42,2	46,0	+1,6 п. п.
Заготовлено кормов, тыс. т к. ед. (на 1 декабря)	12363,8	14434,2	13461,8	13952,1	13984,8	113,1
тоже в расчете на 1 условную голову, ц. к. ед.	28,7	34,7	32,9	33,8	33,6	117,0

Посевной способ организации кормовой базы в системах полевых и кормовых севооборотов распространен в районах, где земли интенсивно обрабатываются, а площадь естественных кормовых угодий невелика.

Посевно-пастбищный (комбинированный) способ распространен в районах, где земли интенсивно обрабатываются, а площадь естественных кормовых угодий невелика.

Пастбищный способ используется более или менее повсеместно.

Любой способ организации кормовой базы требует полного и бесперебойного круглогодичного обеспечения скота полноценными кормами, планомерного повышения урожайности кормовых культур и продуктивности кормовых угодий, а также удешевления кормов [7].

Рациональное использование естественных кормовых угодий и выращивание кормовых культур на пашне влияют на выбор отраслей животноводства. Например, хозяйства с большими площадями пастбищ и лугов, производящие достаточное количество сена и сенажа, имеют возможность в первую очередь развивать скотоводство. В то же время общая потребность в кормах для уже организованного скотоводства влияет на организацию растениеводства, в частности на состав посевных площадей, севооборот и использование рабочей силы [9].

Таким образом, для увеличения производства продукции животноводства необходимо создание достаточных запасов кормов. Этого можно достичь благодаря высокой интенсивности кормопроизводства. Кормопроизводство связывает в единую систему все отрасли аграрного

сектора. Кроме того, оно обеспечивает эффективное управление сельскохозяйственными землями и рациональное природопользование, поддерживает необходимый баланс отраслей.

Основными направлениями развития кормопроизводства в ближайшем будущем должно стать совершенствование размеров и структуры посевных площадей кормовых культур, повышение их урожайности, значительное расширение площадей использования естественных кормовых угодий, совершенствование структуры кормовых рационов, их сбалансированность по основным питательным веществам.

Библиографический список

1. Аналитическая записка о выполнении Государственной программы «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы за 2022 год [Электронный ресурс]. URL: <https://mshp.gov.by/programms/>.

2. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 01.02.2021 г. № 59// Консультант Плюс.

3. Зеленовский А.А. Организация производства: пособие / А.А. Зеленовский, И.А. Оганезов, И.И. Гургенидзе. Минск: БГАТУ, 2008. 202 с.

4. Зенькова Н.Н. Снова о кормах, качестве и технологиях / Н.Н. Зенькова, Н.П. Разумовский // Белорусское сельское хозяйство. 2017. № 5. С. 44–46.

5. Кормопроизводство: учебник / под ред. А.А. Шелюто [и др.]. Минск: ИВЦ Минфина, 2009. 472 с.

6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/>.

7. Основин С. Динамика развития отрасли кормопроизводства в Беларуси // Аграрная экономика. 2022. № 2. С. 71–84.

8. Радюк В.И. Организация сельскохозяйственного производства. Курс лекций: учебно-методическое пособие. Горки: БГСХА, 2019. 203 с.

9. Шундалов Б.М. Полевое кормопроизводство Беларуси: состояние отрасли, производительность труда, результативность работы // Вестник БГСХА. 2021. № 3. С. 24–29.

**Роль малого и среднего предпринимательства в экономике
Республики Беларусь: текущее состояние, существующие трудности
и пути их решения**

Юрченко С.Д.

Научный руководитель: Дудко Е.Н., канд. экон. наук, доцент

Академия управления при Президенте Республики Беларусь

Сегодня во всем мире признается ведущая роль малого и среднего бизнеса как одной из главных движущих сил развития экономики. Малое и среднее предпринимательство (далее – МСП) создает рабочие места и способствует решению проблемы занятости в стране. Небольшие размеры таких предприятий и их управленческая гибкость позволяют своевременно реагировать на изменяющуюся экономическую конъюнктуру, что благоприятно сказывается на экономике государства. И Беларусь в данном аспекте не является исключением. Согласно ст. 3 Закона Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. «О поддержке малого и среднего предпринимательства» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся [1]: индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь; микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно; малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно; средние организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

Основным показателем развития МСП являются статистические данные. Так, в период с 2010 по 2022 гг. средняя численность работников организаций и численность индивидуальных предпринимателей и привлекаемых ими наемных лиц увеличилась на 2,4% и достигла 34,3%, валовая добавленная стоимость субъектов МСП увеличилась на 7% и достигла 28.8%, импорт товаров увеличился на 9% и достиг 47% [2]. Субъекты малого и среднего бизнеса занимают более четверти ВВП страны (25,7%), а их вклад в республиканский объем выручки составляет 41,7%, достигая 205 млрд рублей по данным на 2022 год. В секторе МСП

трудится почти 1,5 миллиона человек, то есть примерно каждый третий занятый в экономике [3].

На сегодняшний день в Беларуси действует государственная программа «Малое и среднее предпринимательство» на 2021–2025 годы, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29 января 2021 года № 56, которая ставит следующие приоритеты развития предпринимательства:

1. Стимулирование деловой инициативы граждан.
2. Дальнейшие перспективы развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь.
3. Стимулирование субъектов малого и среднего предпринимательства к созданию высокопроизводительных, экспортоориентированных и инновационных организаций [4].

Несмотря на мероприятия, проводимые государством для стимулирования и развития деятельности субъектов МСП, они сталкиваются с различного рода трудностями. Самые основные из них – недостаток финансирования, налоговая система, а также препятствия, связанные с необходимостью выполнения предпринимателями обязательных правил и процедур, предусмотренных подзаконными актами. Все нормативные документы, которые касаются деятельности малого и среднего бизнеса, были разработаны властными структурами, которые принимали непосредственное участие в создании этих организаций. Каждый из них имеет четкую структуру и содержит конкретные требования, но в совокупности они создают проблемы на пути осуществления предпринимательской деятельности. Налогообложение субъектов хозяйствований в Республике Беларусь характеризуется крайне высокой общей налоговой ставкой (51,8% от суммы коммерческой прибыли предприятия), увеличением удельного веса косвенных налогов, что приводит к повышению конечной стоимости товара для потребителя. Финансирование же является весьма проблемной стороной МСП Республики Беларусь, так как получение банковского кредита, прежде всего, затрудняют высокие проценты, требования по поводу залога и гарантий возврата кредита, ограниченность сроков кредитования, длительность процедуры принятия решений, отсутствие отсрочки по процентным платежам, а также обязательное требование наличия положительной кредитной истории, которую вновь создаваемые предприятия не имеют вообще.

Следует отметить, что дальнейшей перспективой развития сферы малого и среднего бизнеса должны стать именно преодоление

существующих на данный момент трудностей. Для решения вышеперечисленных проблем, в Беларуси действует Национальный фонд поддержки предпринимательства в виде специализированной некоммерческой организации. Задачей такой организации является развитие малого предпринимательства в Республике Беларусь. Для успешного развития представители предпринимательского сообщества отмечают необходимость равных условий для государственных и частных предприятий, что возможно только при эффективном государственном управлении своими предприятиями. Также чрезмерное регулирование бизнес-среды было названо одним из факторов, препятствующих экономическому росту как в развивающихся, так и развитых странах. Для решения проблемы налогообложения следует, во-первых, провести мероприятия по смещению акцентов с косвенного на прямое налогообложение, постепенно снижая налоговую нагрузку на субъекты малого и среднего предпринимательства. Во-вторых, целесообразен ввод регрессивных ставок налога на прибыль. Использование данного метода должно стать стимулирующим фактором отражения налоговой базы предприятия в полном объеме. Также целесообразна организация нефинансовой поддержки малого и среднего бизнеса, в частности, создание специализированной структуры по оказанию консультационных, правовых, информационных и иных услуг ведения бизнеса.

Таким образом, малый и средний бизнес в Республике Беларусь представляет собой перспективно развивающийся сектор экономики, постепенно увеличивающий свой вклад в обеспечение общего экономического развития страны, однако не лишенный определенного рода проблем, требующих решения посредством государственного вмешательства.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь.
2. Статистика малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/>.
3. Какой вклад частного сектора в экономику Беларуси? [Электронный ресурс]. URL: <https://ilex.by/kakoj-vklad-chastnogo-sektora-v-ekonomiku-belarusi>.
4. О Государственной программе «Малое и среднее предпринимательство» на 2021–2025 годы.

Секция 2. Проблемы и перспективы развития современного менеджмента и маркетинга

УДК 339.13

Развитие технологий и использование искусственного интеллекта в маркетинге

Анакушин А.О., Большаков И.И.

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В настоящее время маркетинг, будучи динамичной и активной областью, является ключевым фактором успеха в современном бизнесе. Развитие информационных технологий играет важную роль в трансформации и совершенствовании стратегий и подходов в маркетинге. В данной статье будет рассмотрено влияние внедрения технологий искусственного интеллекта на маркетинговую деятельность.

Маркетинг — это управление процессом планирования, разработки, продвижения и реализации товаров и услуг таким образом, чтобы максимально полно удовлетворить потребности клиентов и за счет этого увеличить свою прибыль [5]. Он включает в себя анализ рынка, выбор целевого сегмента, разработку стратегий и тактик по разным инструментам комплекса маркетинга, а также оценку эффективности и анализ результатов. При помощи маркетинга компании могут достигать большего успеха на рынке и успешно повышать свою конкурентоспособность.

Информационные технологии играют важную роль в развитии и совершенствовании маркетинга. Они предоставляют компаниям новые инструменты и возможности для привлечения клиентов, повышения эффективности маркетинговых стратегий и улучшения взаимодействия с потребителями. Информационные технологии позволяют собирать и анализировать большие объемы данных, что помогает предсказывать потребности и предпочтения потребителей, а также прогнозировать результаты маркетинговых кампаний. Использование технологий также способствует автоматизации маркетинговых процессов, что повышает эффективность работы компании.

Одно из важнейших применений искусственного интеллекта (прежде всего, нейронных сетей) в маркетинге — это глубокий анализ данных о клиентах и их поведении, позволяющий создавать персонализированные предложения для каждого потребителя [2]. В отличие от устаревших традиционных методов маркетинга, программное обеспечение, основанное на нейроинтеллекте, способно анализировать огромные объемы данных, выявлять скрытые связи и делать точные индивидуальные прогнозы будущего поведения клиентов.

Искусственный интеллект позволяет индивидуализировать подход к каждому клиенту, учитывать их предпочтения, интересы и поведение. Это помогает создавать контент и рекламные предложения, которые будут максимально персонализированы и соответствовать ожиданиям потребителя. Так, каждый клиент получает уникальный пользовательский опыт, что делает бренд более привлекательным и увеличивает вероятность покупки.

Например, на основании информации о предыдущих покупках, отзывах и активности в социальных сетях, интернет-магазин способен выявить интересы и предпочтения своих пользователей, предугадать их ожидания, а также выявить важные события в их жизни, такие как свадьба, рождение ребенка, поиск новой работы и другие значимые моменты. Это позволяет формировать персональные рекомендации товаров и услуг, которые с высокой долей вероятности будут релевантны именно этому человеку в данный момент времени. Благодаря такой персонализации компании могут значительно повышать лояльность клиентов, увеличивать частоту и средний чек покупок. Кроме того, зная заранее о возможном уходе ценного клиента, компания может предпринять упреждающие меры для его удержания - сделать рассылку, предложить скидку, сформировать УТП (уникальное торговое предложение) [2].

Искусственный интеллект однозначно не сможет полностью заменить специалистов в большинстве вопросов, связанных с маркетинговыми процессами, но нельзя отрицать тот факт, что большую часть работы уже автоматизировали с его помощью. Так, искусственный интеллект может помочь в изучении потребительских предпочтений, поведения покупателей, производстве товаров и оказании услуг. Все эти данные бесценны для маркетологов, поскольку они помогают увеличить продажи и усилить взаимодействие с потребителями.

Например, компания Amazon использует роботов на основе искусственного интеллекта в центрах исполнения заказов. Благодаря алгоритмам глубокого обучения они быстро находят товар на полках и

привозят сотрудникам, которые комплектуют заказ. Робот действует в условиях, которые неудобны для человека, поэтому Amazon увеличивает масштабы складских помещений и ускоряет выполнение заказов, увеличивая прибыль. На данный момент времени Amazon использует порядка сотни тысяч роботов [4].

При использовании и внедрении искусственного интеллекта в маркетинговые процессы могут возникнуть определенные риски, как технические, так и этические. Ниже перечислены некоторые из основных рисков: нарушение конфиденциальности данных, системные ошибки и предвзятость, рост безработицы, этические вопросы, высокая зависимость от технологии [1]. Именно поэтому нужно осторожно относиться к внедрению искусственного интеллекта в современную жизнь, так как эти риски могут повлечь за собой глобальные проблемы.

Компания Forbes опубликовала следующую статистику относительно преимуществ использования искусственного интеллекта в маркетинге (см. рис. 1).

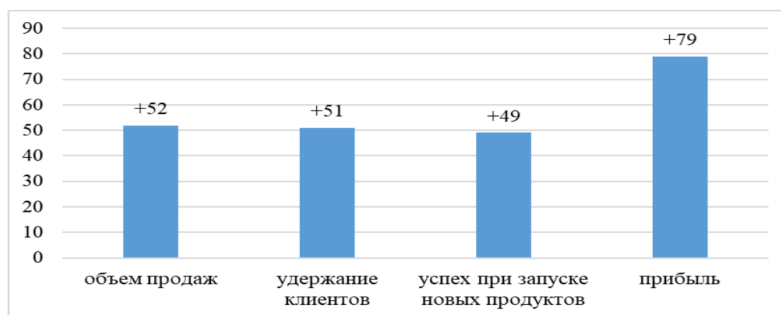


Рисунок 1. Преимущества использования ИИ в маркетинге, % [6]

Результаты исследований, проведенных компанией Forbes, показали:

- объем продаж увеличился на 52%;
- показатель удержания клиентов вырос на 51%;
- успех при запуске новых продуктов увеличился на 49%;
- прибыль выросла на 79%.

Таким образом можно сделать вывод, что искусственный интеллект стал неотъемлемой частью современного маркетинга, позволяя компаниям лучше понимать своих клиентов и повышать эффективность своих маркетинговых кампаний. Однако необходимо помнить о возможных рисках и проблемах, связанных с использованием технологий ИИ, и стремиться минимизировать их.

Библиографический список

1. Будущее маркетинга: как искусственный интеллект и автоматизация меняют игру. URL: <https://vigodno.org/info/articles/iskusstvennyy-intellekt/budushchee-marketinga/>.

2. ИИ в маркетинге - реалии и возможности. URL: <https://mashagpt.ru/blog/ob-ispolzovanii-iskusstvennogo-intellekta-v-marketinge>.

3. Искусственный интеллект в цифровом маркетинге — современная реальность. URL: <https://companies.rbc.ru/news/NCT9KjhrB9/iskusstvennyj-intellekt-v-tsifrovom-marketinge---sovremennaya-realnost/>.

4. Мэпп Бернارد. Искусственный интеллект на практике. 50 кейсов успешных компаний / Бернارد Мэпп, Мэтт Уорд ; пер. с англ. Е. Петровой. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2020. 210 с.

5. Просто о сложном: что такое маркетинг, какие у него задачи и как узнать о нём больше. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/prosto-o-slozhnom-cto-takoe-marketing-kakie-u-nego-zadachi-i-kak-uznat-o-nyem-bolshe/>.

6. Хачатурян К.С. Искусственный интеллект в маркетинге как новая концепция и бизнес-возможность для повышения эффективности компаний // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 3.

УДК 339.5

How international companies adopted production for different regions

Arefyeva A.S., Ertman D.V.

Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, Ass. Professor

Belarusian National Technical University

Nowadays when globalization is growing, international companies are faced with the challenges of adopting their productions, to meet the unique requirements of different regions. These changes can be important not only for meeting preferences of customers but also for overcoming cultural and economic difficulties.

Globalization has brought economies and markets together, and as a result created not only possibilities but also difficulties for international companies. So one of the important facets is the adjustment of production to address the specific needs and features of different countries.

Culture plays an essential role in consumer behavior and preferences. International companies should discover different cultural environments, including factors such as language, traditions, and social norms. The adaptation of production processes to align with local cultures is important for creating acceptance and attractive brand image.

Different regions often have distinct regulatory frameworks governing production processes, environmental standards, and safety protocols. Companies need time and resources to understand and follow these regulations to provide smooth operations and avoid legal complications.

Efficient management of the supply chain is an integral part to successful international production strategies. Adapting supply chains to the local environment involves creating connections with local suppliers, optimizing transportation routes, and minimizing delivery times.

Deep market research and understanding consumer behaviors are important for adaptation products to specific regions. International companies employ high-qualified analytics and market research methodologies [1; 2] to gather information about local preferences, giving them the opportunity to customize products and services accordingly.

For example, McDonald's has great ability to adapt its menu, marketing, and generally brand image to meet local needs and preferences. There are some examples of McDonald's strategies in different countries. In India a lot of people follow vegetarianism, so McDonald's suggested a menu with vegetarian positions like burgers with a potato and pea patty and with a mix of vegetables. Also respecting the cultural values of India, the company does not serve beef or pork products, instead offering chicken, fish, and vegetarian options. In China McDonald's is inspired by traditional Chinese cuisine and offered dishes with lots of spices. In order to meet the tastes of Brazilian customers, McDonald's offers dishes with fresh ingredients and vibrant flavors [5]. Also, the company adapts its marketing cooperating with local football teams and sponsoring community events, leveraging Brazil's passion for football to connect with customers. In Australia McDonald's embraced people's passion for coffee. so it offers an extensive range of coffee beverages, along with pastries and desserts. In the United Arab Emirates during the holy month of Ramadan, McDonald's modifies its operating hours and offers special meal deals tailored to the customs and traditions of Ramadan.

Despite the consistency of the Coca-Cola formula worldwide, the sweetness level can still vary [4]. High-fructose corn syrup is the primary sweetener in some countries, including the United States, while in others, such as Mexico, it is the secondary sweetener.

Another interesting example is Automaker Tesla [7]. To follow different countries' safety and emission standards, the company adapts its electric vehicles. This not only ensures legal compliance but also aligns with their commitment to sustainability and innovation.

The Japanese automaker Toyota has a global production network with plants in different regions, allowing it to produce vehicles tailored to local requirements [8]. Toyota's manufacturing facilities in the US, for example, focus on producing larger vehicles like trucks and SUVs (sport utility vehicle), which are popular in the American market, but in European countries smaller cars are popular due to limited parking space and fuel efficiency.

Sporting manufacturers, such as Nike and Adidas, retain a global standardization across global markets with strict branding. Marketing and product themes remaining the same throughout. However, the sports and teams they sponsor and supply locally in each region are culturally considered to match the brand's values and the product's sales potential.

Apple provides a range of products with features tailored to the specific regions. One of the examples is iPhone SE 2020, which is optimized for Indian market, where consumers need the support for two SIM cards and regional cellular bands [3].

Apple tries to build its marketing campaigns in view of cultural characteristics and local references to make a deeper connection with consumers. One of the examples is the campaign "Shot on iPhone", where people all over the world can send their best photos, thus not only featuring the diversity of visual storytelling but also showing that Apple's technologies can be implemented everywhere [6].

Moreover, Apple offers customer support in various languages and provides region-specific resources, including online FAQs and tutorials. Additionally, the company collaborates with local businesses to deliver customized support services.

In conclusion, the strategies employed by international companies in adapting production for different regions are diverse and multifaceted. Through cultural understanding, regulatory compliance, supply chain localization, market research, and technological integration, these companies navigate the complexities of the global marketplace [6]. As we engage in discussions and presentations today, let us delve deeper into these strategies and draw inspiration from real-world examples that showcase the dynamic nature of international production adaptation.

References

1. Koshel A. Yu., Sorokina A.I. Marketing in the Digital Age // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной научно-практической конференции. Курск: Курский гос. ун-т, 2022. С. 515–518.
2. Ostrovskaya D.S., Sorokina A.I. Social Networks as a Primary Channel of Communication with a Potential Consumer // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной научно-практической конференции. Курск: Курский гос. ун-т, 2022. С. 532–536.
3. Apple's Global Strategy: Simplicity, Innovation, and Adaptability [Electronic resource]. URL: <https://www.accelingo.com/apples-global-strategy/>.
4. Coca-Cola. URL: <https://www.coca-cola.by/brands/coca-cola>.
5. McDonald's: Mastering Global Strategy for International Success [Electronic resource]. URL: McDonald's: Mastering Global Strategy for International Success – Accelingo.
6. Product adaptation in foreign markets (with examples). URL: <https://ux247.com/product-adaptation-in-foreign-markets-with-examples//>.
7. Tesla's Organizational Culture & Its Characteristics [Electronic resource]. URL: Tesla's Organizational Culture & Its Characteristics - Panmore Institute.
8. Toyota: Explore All Vehicles. URL: <https://www.toyota.com/>.

УДК 339.13

Маркетинг как эффективный инструмент развития агротуризма

Бараева А.А., Мамонов А.Н.

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В существующих реалиях, сельский туризм стремительно набирает популярность, тем самым занимая прочные позиции на рынке туристических услуг.

Сегодня туризм можно назвать одним из первых элементов индустрии развлечений и привлекающим многих видом активного отдыха. При этом ключевое, что развивает туризм, – это красивые природные местности,

уникальные памятники истории, культуры и архитектуры, необычные места, национальная кухня, одежда и многое другое.

На протяжении последних шестидесяти лет туризм претерпел множество изменений, стал непрерывно развивающейся отраслью и по настоящее время, и благодаря этому занимает значительную часть экономики в мире. Следует отметить, казалось бы, нехарактерную тенденцию у современных жителей крупных городов: на данный момент люди стремятся провести отдых на природе, посетить заповедники, национальные парки и даже сельские местности.

В связи с этим, люди все больше и больше ищут возможности для полноценного отдыха, контакта с природой, тишины и спокойствия. Они стремятся отвлечься от непрерывного потока различной информации и вернуться к ручной работе. Именно поэтому и появился агротуризм как ответ на запросы людей, идеальное решение для тех, кто ищет уникальный опыт и возможность окунуться в мир сельской жизни. Теперь каждый может познакомиться с аутентичной культурой и традициями местного населения, почувствовать себя одной командой с природой и открыть новые грани рукоделия, занимаясь ручной работой. Вместо суеты и стресса, агротуризм предлагает возможность насладиться медленным ритмом жизни, насытиться свежим воздухом, полезной физической активностью и гармонией, которых так не хватает в городских буднях.

За время развития агротуризма сложилось несколько моделей, и их принято классификация приведена ниже (табл. 1).

Таблица 1. Классификация моделей агротуризма [3]

Название модели	Условия проживания	Основные услуги
Британская	Совместное проживание владельцев фермы и туристов	Конные и пешие прогулки, рыбалка
Немецкая	Совместное проживание владельцев фермы и туристов	Участие в повседневной жизни фермеров, работа в поле, а также участие во всевозможных народных фестивалях
Французская	Проживание в отдельном домике	Виноделие, кулинария, сыроделие
Итальянская	От роскошного виллы до простого домика	Сбор оливок, виноделие, кулинария, сыроделие, а также развлекательные программы, занятие спортом, посещение исторических мест.

Согласно статистическим данным в текущий момент времени более 50% европейцев выбирают отдых в сельской местности: в Австрии агротуристы составили 16% от общего числа сельских туристов в Европейском Союзе, Италии – 13%, Франции – 15%, и Испании – 8% [3]. В таких странах Европы, как Италия, Испания, Франция, Греция агротуризм значительно развит, и эти страны являются основными законодателями моды в сегменте мирового агротуризма.

Несмотря на хорошие перспективы, услуги агротуризма в России только набирают обороты и еще не столь популярны на данный момент. И здесь возникает необходимость в продвижении и распространении данного вида туризма.

Агротуризм представляет из себя необычное сочетание материального продукта и нематериальной услуги, отличительными особенностями которого можно назвать неосязаемость и невозможность хранения. Более того, агротуризм зависит от сезона и может привести к несовпадению во времени факта продажи туристической услуги и ее потребления. Отсюда становится важным формировать спрос на агротуристические услуги, и это происходит под воздействием следующих факторов:

1. Психологического (интересное времяпровождение далеко от городской суеты, присоединение к здоровому образу жизни, поддержка экологии).

2. Экономического (агротур получается гораздо выгоднее, чем туры в привычных гостиничных условиях).

Ключевым вопросом в агротуризме является привлечение туристов. Для этого необходимо организовать эффективный менеджмент и маркетинг. При создании агротуристического предприятия, вначале нужно написать бизнес-план, первым блоком которого выступает маркетинговое исследование. Также следует начать с изучения и поиска достопримечательностей своего района, и сразу же найти возможных партнеров по бизнесу.

Как и было сказано выше, успех в продвижении агроуслуг на туристическом рынке основан на эффективном комплексе маркетинговых исследований.

Если смотреть на ситуацию в целом, то следует сказать, что продвижение туристических услуг имеет значительные отличия от продвижения товара. Это связано с неосязаемым характером услуги. Следовательно, разработка маркетинговой стратегии для туруслуг значительно сложнее, по сравнению с физическими товарами: ведь

оценить качество услуги можно лишь после покупки, либо на этапе ее потребления, хотя в то же время товар можно оценить и до покупки.

Продвижение в сфере услуг включает в себя элементы продвижения и комплекс маркетинга-mix («7Р»), представляющие из себя маркетинговые коммуникации, которые дают клиенту информацию для принятия окончательного решения.

И здесь следует отметить, что существует ряд факторов, которые препятствуют развитию маркетинга агротуризма в России:

- низкий уровень коммуникационного взаимодействия российских и зарубежных туроператоров в представлении агротуристских услуг на российском рынке;

- слабая конкурентоспособность российских агротуристских услуг на международном рынке по следующим критериям: соответствие цены и качества, что, конечно же, ограничивает целевой рынок туристских предприятий рамками внутреннего туристского рынка [1].

Что же все-таки может помочь созданию успешного агротуризма? Во-первых, нужно найти «уникальное торговое предложение», благодаря которому у потребителей возрастет интерес на предоставляемую услугу. В условиях агротуризма таким может стать, например, место с изобилием рыбы, место невероятной природной красоты, старинные усадьбы, напоминающие жизнь прошлых столетий, или деревеньки, где пекут в печи хлеб, и многое другое. Во-вторых, следует позаботиться о жилищных условиях. То место, где будут проживать туристы, необходимо привести в порядок, чтобы люди не испытали дискомфорт во время отдыха. При этом антураж и атмосфера места прибытия агротуристов должны соответствовать тому, что заявлено изначально. И здесь можно отметить следующее: жители деревень, фермы не перестают вести свое хозяйство, и, если, создатель агротура решит разместиться рядом с ними, это может послужить к взаимовыгодному сотрудничеству. Например, жители могут поставлять молоко, свежие яйца, дать возможность позаботиться о домашнем скоте и многое другое. Данное взаимодействие может стать экономически выгодным для обеих сторон. В-третьих, необходимо следить за тенденциями и предлагать услуги в зависимости от ее востребованности и новизны, сезонности и уникальности [2].

В заключении важно сказать, что маркетинг агротуризма на сегодняшний момент мало изучен как с теоретической, так и с практической стороны. Но при этом каждое решение в области агротуризма должно основываться на результатах рыночного анализа и опросов потребителей, маркетинговой стратегии и конкретных

разработках по маркетинговым инструментам. Поэтому конкретные проблемы маркетинга в сфере агротуризма и пути их решения будут рассмотрены в дальнейших исследованиях.

Библиографический список

1. Андреева Н.П. Сельский туризм - перспективное направление в развитии поселений: [метод. реком.] / Н.П. Андреева; м-во сел. хоз-ва РФ. М.: ФГБНУ "Росинформагротех", 2019. 105 с.

2. Камилов М. Сельский туризм как фактор устойчивого развития территорий / М. Камилов, П. Камилова, З. Камилова // Экономика сельского хозяйства России. 2021. № 12. С. 85-89.

3. Чаплыгина О.Г. Подходы к рекреационно-географическому изучению территории // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2015. Т. 1. № 1. С. 291-294.

УДК 339.138

Продвижение организаций агротуризма в социальных сетях

Белова А.Д., Забелина А.С.

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В последние годы среди россиян все большую популярность набирает агротуризм. Агротуризм (также называют сельский туризм, зеленый туризм, деревенский туризм) – это сектор туристической отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта [2].

На данный момент, по мнению автора статьи, самым эффективным способом привлечения туристов к агротуристическим объектам является продвижение путем использования социальных сетей.

Социальные сети - это ресурсы, которые обеспечивают контакт (взаимоотношения) между людьми, а также организациями в интернете.

Рассмотрим на конкретном примере, как продвижение в социальных сетях позволяет расширить аудиторию, привлечь больше посетителей. В качестве примера возьмем «Усадьба Добрынино», находящуюся в Некрасовском районе Ярославской области. Усадьба представляет собой

эко-отель в лесу, где можно отдохнуть, отметить праздники или просто поработать в уютной атмосфере. Также проводятся экскурсии на козью ферму и есть производство полезных натуральных продуктов.

Социальные платформы, такие как Вконтакте, YouTube, позволяют агротуристическим фермам и усадьбам продвигать свои услуги, привлекать внимание путешественников и делиться с ними информацией о своем продукте и услугах. У «Усадьбы Добрынино», есть группа в сети Вконтакте, которая активно развивается и постоянно пополняется новой информацией.

Для эффективного продвижения группы агротуризма в социальных сетях нужно придерживаться следующих правил:

В первую очередь, нужно провести анализ конкурентов. Это поможет избежать чужих ошибок, не копировать неудавшиеся приемы компаний в вашей нише, найти новые идеи и приемы для работы с контентом и аудиторией. Также необходимо определить возраст целевой аудитории. Например, это могут быть люди, интересующиеся экологией, сельским хозяйством, естественными продуктами, отдыхом на природе и т.д. Понимание своей аудитории поможет создавать контент, который будет интересен именно им.

Вторым необходимым шагом для продвижения через социальные сети является создание профиля, который будет отражать деятельность организации, определиться с подходящими дизайном, цветами и стилем. Так, у эко-отеля уже есть оформленная группа Вконтакте. Для ее оформления были использованы темно-зеленые цвета и лаконичные иконки с изображениями бежевого цвета. Этот выбор цветов и тематики можно объяснить тем, что зеленый цвет символизирует природу, экологию, рост и процветание. Он ассоциируется со здоровьем, уютом и естественностью - все это тесно связано с агротуризмом и конкретно с эко-отелем. Использование зеленых оттенков в оформлении группы создает атмосферу природы, мира и гармонии, что отлично сочетается с концепцией агротуризма. Что касается лаконичных иконок, то они изображены в виде домиков, животных, ключей для брони дома и других символов, относящихся к агротуризму, которые помогут быстро и понятно передать тематику группы. Иконки легко узнаваемы, привлекают внимание и помогают создать единую стилистику в оформлении страницы агротуризма.

Третьим пунктом является заполнение профиля уникальным контентом, т.е. нужно разработать профиль который будет отражать особенности агротуристического предложения. В группе усадьбы

размещены качественные фотографии и видео с фермы, демонстрирующие уникальность и красоту места, а также есть видео-тур по одному из домиков. Публикации с фотографиями номеров, ландшафта и других интересных мест вокруг усадьбы позволяют потенциальным гостям увидеть, что их ожидает, и привлечь внимание к усадьбе. Кроме того, в группе выставлены посты с описанием экскурсий, мероприятий, развлекательных программ, которые предлагает агротуристическая усадьба - это поможет посетителям понять, что их ждет на месте и чем можно заняться. Поскольку на агроусадьбе содержатся животные (козы), то стоит делиться фотографиями и видео с ними. Это создаст дополнительный комфортный и домашний уют в атмосфере усадьбы.

Однако следует помнить при продвижении, что:

- посты должны вызывать у человека определенную реакцию: поставить лайк, сделать репост или оставить комментарий;
- с аудиторией нужно разговаривать: в комментариях, личных сообщениях, в специальных разделах соцсети [1].

Не стоит забывать и про хештеги. Хештег – это ключевое слово или несколько слов сообщения, тег (пометка). Хештег используется в микроблогах и социальных сетях, облегчает поиск сообщений по теме или содержанию [3].

Использование хештегов при публикации позволяет группировать контент по теме и облегчает поиск нужной информации. В связи с этим, в постах группы указываются подходящие хештеги (#усадьба_добрынино #эко_отель #ферма #козы #акции). Наличие меток позволяет пользователям быстро находить интересующий контент без необходимости вводить запросы вручную, что положительно влияет на активность и продолжительность пребывания на аккаунте.

Следующим этапом является взаимодействие с целевой аудиторией, с которой важно наладить доверительные отношения.

Рассмотрим основные способы построения взаимоотношений с аудиториями:

1. Ответная реакция. Важно отвечать на комментарии и сообщения от подписчиков, поддерживать диалог, отвечать на вопросы и предоставлять дополнительную информацию. Например, в группе агротуризма есть публикации, в которых выражается благодарность посетителям за отзывы и их высокую оценку.

2. Конкурсы/розыгрыши. По мнению автора статьи, для привлечения аудитории можно провести розыгрыш с выбором победителей, которые

получат сертификат на проживание в «Усадьбе Доронино», бесплатную экскурсию на ферму и продукцию собственного производства.

3. Эфиры. Рекомендуется проведение эфиров в социальных сетях с различными экскурсиями по фермам онлайн, фестивалями. Через Вконтакте можно показать потенциальным туристам уникальность и преимущества усадьбы, поделиться впечатлениями других посетителей, провести онлайн-тур по территории.

Конечно, как и любому потенциальному клиенту, людям нужны социальные доказательства, прежде всего, отзывы других пользователей. Поэтому, сотрудничество с блогерами может быть отличной стратегией для привлечения внимания к эко-отелю и создания социальных доказательств в виде отзывов и рекомендаций. Допустим, у эко-отеля есть возможность пригласить блогеров на уникальные мероприятия или мастер-классы, которые проводятся в эко-отеле. Это может быть кулинарный мастер-класс, экскурсия на ферму и т.д. Блогеры могут оставить отзывы и поделиться впечатлениями с подписчиками, что даст новый толчок к продвижению организации агротуризма.

В заключение можно сказать, что продвижение в социальных сетях имеет огромное значение для успеха конкретной организации агротуризма, например, «Усадьбы Добрынино». Правильно выстроенная стратегия, направленная на взаимодействие с целевой аудиторией, создание интересного контента, активное участие в различных платформах, взаимодействие с подписчиками, организация акций и конкурсов, сотрудничество с инфлюенсерами, использование рекламы, отзывы и рекомендации - все это в совокупности поможет привлечь внимание населения, укрепить имидж и привлечь посетителей на агротуристическую эко-усадьбу.

Библиографический список

1. SMM handbook [Электронный ресурс]. URL: https://charitymay.com/media/Kryilov_V_Smm_Handbook.a6.pdf.

2. Усманова А.И., Неучева М.Ю. Развитие и проблемы агротуризма в России // Электронный научный журнал «Дневник науки». 2021. № 1. [Электронный ресурс]. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44725995_82357003.pdf.

3. Язык хештегов в русском интернет-дискурсе: функционально - семантический аспект [Электронный ресурс]. URL: https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/30337/1/Cza_czyci_VKR.pdf.

Анализ сущности инвестиционного и инновационного проектов

Белохвостова В.А.

*Научный руководитель: Жудро Н.В., канд. экон. наук, доцент
Белорусский национальный технический университет*

Проект – это ограниченный во времени, ресурсах и требованиях процесс, направленный на достижение поставленной цели.

Проекты могут быть направлены как на каждого человека индивидуально, так и ориентироваться на большую группу людей [1]. Далее представлена иерархия проектов:

- Индивидуальные проекты направлены на отдельного человека с уникальными услугами для каждого, а не на группу людей.
- Проекты намерений ориентированы на достижение целей технического характера в рамках системы ограничений по затратам, срокам и техническим спецификациям.
- Проекты действий связаны с приобретением средств, необходимых для управления действиями или процессами взаимодействия. Их также называют “бесконечными”, потому что они имеют длительные жизненные циклы.
- Организационные проекты предназначены для предприятий или учреждений и направлены на то, чтобы синхронизировать стратегию с культурой и философией предприятия.
- Социальные проекты регулируются эталонными ценностями: городские проекты, образовательные проекты, политические проекты и т. д.

Все проекты опираются на три важных аспекта, которые в какой-то степени, можно назвать ограничивающими факторами:

- Проект должен быть эффективным. Каждый проект начинается для того, чтобы его результаты можно было использовать в дальнейшем. Если это разработка продукта, то важно, чтобы он соответствовал запросам рынка и соответствовал заранее установленным техническим стандартам, такими как ремонтпригодность, осуществимость и т.д.
- Проект должен быть органичен во времени и осуществляющие его люди должны придерживаться временных рамок, которые для этого проекта установлены. От этих временных рамок идет расчет времени для каждой работы и эффективности работы сотрудников.

- Заранее определенные показатели затрат должны быть соблюдены, если проект выходит за свой резерв затрат, то он является убыточным [2].

Инновации – это результат исследований или модернизации какого-либо процесса, продукта, который в итоге ведет к более эффективному использованию ресурсов. Инновации могут быть базисными и псевдо-инновациями. Процесс создания, разработки и внедрения новшеств в какую-либо деятельность, технологии или продукты называется инновационным проектом [3].

Наиболее важные критерии инновационного проекта следующие:

- Проект должен иметь своей целью разработку или внедрения какого-либо новшества в продукт, процесс или услугу.

- Проект применяет инновационные методики и подходы для совершенствования процесса.

- Проект применяет новые методики взаимодействия с персоналом, организации труда, повышения мотивации и работоспособности сотрудников (управленческая инновация).

- Направлена на индивидуальное использование каждым человеком в повседневной жизни (пользовательская инновация).

Прежде всего проект может быть традиционным, инновационным и инвестиционным [4]. Инновационные проекты включают в себя как технологические, так и исследовательские развитие нового продукта.

Традиционные проекты обычно включают в себя строительные работы, эксплуатацию и работы с инфраструктурой. Инновационные же проекты обязательно включают в себя совершенствование чего-либо.

В некоторых литературных источниках указывается, что под инновацией понимается качество разработки нового продукта. Поэтому проекты по разработке новых продуктов также можно считать инновационными [5].

Одной из самых широких сфер инновационного проекта являются технологические. В эру технологий человечество постоянно должно генерировать новые для решения поступающих задач, облегчения труда и повышения эффективности. Сейчас аэрокосмическая, медицинская и оборонные отрасли проводят наибольшее количество научно-исследовательских процедур [3].

Основой всех инноваций являются исследования, поэтому исследовательские проекты имеют не менее важную роль в науке. Под исследовательскими проектами обычно подразумевают различные исследовательские мероприятия, полевые и кабинетные исследования,

составление опросов, статистик и поиск способов оптимального применения полученной информации.

Инвестиционная деятельность предполагает следование за движением социально-экономического развития, которое обычно представлены в качестве программ или проектов. Программа считается более широкой, чем проект, она даже может включать в себя несколько поэтапных проектов. Программа требует предварительной детализации.

Инвестиционный проект можно охарактеризовать следующим образом: набор действий, который учитывает отраслевые, региональные, политические и экономические факторы для планирования наиболее выгодных вложений ресурсов, направленных на развитие.

Инвестиционный проект должен осуществляться при помощи определенных действий, методов и средств различных категорий и иметь четкую управленческую структуру [6].

Любая проектная деятельность осуществляется в установленном порядке и требует четкости, плана для наиболее эффективного использования вкладываемых ресурсов и получения максимальной выгоды. Цель проекта должна быть четкой и достигаемой, а для инвестиционного проекта необходима четкая количественная цель.

Инвестиционный проект подразумевает собой трату определенной суммы денег в какой-либо объект или процесс для получения дальнейшей выгоды.

Все инвестиционные проекты ограничены во времени и в затратах.

Для менеджеров и участников проекта важной задачей является постоянное отслеживание и удерживание установленных временных рамок с учетом используемых ресурсов. Но для этого им нужны адекватные инструменты и методы, как для правильного определения временных и ресурсных параметров, так и для последующего мониторинга и контроля на месте.

Планирование инвестиционного проекта, очевидно, во многом зависит от имеющегося капитала. Все этапы проекта взаимосвязаны и представляют собой сложную структуру мероприятий. Далее представлены возможные обстоятельства, влияющие на проект:

- Временные рамки должны быть соблюдены, невыполнение работ, особенно критических, может значительно увеличить срок длительности проекта и предполагаемые затраты.

- Все работы должны иметь четкие начало и конец, чтобы понимать, когда целесообразно начинать последующие работы.

- Во время реализации проекта должно соблюдаться и нормироваться количество потребляемых доступных ресурсов.

- Все работы должны быть связаны между собой по цепной или параллельной связи для четкого различения задач.

Виды работ во время проведения проекта подразделяются на три:

- Работы с потреблением и ресурсов, и времени.
- Работы, требующие ожидания (например, затвердевание бетона).
- Фиктивные работы – не требующие времени или ресурсов. Являются больше формальностью для более понятного перехода между другими работами [7].

Для успеха инвестиционного проекта требуется установить цели, концепцию и проблемы, с которыми есть вероятность столкнуться.

Необходимо четко распределить позиции и обязанности сторон-участников, разработать стратегию и определить цели.

Важно четкое понимание о средствах и этапах, которые потребуются для удачной реализации проекта, учитывать необходимость качественной и количественной оценки.

Требуется установить правила и требования для сотрудничающих лиц во избежание возможных претензий и конфликтов на почве недопонимания.

Также важными факторами являются:

- Доступ и предоставление достоверной информации с учетом заранее установленных требований, ограничений и правил.

- Информация должна быть актуальной и своевременной.

- Проведение реалистичной оценки ресурсов проекта.

- Инвестор должен быть представлен до старта проекта.

Любой проект, следовательно, инвестиционный тоже, содержит определенное количество важных этапов:

- Разработка концепции.

- Реализация концепции.

- Имплементация.

- Анализ пройденного этапа.

- Принятие решения.

Это разделение этапа на подэтапы позволяет проводить регулярный своевременный анализ деятельности и устранять ошибки.

Основные крупные этапы инвестиционного проекта часто можно представить следующим образом:

1 этап. Изначально проявляется проектная инициатива и выводится предложение. На этом этапе лица, принимающие решение, должны грамотно взвесить свои возможности и имеющиеся ресурсы для получения максимальной выгоды.

2 этап. Требуется провести анализ результатов предшествующих этапов и принять взвешенное решение о продолжении проекта и внесении исправлений. Итогом данного этапа является четкое формирование целей, темы и ресурсов проекта.

3 этап. Провести предварительное исследование перед стартом проекта для определения потенциала, установление наиболее подходящих отраслей и сфер, к которым можно будет обратиться в будущем. Определение точных результатов, которые необходимо получить в течение реализации каждого этапа, обдумать варианты решений в случае форс-мажорных ситуаций. Оценить возможность реализации с экономической, политической и социальной точек зрения. Также важно провести анализ среды, конкурентов, конъюнктуры рынка, актуальности проекта на данном рынке.

4 этап. Проводится разработка подробного плана с учетом сметы, баланса и предполагаемых затрат, и прибыли. Детализирование всех этапов плана и написание рекомендаций, установление взаимосвязей между всеми элементами проекта.

5 этап. Необходимо создать документацию и централизовать результаты предыдущих этапов.

6 этап. Реализация проекта, которая является фактическим применением всех ранее пройденных этапов, созданных планов и документации.

Инновационный и инвестиционный проекты очень сильно связаны и достаточно похожи, однако имеют также и некоторые отличия. Инновации являются новым объектом, продукцией, услугой, которая в последствии реализуется на рынке. Инвестиции же представляют собой вкладываемые денежные ресурсы, не обязательно в разработку чего-то нового, с целью получения дохода или прибыли. Инвестиции являются неотъемлемой частью инновационного проекта, однако инвестиционный проект не всегда подразумевает под собой инновационный [8].

Основополагающими отличиями проектов являются их цели. Основной целью инвестиций является получение прибыли от вложенных средств, независимо от способа, в то время как главной целью инноваций является улучшение объекта инвестирования. Важно заметить, что

инвестиционная деятельность является неотъемлемой частью инновационной.

Опираясь на вышеуказанные этапы и отличия для менеджеров проекта, можно сделать следующие выводы, касательно инвестиционных и инновационных проектов:

- инновационный проект нацелен на создании новшеств и модернизации для дальнейшего полезного эффекта, когда инвестиционный ориентирован на получаемую выгоду;

- инновационный проект, в большинстве случаев, требует меньше подготовки каких-либо технических аспектов. Для него важен капитал. Когда как инновационный проект требует фундаментальной подготовки и соответствующего оснащения;

- инновационные проекты требуют больших научных и исследовательских работ, когда как инвестиционный проект того не требует.

Библиографический список

1. Байтасов Р.Р. Инвестиционное проектирование. 2012. 43 с.
2. Филоsofoва Т.Г. Конкуренция и инновации // Лизинг. Технический бизнес. 2013. 79 с.
3. Инновации и инвестиции: сущность, взаимодействие и роль в воспроизводственном процессе [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-i-investitsii-suschnost-vzaimodeystvie-i-rol-v-vosproizvodstvennom-protseste/viewer>.
4. Быков В.А., Филоsofoва Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. М.: ЮНИТИ, 2015. 296 с.
5. Инновации: понятие, классификация и международные стандарты [Электронный ресурс]. URL: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsiya>.
6. Райская М.В. Теория инноваций и инновационных процессов. 2015. 346 с.
7. Кабст Р., Тост В., Родриго И. Временное руководство. 2020.
8. Принципы инвестиционной политики и институты поддержки инвестиций [Электронный ресурс]. URL: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/investicii>.

УДК 331.7

Современное понятие и стандарты проектной команды

Белохвостова В.А.

After examining numerous explanations and scientific researches of Drucker and Meskon, it can be inferred that a team embodies a structured assembly wherein members engage extensively to pursue a shared objective. It's important to highlight that team members ideally share common goals, tasks, and a coherent mindset [1]. Individuals who are incompatible with each other are unlikely to coalesce into a cohesive team.

They should have similar, if not identical interests, thought processes, attitudes, perceptions, and sympathies. Team members should complement each other. All team members should help each other and work in unison. Personal interests should take a back seat, and all of them should best match their level in order to achieve the team's goal. Team members should not argue with each other or underestimate the other member [2].

During its period of operation, the team necessarily goes through the following stages of development:

1. The Working Group. Here, the communication of its members is carried out mainly for the exchange of information and experience. Also, each member of the group is personally responsible for the results of the entire group.

2. Pseudo command. People who are part of this type of team can increase the effectiveness of group activities, but they do not do anything.

3. A potential team. The participants understand the importance of a single goal, coordinated actions aimed at achieving it. And, most importantly, they are trying to come up with techniques that will be effective in their application, as well as methods of interacting with each other.

4. A real team. At this stage, team members have skills and abilities that complement others. Common tasks and goals are already being formed and exist here [3].

Characteristics of A Well-Functioning, Effective Team:

- Relaxed, comfortable, informal atmosphere
- The task is well understood and accepted
- Participants listen well and participate
- People express feelings and ideas
- Conflicts and disagreements are centered around ideas or methods
- group that is aware of its work and functions
- Consensus - based decision - making
- Clear completed and accepted tasks

In modern science, there are a number of approaches to project management. These approaches are systemic, project-based, process-based and scenario-based. All these approaches occupy their niche in the general management model and methodology [4].

The team is part of the system and works together on projects. However, the assembled team is not the only key to the success of the project. There are certain standards that need to be followed. For example, standards (PMI).

For the successful creation and then functioning of the team, both in domestic and foreign practice, the following principles of its development are used:

1. Complementarity (the task assigned to the team requires special abilities and usually all the necessary skills are never present in the same person).

2. Compatibility.

3. Diversity (the team must include people of different ages, with different experiences, having any personal goals, values, and worldview. These differences make it possible to assess the situation more objectively and find many different ways out of this problem).

4. Openness of information (in order to make objectively informed decisions, team members must have access to the necessary information).

5. The principle of continuous growth of the team (development occurs in the same way as in a living organism). Managers and management need to closely monitor the professionalism and, if possible, the career growth of team members.

6. Flexibility (adaptability to changes in the environment and the ability to respond to them as soon as possible).

In conclusion, we can say that when choosing people for a certain type of work, it is necessary to carefully consider all possible consequences and adaptation processes in the team. Creating a team requires a lot of attention and careful study of the specifics of the work and abilities and personality.

Библиографический список

1. Drucker P.F. The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done. 2013. 107 с.

2. Содержание понятия «Команда» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-ponyatiya-komanda>.

3. Основные тенденции развития командного менеджмента на рынке управленческого консалтинга [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tendentsii-razvitiya-komandnogo-menedzhmenta-na-rynke-upravlencheskogo-konsaltinga>.

Проблемы социального управления производством

Бычевская С.В.

*Научный руководитель: Шалдаева Л.И., старший преподаватель
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Управление имеет место во всех системах материального мира: технических, биологических и социальных. Наиболее распространенным является определение управления в качестве целенаправленного воздействия субъекта управления на объект с целью перевода его в качественно новое состояние.

Под социальным управлением принято понимать основанное на достоверном знании систематическое воздействие субъекта управления (управляющей подсистемы) на объект управления (управляемую подсистему), в качестве которого могут выступать общество в целом или его отдельные сферы. Общими чертами социального управления являются:

- существует там, где имеет место совместная деятельность людей и их общностей;
- обеспечивает упорядоченное воздействие на участников совместной деятельности;
- направлено на достижение определенной управленческой цели;
- характеризуется наличием субъекта и объекта управления;
- субъект управления наделяется определенным властным ресурсом;
- объект управления является подвластным субъектом, сознательно-волевое поведение которого должно изменяться в соответствии с указаниями субъекта;
- реализуется в рамках определенного механизма, рассматривают проблему или ситуацию, которая прямо или косвенно затрагивает отдельных людей или общество в целом.

Рассмотрим подробнее социальные проблемы в сфере управления. Под социальными проблемами в сфере управления понимают социальные проблемы, которые касаются управленческого персонала, причастного к управлению производством на разных этапах.

К данным проблемам относятся такие проблемы, как: состав руководящих кадров, недостатки их поиска, распределения и преобразования, распределения управленческой власти между кадрами, качество управленческого труда.

К социальным проблемам управления, возникающим в различных звеньях системы социального управления производством, относятся:

- чрезмерная концентрация власти на вершине управленческой иерархии в централизованных органах управления;
- некачественный состав управленцев, обладающих такими социальными характеристиками, как безнравственность, пассивность, некомпетентность;
- номенклатурные методы формирования и обновления управленческих позиций [1].

Социальный менеджмент направлен на решение таких проблем, что делает его изучение значимым.

В этих условиях социальный менеджмент должен выполнять следующие функции:

- объяснительную, т.е. объяснение происхождений неблагоприятных событий;
- информационную: предоставлять достоверные данные о том, как происходят изменения, где они происходят, какие аспекты социальной структуры затрагиваются, каковы установки и поведенческие стратегии различных социальных групп по отношению к этому;
- прогнозирования и разработки проектов для решения проблем [2].

Поведение коллектива порождает определенное поведение менеджеров. В рамках социальных механизмов управления формируется порочный круг, из которого не так просто выбраться. Здесь очень важен стиль управления производством, но он зависит от экономической системы, структуры власти в управленческой группе, готовности управленческой группы принять определенную модель и работать в нужных условиях, динамики самой управленческой группы как субъекта реорганизации, изменения ее социальных качеств и отношения к труду.

Таким образом, социальные проблемы управленческой группы, если они не решаются с помощью менеджмента в производственной сфере, прямо или косвенно влияют на общество, изменяют и трансформируют его.

Библиографический список

1. Башмаков В.И. Социология управления: учебник / В.И. Башмаков, В.Ф. Бондаренко, С.А. Гришаева. М.: Юрайт, 2014. 368 с.
2. Социальные проблемы управления [Электронный ресурс]. URL: <http://www.webarhimed.ru/page-573.html>.

О роли финансового анализа в деятельности организации в современных условиях

Великанова В.Е.

*Научный руководитель: Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

На современном этапе социально-экономического развития одной из важнейших задач финансового менеджмента организации является обеспечение поддержания надлежащего уровня ее финансовой устойчивости и создание финансово-экономических предпосылок для инновационного поступательного развития экономического субъекта. Более того, все субъекты рыночных отношений – владельцы, акционеры, кредитные организации, вкладчики, поставщики и заказчики заинтересованы в оценке надежности и финансовой устойчивости своих партнеров.

В связи с изложенным возрастает актуальность проведения с использованием современных методик финансового анализа деятельности организаций различных организационно-правовых форм и форм собственности, главной целью которого выступает определение основных параметров, посредством чтения финансовой отчетности экономического субъекта для обоснованной комплексной характеристики финансового состояния организации, прогнозирования степени ее устойчивости и оценки возможных финансовых рисков.

Методические разработки относятся в основном к организациям, функционирующим в относительно стабильной и предсказуемой экономической среде, в то время как проблемы управления оборотными средствами в условиях кризиса и определенные трудности с реализацией этих разработок в реальной хозяйственной практике обусловили весьма ограниченное применение зарубежных методик в российских условиях.

По мнению Быкова В.А., Колесова Р.В. и Якшилова И.Н. одним из методов получения достоверных сведений о финансовой устойчивости предприятия является анализ финансового состояния экономического субъекта, в основе которого лежит теория и методика финансового анализа предприятия в условиях рыночных взаимоотношений [1].

Двоеглазова С.И. считает, что «финансовый анализ экономических субъектов выступает, как процесс изучения финансового состояния и основных следствий финансовой деятельности предприятия с целью выявления резервов увеличения его рыночной стоимости и обеспечения дальнейшего эффективного развития. Оценивается финансовое состояние организации (предприятия) и применение денежных средств. Показатель финансового состояния отражает итоги экономической деятельности организации (предприятия), показывает конкурентоспособность, деловой потенциал, уровень экономических резервов» [2].

Результат финансового анализа является основой для принятия разного рода управленческих и коммерческих решений, разработки стратегии дальнейшего развития предприятия.

По мнению Жапарова Т.К., Жажеевой М.Б. и Коденко В.Д. «для отображения объективного финансового состояния экономических субъектов используются несколько методов: чтение бухгалтерской отчетности; горизонтальный анализ; вертикальный анализ; трендовый анализ; сравнительный (пространственный) анализ; факторный анализ; метод финансовых коэффициентов» [3].

Обобщение информации означает анализ, подготовку и интерпретацию информации. Подготовленная информация предоставляется пользователям в виде отчетов табличного, графического и текстового формата. Необходимо отметить, что главная задача, стоящая перед анализом финансового состояния в связи с прогнозными экономическими решениями, направлена на снижение риска неопределенности в последующим периодах.

Оценка эффективности экономического потенциала рассматривается как комплексная система действий для разработки взаимосвязанных управленческих решений, направленных на результативность экономического субъекта, что определяет важность и актуальность темы. Ключевыми составляющими экономического потенциала выступают ресурсный, финансовый и производственный потенциал. Основываясь на экономической литературе, необходимо выделить рыночный, маркетинговый, трудовой, инновационный потенциал. При этом связь рыночного и маркетингового потенциала с характеристиками внешней среды служит возможностью выделить потенциал внешней среды, также, как и основные составляющие экономического потенциала. Трудовой потенциал может соотноситься к ресурсному потенциалу. Инновационный потенциал определяется задачами развития предприятия, он может входить в каждую составляющую экономического потенциала. Значит

финансовый, производственный и ресурсный потенциал, как структурные элементы, в совокупности являются экономическим потенциалом организации.

Библиографический список

1. Быков В.А. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / В.А. Быков, Р.В. Колесов, И.Н. Якшилов. Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2021. 220 с.

2. Двоеглазов С.И. Система показателей оценки экономического потенциала компании на основе информации, представленной в бухгалтерской (финансовой) отчетности // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2021. № 3 (21). С. 45–63.

3. Жапаров Т.К., Жажеева М.Б., Коденко В.Д. Анализ финансовой отчетности предприятия. Учебное пособие. Костанай: Костанайский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ», 2019. 156 с.

УДК 339.138

Маркетинг и его основные концепции

Витальская В.А.

*Научный руководитель: Тюрин С.Б., д-р экон. наук, профессор
Академия труда и социальных отношений, Ярославский филиал*

Международная экономическая деятельность субъектов хозяйствования создает условия для их эффективного функционирования в современной рыночной экономике и формирует объективную основу интеграции России в мирохозяйственную систему.

Маркетинг определяет, что производить, для кого, по какой цене, в каком количестве, ассортименте, товародвижение, сроки реализации. Маркетинг, как подчеркивают многие специалисты, является не столько теоретической, сколько преимущественно практической дисциплиной, которая возникла и развивалась как результат хозяйственной деятельности в условиях рынка [1, с. 68].

Маркетинг представляет собой управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации как единым комплексным процессом.

В литературе существует несколько сотен определений маркетинга.

Управление маркетингом – это управление спросом, его реализуют менеджеры высшего звена [3, с. 176].

Вся деятельность в сфере маркетинга должна осуществляться в рамках одной из концепций:

1. Концепция совершенствования производства (производственная концепция). Возникла в начале 20 века. Основана на утверждении о том, что потребители отдадут предпочтение тем товарам, который широко распространены и доступны по цене, для чего необходимо повышать эффективность производства и распределительные системы. Плодотворна в двух случаях: спрос на товар превышает предложение и себестоимость товара слишком высока и ее необходимо снизить.

2. Концепция совершенствования товара (продуктовая или товарная концепция). Возникла в конце 20 начало 30 годов. Основана на том, что потребители будут благосклонны к товарам с наилучшими потребительскими свойствами, а значит, компания должна все усилия направить на непрерывное совершенствование товара. Ориентация на товар обеспечивает постоянное обновление технологий, однако, всегда надо помнить, что потребителю нужен не данный продукт как таковой, а решение своих проблем с его помощью. В противном случае, данная концепция может привести к маркетинговой близорукости.

3. Концепция интенсификации коммерческих усилий (концепция продаж, или сбытовая концепция). Середина 30 годов. Концепция исходит из того, что потребители не будут покупать товары компании в достаточных масштабах, если она не предпримет значительных усилий в сфере сбыта и стимулировании. Наиболее часто фирмы используют данную концепцию при перепроизводстве. Их цель – продать то, что есть, а не производить то, что требуется на рынке. Такой маркетинг, основанный на агрессивных продажах, связан с большим риском.

4. Концепция маркетинга. Конец 50–60 годов. Утверждает, что залогом успеха компании является определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворённости более эффективными, чем у конкурентов способами. Не следует путать с концепцией интенсификации коммерческих усилий, т.к. объект третьей концепции – существующий товар фирмы, на который направлена вся деятельность фирмы, а концепция четвёртой – это клиенты фирмы с их нуждами и потребностями и получением прибыли именно благодаря созданию и поддержанию потребительской удовлетворённости.

Сравнение концепций управления маркетингом представлено в таблице 1.

В настоящее время, передовые компании начинают думать об интересах общества, т.к. в этом процессе всё активнее участвуют общественные организации и государства. Требуется сбалансированности

трёх факторов: прибыль фирмы, покупательские потребности и интересы общества.

Таблица 1. Сравнение концепций управления маркетингом

Отправной пункт	Объект воздействия	Средства воздействия	Цель концепции
Производство	Производство	Совершенствование производства	Увеличение прибыли за счет снижения себестоимости и увеличения объема продаж
Производство	Товар	Совершенствование технологий	Увеличение прибыли за счет увеличения объема потребления товара лучшего качества
Производство	Существующий товар	Совершенствование системы распределения и стимулирования	Увеличение прибыли за счет роста объема продаж
Рынок	Нужды, потребности	Удовлетворение нужд, потребностей	Увеличение прибыли за счет лучшего удовлетворения потребностей, чем у конкурентов

На рисунке 1 отображен алгоритм движения блага от производителя к потребителю.

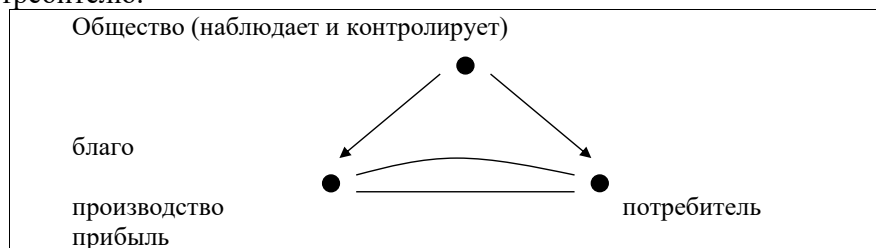


Рисунок 1. Сравнение концепций управления маркетингом

Процесс управления маркетингом состоит из следующих этапов [2, с. 42]:

- разработка комплекса маркетинга (инструментальный уровень маркетинга);
- отбор целевых рынков (функциональный уровень управления маркетингом);

- анализ рыночных возможностей (это корпоративный уровень управления маркетингом);
- претворение в жизнь маркетинговых мероприятий (набор маркетинговых систем).

Среда, в которой работает фирма, определяет внешние факторы при выявлении возможностей маркетинга (маркетинговая среда). Внутренними возможностями является способность фирмы воспользоваться этими возможностями с учётом имеющихся у неё ресурсов.

Процесс анализа в лучшем случае состоит из двух частей: выявление новых рынков и оценка маркетинговых возможностей.

Корпорация может выявить новые рынки при помощи сетки, построенной на основе двух переменных: рынки и товары.

Виды рынков представлены в таблице 2.

Таблица 2. Виды рынков

Рынки	Существующие рынки	Новые рынки
Существующие рынки	1) более глубокое внедрение на рынок - это рост продаж. существующего товара на существующих рынках.	3) разработка нового товара — это предложение новых товаров. имеющимся клиентам на существующих рынках.
Стратегические подходы	- снижение цены; - снижение расходов на рекламу; - расширение распределительной сети.	- различные варианты модификации товара; - выпуск новых марок; - выведение на рынок принципиально новых марок.
Новые рынки	2) расширение границ рынка — это попытка найти для существующего товара новые рынки.	4) диверсификация.

Таким образом, управление маркетингом должно осуществляться в рамках единой концепции. В системе маркетинга выделяют следующие виды концепций: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий (концепция продаж), концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга.

Библиографический список

1. Воеводина Е.И. Концептуальные подходы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 1. № 8. С. 67–76.

2. Костоева Е.Х. Риск и его роль в управлении организацией // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 3. № 12. С. 37–43.

3. Мудревский А.Ю. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / А.Ю. Мудревский, А.Д. Бурыкин, А.В. Юрченко, С.Б. Тюрин. Ярославль: Канцлер, 2018. 256 с.

УДК 658.8

Влияние социальных сетей на маркетинговые стратегии и поведение потребителей

Груздева Ю.С.

Научный руководитель: Смирнова А.А., ассистент

Ярославский государственный технический университет

На сегодняшний день нельзя представить мир без социальных сетей. Почти каждый человек пользуется ими для общения, развлечения или получения какой-либо информации. Поэтому социальные сети – это хорошая площадка для взаимодействия с реальными и потенциальными потребителями и продвижения среди них своего бизнеса.

Маркетинг в социальных сетях, или Social Media Marketing (SMM), представляет собой комплекс стратегий и технологий, направленных на продвижение брендов, товаров или услуг через интернет-платформы, включая блоги, форумы и социальные сети. Основная цель SMM заключается в генерации продаж, при этом ключевой целью является создание и поддержание высокой репутации бренда и его узнаваемости в интернете.

В первую очередь, социальные сети удобны тем, что информация легко и быстро распространяется среди пользователей, так как они являются и создателями, и получателями контента. Люди могут свободно делиться своим мнением, идеями и достижениями, объединяться в сообщества по интересам и получать обратную связь, что увеличивает их уверенность в интернет-ресурсах. Так покупатели могут читать или оставлять отзывы об опыте использования того или иного продукта, что формирует их доверие к компании.

Если продукт или бренд взаимодействует с блогерами, крупными компаниями или другими авторитетными лицами, то просмотров будет ещё больше, а соответственно растёт узнаваемость компании и прибыль.

Это помогает не только клиентам, но и создателям, так как позволяет выявить и устранить недостатки, улучшить товар и тем самым увеличить продажи. Организации взаимодействуют с потребителями на прямую: задают вопросы, отвечают на комментарии, проводят опросы и конкурсы, чтобы увлечь потребителей и укрепить их связь с брендом. Это очень важно для бизнеса в настоящее время, так как сейчас легко потерять доверие потребителей из-за малейшей ошибки, что может привести к отрицательным отзывам об услуге или товаре, а соответственно и о бренде.

Таким образом, можно сделать вывод, что социальные сети являются средой с потенциальными и реальными клиентами, партнёрами, конкурентами, возможными сотрудниками и другими аудиториями с высокой степенью доверия к тому, что там публикуется.

Согласно данным отчета Digital 2024 Global Overview Report на январь 2024 процент использования социальных сетей в России составляет 75,1% от общей численности населения [1]. Данный факт говорит о том, что $\frac{3}{4}$ населения могут быть привлечены как потенциальные клиенты, работники компании или распространители информации о товарах и услугах.

Также, можно заметить, что с каждым годом время, проводимое пользователями в интернете, увеличивается. Так, по данным исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения, 35% россиян проводят в сети более 4 часов в день [2].

Ещё одним большим плюсом использования сетей является удобство создания своей рекламной кампании. Социальные сети позволяют точно настраивать рекламу так, чтобы она достигла конкретной аудитории. Такая реклама может учитывать следующие параметры: пол, возраст, место проживания, уровень дохода, образование, место работы, национальность, отношения, образ жизни, мнения и интересы. Отобранную группу людей может потенциально заинтересовать ваш продукт, даже если они о нём не знали и никогда не искали в интернете. Таким образом, можно использовать информацию об увлечениях пользователей, чтобы создавать привлекательный для них контент.

Важно понимать особенности той или иной платформы и предпочтения её пользователей. Реклама и контент в целом должны быть актуальными и интересными. Если пользователь заинтересуется, то он переходит дальше – оформляет подписку, совершает покупку, оставляет заявку, регистрируется и т.д.

Сейчас самыми популярными сетями для таргетированной рекламы являются «ВКонтакте», «Одноклассники», «Instagram»* и «Facebook»* (* -

запрещены на территории РФ). В последнее время набирает популярность мессенджер «Telegram», но пока там не так много настроек для таргетинга, как в других социальных сетях.

Формирование маркетинговой стратегии организации преимущественно определяется размером выделенного бюджета на маркетинговые инициативы. Организации стремятся аллоцировать такую долю ресурсов на рекламные кампании, которая максимизирует рентабельность инвестиций, исключая при этом риск убытков для бизнеса. С развитием цифровых технологий и интернет-платформ, начинающие предприниматели получили возможность эффективно продвигать свои продукты или услуги с минимальными затратами или даже без них. Это достигается за счет активного использования социальных сетей, создания и развития групп, каналов, аккаунтов, привлечения целевой аудитории через организацию конкурсов, репостов, а также взаимодействия с аудиторией посредством комментирования. Взаимодействие по принципу бартера с другими компаниями также представляет собой ценный инструмент в арсенале маркетинговых стратегий для оптимизации затрат [3].

Таргетинг просто помогает сделать это быстрее и легче. Можно заложить любую посильную сумму денег, которая при правильной настройке также принесёт результаты. С помощью такой рекламы можно направить бюджет на пользователей, которые вероятнее всего обратят внимание на вашу компанию и купят ваш товар или услугу, тем самым сэкономят деньги. Это также экономит время, помогает сделать быстрый запуск, если придумать хорошую и креативную идею и запустить рекламу за несколько часов.

Важно, что таргетированная реклама – это не только помощь в продвижении бренда, товара или услуги и нахождение целевой аудитории, но и подробная аналитика. Сервисы предоставляют статистику, по которой можно определить, какое объявление максимально эффективно и какая аудитория больше всего заинтересована. Так можно изменять параметры настройки и без остановки улучшать кампании.

Но у такого механизма есть и ряд недостатков. Важно постоянно анализировать полученные данные, отслеживать реакцию аудитории, пробовать новые форматы, а это большая работа. Есть пользователи, которые не хотят давать свои персональные данные и не разрешают их собирать. Из-за этого сбор информации для таргетинга менее точный и дорогой [4].

В связи с тем, что значительное количество предприятий интегрируют социальные сети в свои маркетинговые стратегии, наблюдается прогрессирующее усиление конкурентной борьбы в данной сфере. Это усложняет процесс дифференциации и конкуренции среди бизнес-субъектов, предлагающих схожие товары или услуги. Тем не менее, существует возможность использовать социальные сети как инструмент для проведения аналитических исследований и сбора данных о конкурентах, что позволяет глубже понимать рыночную среду и вырабатывать стратегии для эффективного позиционирования собственного бренда в условиях высокой конкуренции.

Таким образом, можно сделать несколько выводов по маркетингу в социальных сетях и поведению потребителей:

1. Повышение доверия к компании. Люди, оставляя положительные комментарии о товаре или услуге, привлекают новых потребителей. Чем больше пользователей обсуждают компанию в интернете, тем больше доверия она вызывает.

2. Повышение узнаваемости бренда. Информация в интернет-ресурсах передаётся очень быстро. Пользователи обмениваются друг с другом мнениями о взаимодействии с брендом, оставляют комментарии, задают вопросы. Социальная сеть делает знакомство с брендом более доступным.

3. Прямое взаимодействие с потребителями. С помощью социальных медиа можно узнавать, что нравится покупателям на прямую. Задавать и отвечать на вопросы, устраивать конкурсы, оставлять комментарии и проводить опросы.

4. Сокращение расходов на рекламу. С помощью таргетинга можно продвигать компанию даже за небольшую сумму.

5. Поиск потенциальных клиентов. Без социальных сетей про бренд знают только реальные покупатели и люди, которые ищут что-то похожее. Медиа продвигают публикации среди пользователей, которые могут заинтересоваться и перейти дальше на сайт или в группу.

Библиографический список

1. Статистика интернета и соцсетей на 2024 год [Электронный ресурс]. URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2024-v-mire-i-v-rossii>.

2. ВЦИОМ [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/>.

3. Шурчкова Ю.В. Использование социальных сетей в маркетинговой деятельности компании // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра

корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета: электронный журнал. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-sotsialnyh-setey-v-marketingovoy-deyatelnosti-kompanii/viewer>.

4. Небрат М.Ю. Роль социальных медиа в маркетинге // Молодой ученый. 2019. № 22 (260). С. 558–560.

УДК 331.104

Интеграция компетентностного и процессного подходов как перспективное направление развития менеджмента качества

Грязнов Е.В.

*Научный руководитель: Ермишин А.С., канд. с.-х. наук, доцент
Ярославский государственный технический университет*

В условиях постоянно меняющегося рынка и конкуренции главное конкурентное преимущество заключается не только в наличии ресурсов или технологий, но и в способности компании управлять своими процессами и персоналом. Именно в этом контексте интеграция компетентностного и процессного подходов в менеджменте качества представляет собой перспективу развития современного предприятия.

Развитие менеджмента качества в данном направлении строится на первоначальном внедрении двух подходов в систему управления, а затем их интеграции, представляющей собой объединение на основании единых целей организации и требований внешней среды. Интеграция в данном аспекте является не просто совмещением различных методологий, а эффективным использованием их синергетического воздействия на основные бизнес-процессы организации.

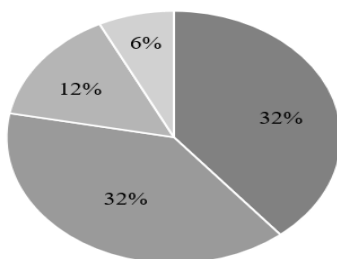
Применение компетентностного подхода заключается в формулировании, развитии и использовании уникальных компетенций сотрудников, благодаря которым компания может достигать своих целей.

Данный подход только начинает набирать популярность среди российских компаний. На рисунке 1 представлены результаты опроса 193 организаций различных типов.

Диаграмма, приведённая на рисунке 1, составлена в ходе анализа онлайн-опроса на портале Trainings.ru, где было выяснено, что только 32% опрошенных российских компаний применяют модель компетенций при проведении собеседований, в 6% модель создана, но не внедрена в работу, 12% компаний используют её, но имеют ряд проблем, и лишь в 18%

компаний модель успешно функционирует [1].

Используете ли Вы модель компетенций в своей компании?



- Используем на собеседовании
- Не используем вовсе
- Используем с затруднениями
- Создали, но не внедрили

Рисунок 1. Распространение компетентностного подхода среди российских компаний

Наряду с положительной динамикой развития менеджмента, стоит отметить, что ещё в 32% опрошенных компаний компетентностный подход не применяется вовсе в связи с длительностью его внедрения. По данным аналитической компании AmpuluaInsights, на полноценную интеграцию данного подхода в деятельность компании затрачивается порядка 5 лет.

Процессный подход в менеджменте качества, в свою очередь, заключается в рассмотрении деятельности организации как системы взаимосвязанных и взаимодействующих процессов. Этот подход предполагает, что управление организацией осуществляется путём управления отдельными процессами, а затем координации и интеграции этих процессов для достижения общих целей организации.

Согласно опросу, проведённому на форуме менеджмента качества, из 63 опрошенных компаний лишь в 9% процессный подход внедрён в работу, в 21% функционирует частично и ещё в 33% отсутствует вовсе [2].

Результаты опроса визуализированы на рисунке 2.

Обобщая проанализированные данные, можно сделать вывод о том, что в российских компаниях существуют препятствия для широкого распространения западных практик управления, таких как компетентностный и процессный подход. Интеграция данных моделей в управление организацией уже является перспективой развития менеджмента качества и имеет огромный потенциал.

Управленцы российских компаний сконцентрированы на старомодных методиках менеджмента, а частичное внедрение западных

практик носит фрагментарный характер, что вызывает разобщённость в управлении организацией.

Перспективный переход к передовым моделям менеджмента рационален именно в синергии двух подходов.

Используется ли в Вашей организации процессный подход?



Рисунок 2. Внедрение процессного подхода в Российских компаниях

Обучение и развитие персонала до высокопотенциального уровня рационально применять и сличать с процессами компании. Оптимальное сочетание компетенций сотрудников и потребностей бизнес-процессов – действенный инструмент в достижении целей организации [3].

Гипотезу о том, что данная интеграция перспективна, подтверждают примеры компаний-лидеров на рынке.

При анализе системы менеджмента компании Boeing, крупнейшего производителя авиационной техники, была получена информация о том, что производитель активно использует интеграцию компетентностного и процессного подходов, чтобы обеспечить эффективное управление производственными процессами и высокий уровень безопасности полётов. Компания стремится к постоянному совершенствованию бизнес-процессов, оптимизации управления ресурсами и развитию профессиональных компетенций своих сотрудников [5].

При изучении рейтинга самой безопасной авиатехники было выяснено, что самолеты Boeing занимают лидирующие позиции, что подтверждает эффективность системы менеджмента качества компании [4].

Таким образом, анализ свидетельствует о том, что объединение этих двух подходов может привести к созданию более эффективной системы менеджмента, способной улучшить качество производимых товаров или услуг компании. В результате организация сможет быстрее адаптироваться к новым требованиям рынка и более эффективно использовать свои

ресурсы. Реализация огромного потенциала интеграции зависит, прежде всего, от решения проблем, препятствующих эффективному объединению. Решение данных проблем, является, прежде всего, прерогативой руководства и управления компаний.

Библиографический список

1. Восприятие и использование модели компетенций в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.trainings.ru/library/reviews/?id=14257>.
2. Процессный подход в Вашей организации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.quality.eup.ru/forum/viewtopic.php?t=5569>.
3. Рахметова А.Б., Андрющенко О.В. Опыт применения компетентностного подхода в отечественных компаниях // Гуманитарный научный журнал. 2020. № 1. С. 105–111.
4. Самый безопасный самолет в мире: рейтинг авиационного транспорта по надежности [Электронный ресурс]. URL: <https://poletomania.ru/stati/o-vozdukhoplavanii/samye-bezopasnye-samolety>.
5. Garretson P., Harmon P. How Boeing A&T Managers Business Processes // BPTrends. 2005. November. PP. 1–13.

УДК 336.221

Методы расчёта налоговой нагрузки в научной литературе

Евдокимов Н.А.

*Научный руководитель: Лабурдова И.П., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Налоговая нагрузка – это сумма налогов, уплачиваемых гражданами и компаниями в определенный период времени. В силу того, что она является одним из ключевых показателей экономической и финансовой состоятельности страны, изучение методов ее расчета, представленных разными авторами, является актуальным вопросом [1].

При расчете налоговой нагрузки существует несколько методов, каждый из которых имеет свои преимущества и ограничения. Концепция эффективной налоговой ставки помогает оценить реальную налоговую нагрузку налогоплательщиков. Разделение налоговой нагрузки на различные категории позволяет изучить влияние налогов на разные аспекты экономики и налогоплательщиков. Сравнение международных показателей дает оценку конкурентоспособности страны и ее привлекательности для инвестиций. Анализ налоговых платежей в

сопоставлении их с общими расходами помогает определить долю доходов, уплачиваемых в виде налогов, и их влияние на финансовое положение налогоплательщиков.

Первым методом, который стоит упомянуть, является концепция эффективной налоговой ставки (Effective Tax Rate, ETR). Этот метод предполагает вычисление соотношения между уплаченными налогами и общим доходом налогоплательщика. Эффективная налоговая ставка позволяет оценить реальную налоговую нагрузку и сравнивать ее между разными налогоплательщиками.

Вторым методом является разделение налоговой нагрузки на разные категории (Tax Burden by Category). Суть этого метода заключается в расчете доли налоговых платежей в общей стоимости различных видов товаров и услуг. Например, налоговая нагрузка может быть разделена на налоги на доходы, налоги на потребление, налоги на имущество и другие категории. Такой подход позволяет более детально изучить различные аспекты налоговых систем и их влияние на экономику и налогоплательщиков.

Ещё одним методом расчета налоговой нагрузки является метод международных показателей (International Comparisons). Налоговая нагрузка может существенно отличаться между разными странами. Сравнение налоговой нагрузки между странами позволяет оценить конкурентоспособность и привлекательность для инвесторов. Этот метод основывается на сравнении различных налоговых ставок и правил в разных странах и оценке их воздействия на экономику.

Следующим методом является Tax Payments as a Percentage of Expenditure, который подразумевает сравнение налоговых платежей с общими расходами. Этот метод предлагает сравнивать налоговые платежи с общими расходами домашнего хозяйства или предприятия. Такой подход позволяет оценить долю доходов, которую приходится отдавать в виде налогов, и его влияние на финансовое положение налогоплательщика [2].

Методы расчета налоговой нагрузки, представленные выше, имеют свои преимущества и ограничения. Важно учитывать все факторы, влияющие на налоговую нагрузку, такие как налоговые ставки, правила, исключения и льготы. Каждый из этих методов может дать ценную информацию о налоговой нагрузке, но лучшим результатом будет полное аналитическое исследование, сочетающее различные методы и учитывающее все аспекты налогообложения [3].

Методы расчета налоговой нагрузки необходимо использовать в совокупности с другими аналитическими инструментами, чтобы получить

полную картину о налоговых системах и их воздействии на экономику и налогоплательщиков. Данные методы могут быть применены в исследованиях и планировании налоговой политики, а также в оценке уровня налоговой нагрузки в различных странах.

Биографический список

1. Пех [Электронный ресурс]. URL: <https://ilex.by/nalogovaya-nagruzka-chto-eto-i-dlya-chego/>.

2. Наш ответ Всемирному банку, или сколько в Беларуси налогов [Электронный ресурс]. URL: <http://bel.biz/news/8413.html>.

3. Налоговая система и уровень налоговой нагрузки [Электронный ресурс]. URL: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/nalogi-i-bjudzhet/nalogovaja-sistema>.

УДК 338.12

Основные тенденции в изменении потребительского поведения при совершении цифровых покупок

Елкина Л.В., Мамедова А.И.

*Научный руководитель: Громова М.В., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Развитие технологий и цифровой экономики, обуславливает необходимость изменения не только бизнеса множества производителей товаров и услуг, но оказало существенное влияние на изменение поведения потребителей. Появился новый сегмент потребителей, которые не только пользуются интернетом, но для которых интернет стал источником сведений о товарах и услугах, возможностью анализа и сравнения их характеристик. Интернет стал для них каналом продаж, коммуникаций не только с компаниями, но и с другими потребителями. Согласно отчету аналитической компании data insight, в 2020 году общий оборот российского рынка интернет-магазинов достиг 2,7 трлн рублей при общем количестве заказов 830 млн [3]. В 2022 году общий оборот онлайн-торговли в России достиг 4,98 триллиона рублей, что почти на 30% больше, чем в 2021 году. По данным информационного обзора, опубликованному Центром исследований связанности Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, доля онлайн-торговли в общем обороте сектора розничной и оптовой торговли

по итогам первого полугодия 2023 года оказалась на самом высоком уровне с 2021 года. На основании полученных данных ученые пришли к выводу, что развитие электронной коммерции оказывает все более очевидное влияние на оптимизацию бизнес-процессов организации [2].

В 2022 году средства личной гигиены (уход за телом, лицом и волосами) стали самой распространенной категорией товаров, приобретаемых в российских интернет-магазинах (58%). Одежда и обувь, возглавлявшие этот показатель в прошлом году, заняли второе место, увеличив долю этой категории в российских интернет-магазинах до 56%. В тройку лидеров также вошли продукты питания - доля онлайн-покупателей в этой категории составила 55% [1].

С каждым днем количество онлайн-покупателей увеличивается, что является прогрессирующим показателем, однако динамика среднего чека имеет убывающую тенденцию, в связи с некоторыми причинами:

1. Доля маркетплейсов и ультрабыстрой доставки продуктов с небольшими чеками и частыми заказами увеличилась. В то же время, доля категорийных pop-Food интернет-магазинов с более высоким средним чеком, чем у маркетплейсов, сократилась с 25% до 16% от всех онлайн-заказов.

2. Закрылись или существенно снизили обороты интернет-магазины категорий "Люкс" и "Премиум" с высоким средним чеком.

3. Инфляционный рост среднего чека типичного категорийного интернет-магазина составил 13%.

В 2021 году средний чек упал на 26% до 2400 рублей, поскольку многие люди продолжали экономить из-за эпидемии COVID-19 и ограничивали расходы на развлечения и покупки. В 2022 году средний чек составил 2010 рублей, что на 16% меньше, чем в прошлом году. Снижение среднего чека связано с увеличением количества небольших магазинов.

Для выявления и получения информации о потребительском поведении в интернет-пространстве, а также основных факторов и мотивов, влияющих на выбор и покупки товаров и услуг, была разработана анкета, содержащая вопросы об основных аспектах поведения онлайн-потребителей и их влиянии на принятие решений о покупке. Анкета была распространена среди интернет-пользователей с разным уровнем активности онлайн-покупок. Выборка состояла из 100 случайно отобранных респондентов, представляющих различные возрастные группы - от моложе 25 до старше 60 лет.

Анализ полученных данных позволил выявить следующие основные тенденции в потребительском поведении в интернет-пространстве:

1. 95% респондентов совершают покупки в интернет-магазинах
2. 43% респондентов предпочитают онлайн-покупки из-за удобства и экономии времени, 23% из-за возможности сравнения цен и характеристик разных товаров.

3. Около 55% потребителей доверяют отзывам и рейтингам, оставленным другими пользователями, и считают их важным фактором при принятии решения о покупке.

4. 37% респондентов предпочитают покупать в интернет-магазинах только одежду и обувь, 23% - товары всех категорий, как показал опрос, чем старше возраст респондента, тем разнообразней его покупательская корзина

5. Средний размер корзины при покупке товаров составляет в зависимости от возраста: моложе 25 лет-1000-2000 рублей; от 25-40 лет-2000-5000 рублей

6. По количеству покупателей лидирует маркетплейс «Wildberries» (80,4%), на втором месте- «Ozon» (53,6%), на третьем- «Яндекс Маркет» (25,8%), малое количество голосов набрали такие интернет-магазины и маркетплейсы как: авито, lamoda, aliexpress, vk, сбермаркет, мегамаркет, самокат.

7. Интересно отметить, что 68% респондентов стали совершать больше покупок в Интернете после распространения эпидемии коронавируса.

По изученным данным была построена линия тренда среднего движения на интернет-платформе до 2027 года, указывающая на то, что данный показатель будет регрессировать в рублях, если в течение четырех лет не возникнут форс-мажорные обстоятельства, способные изменить эту тенденцию (рис. 1).



Рисунок 1. График тренда среднего чека на Интернет-платформах, 2016–2028 гг.

Таким образом, с помощью построенной линии тренда, можно сделать прогноз на 2024 год по сумме среднего чека, которая составит 1613,81 рублей (рис. 2).



Рисунок 2. График тренда среднего чека на Интернет-платформах, 2016–2024 гг.

Выводы и приведенные выше статистические данные показывают, что поведение потребителей в Интернете играет важную роль в успехе компаний и организаций. Интернет стал важным инструментом для онлайн-покупок, с каждым годом привлекая все больше покупателей. Люди ценят возможность экономить время, а также заказывать товары из разных точек мира. Изучая этот вопрос, компании могут получить конкурентное преимущество, обращая внимание на то, какие товары предпочитают потребители, и адаптируя свои рекламные и маркетинговые стратегии к особенностям интернет-среды.

Таким образом, поведение потребителей значительно влияет на меняющиеся тенденции на интернет-рынке. Покупатели становятся более информированными и активными в выборе товаров и услуг благодаря прогрессу в области онлайн продаж. Социальные сети, включая блоги и отзывы, открывают возможность для обмена советами и вкусами, изменяя тем самым рейтинг категорий товаров. Что компании, в свою очередь, имеют шанс применить эти сведения для разработки прогнозов и формирования стратегий.

Библиографический список

1. Алунов С.С. Сколько сейчас покупателей у интернет-магазинов и маркетплейсов в РФ? Кто все эти люди, что они покупают и чего ожидают от продавцов? URL: <https://oborot.ru/news/>.
2. Скопинцева Е.В. Торговлю все больше затягивает в Сеть. URL: <https://www.eg-online.ru/article/475181/>.
3. Data Insight: Интернет-торговля в России 2022. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php>.

Создание успешной команды и организация взаимодействий в проектной группе

Васильева Н.А., Забелина А.С.

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Успешная команда - это группа людей, объединенных общей целью или задачей, которые эффективно взаимодействуют между собой, сотрудничают и достигают поставленных целей. В успешной команде каждый член вносит свой вклад, имеет четко определенные роли и обязанности, а также полностью доверяет другим участникам команды.

Организация взаимодействий в проектной группе имеет ключевое значение для достижения успеха проекта. Эффективное взаимодействие между участниками команды способствует улучшению коммуникации, повышению производительности, снижению рисков и конфликтов, а также обеспечивает более качественное выполнение поставленных задач. Организация взаимодействий включает в себя регулярные совещания, использование современных инструментов коммуникации, применение методов управления проектами, эффективных способов разрешения конфликтов и поощрение сотрудничества.

Ключевые принципы создания успешной команды:

1. Ясные цели и задачи. Каждый член команды должен понимать, к чему они стремятся, и какие конкретные задачи нужно выполнить. Ясные цели помогают сосредоточить усилия команды и обеспечивают единое направление для всех участников.

2. Распределение ролей и ответственности. Все участники команды должны знать, какую роль они играют в достижении целей и какие обязанности на них ложатся. Четкое распределение ролей позволяет избежать дублирования работы и повышает эффективность деятельности команды.

3. Эффективная коммуникация. Коммуникация играет ключевую роль в успешной работе команды. Важно постоянно обмениваться информацией, идеями, отзывами и организовать обратную связь, чтобы все участники были в курсе происходящего и могли работать в едином направлении.

4. Доверие и уважение. Успешная команда строится на взаимном доверии и уважении между участниками. Доверие позволяет открыто обсуждать проблемы, допускать ошибки и поддерживать друг друга в трудные моменты. Уважение к членам команды создает благоприятную атмосферу для сотрудничества и развития [1].

Участники проектной группы в различной степени вовлекаются в процесс реализации конкретного проекта, поэтому можно выделить следующие типы участников проектных групп:

1. Основная группа – это работники, которые постоянно и непосредственно работают над получением результата проекта, все время тесно контактируют друг с другом в период реализации проекта, знают каждого члена группы лично.

2. Вторичная группа более обширна, чем основная, и объединяет специалистов проектной группы с организациями, которые оказывают помощь членам основной группы, но не участвуют напрямую в осуществлении проекта и достижении его целей.

3. Вспомогательная группа – это люди, оказывающие влияние на членов основной и вторичной групп и на ход работ по проекту, но не вступающие с ними в прямое сотрудничество [1].

Для создания успешной команды рекомендуется ряд действий, которые должны выполняться всеми участниками данной группы для улучшения взаимодействия друг с другом:

1. Регулярные встречи и обсуждение прогресса. Эффективно проведение еженедельных или ежедневных совещаний, на которых участники команды делятся своими достижениями, проблемами и идеями. Это помогает поддерживать прозрачность процессов, выявлять проблемы на ранних стадиях и быстро реагировать на изменения.

2. Система обратной связи. Установление механизмов обратной связи между участниками команды помогает улучшить коммуникацию, повысить эффективность работы и успешно разрешать конфликты. Важно создать атмосферу, в которой каждый член команды может высказывать свое мнение и получать обратную связь от других.

3. Проведение командных мероприятий. Организация различных мероприятий, таких как выездные тренинги, корпоративные мероприятия или спортивные соревнования, способствует укреплению отношений внутри команды, повышению мотивации и созданию единого коллективного духа.

4. Поддержка лидера команды. Лидер команды играет важную роль в организации взаимодействий и мотивации участников группы. В свою

очередь, участникам важно поддерживать лидера, обеспечивать его необходимой информацией и ресурсами для успешного управления командой.

5. Постоянное развитие и обучение. Предоставление возможностей для обучения и развития участников команды помогает повысить профессиональные навыки, мотивацию и эффективность работы. Это также способствует укреплению командного духа и созданию позитивной рабочей атмосферы [2].

Проведение командных мероприятий является одним из самых главных факторов поддержания здоровых отношений между участниками команды. Подобный тип коммуникаций между участниками группы помогает лучше узнать своих коллег, приобщает всех к общей цели, развивает командный дух и чувство принадлежности к своей команде.

В качестве примера рассмотрим опыт компании RUVDC, являющейся международным облачным провайдером и предлагающим в аренду виртуальные серверы. После того, как компания получила крупное финансирование с условием улучшения функционала, офис столкнулся с большим количеством проблем, среди которых были:

1. Резкое увольнение сотрудников.
2. Продуктивность работников снизилась на 40%.
3. Из-за невыполнения плана начались переработки, что вызывало негативную реакцию у работников.

Было выявлено, что проблема заключалась именно в офисных работниках, так как работники на удаленных должностях свою продуктивность не снизили.

Было принято решение о том, что для улучшения рабочей атмосферы нужно проводить больше времени за настольными играми. Поэтому все работники, заинтересованные в процессе, были разбиты на несколько групп, которые каждые выходные собирались в игровом клубе. После пары недель проведения эксперимента, показатели продуктивности работников, участвующих в данном мероприятии, существенно выросли. В результате было решено создать отдельную комнату в офисе для проведения настольных игр раз в неделю.

Спустя два месяца было выявлено, что рабочие показатели сначала пришли в норму, а потом увеличились на 35%. Данные командные мероприятия спасли компанию, так как команда стала в разы дружнее, сплоченнее и в целом все сотрудники оказались вовлечены в одно общее дело [3].

В заключение следует отметить, что создание успешной команды и организация взаимодействий в проектной группе являются ключевыми аспектами достижения поставленных целей и успешной реализации проекта. Эффективное взаимодействие, открытая коммуникация, поддержка лидера команды, система обратной связи, регулярные встречи и обучение участников - все это важные компоненты успешной работы команды.

Создание дружественной и продуктивной рабочей атмосферы, где каждый член команды чувствует себя важным и уважаемым, способствует улучшению коллективной работы, повышению мотивации и достижению высоких результатов. Постоянное развитие участников команды, поддержка лидера и организация командных мероприятий помогают укрепить взаимодействия и создать единую целостную команду, способную эффективно справляться с поставленными задачами.

Важно помнить, что успешная команда - это не просто совокупность индивидуальных усилий, а гармоничное сочетание навыков, качеств и усилий каждого участника, направленных на общую цель. Поэтому важно инвестировать время и ресурсы в развитие команды, обеспечить укрепление отношений и повышение эффективности работы, чтобы достичь успеха в проекте.

Библиографический список

1. Гладышева А.В., Чепурова И.Ф., Швецова О.А. Особенности формирования проектной группы в организации // Экономический журнал. 2019. № 3 (55).

2. Евсеева Л.Н., Жемчугова С.А., Сафроненкова Е.Л. Кейс-метод как инструмент развития навыков работы в команде в курсе «Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере» для студентов инженерных направлений подготовки // Педагогика и психология. 2020. № 2.

3. Как я спас компанию, заставив играть коллектив в настольные игры [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/companies/ruvds/articles/577820/>.

УДК 339.13

Создание сильного бренда на примере компании «Давыдовская мельница»

Заика А.К., Кашаева А.М.

Научный руководитель: Карасёв А.П., канд. экон. наук, доцент

Создание сильного бренда является одним из ключевых элементов успешной бизнес-стратегии. В условиях современной конкурентной среды необходимо не только предложить потребителям качественный продукт или услугу, но и уметь правильно продвигать его на рынке. На сегодняшний день формирование и развитие бренда стало значимым условием для конкурентоспособности организации. Узнаваемость на рынке и репутация компании способствуют повышению продаж и росту прибыли, поэтому все больше организаций уделяют внимание брендингу, а создание сильного бренда стало одним из главных исследуемых вопросов в маркетинге.

М. Симос и С. Дибб считают, что «бренд воплощает в себе целый набор физических и социально-психологических качеств и убеждений». В глазах и сознании потребителей бренд создает ощущение того, что не существует никакого другого товара или услуги на рынке, которые были бы сравнимы с товарами и услугами конкурентов [5, с. 41-47].

Взгляд В.Н. Домнина на бренд заключается в представлении его как уникальной и желанной торговой марки, которая занимает устойчивую позицию на рынке, пользуется широким признанием и предлагает потребителю ряд неоспоримых преимуществ. Эти преимущества включают в себя упрощение сбора информации о товаре, укрепление уверенности в правильности решения о покупке, повышение удовлетворенности от использования продукции, а также улучшение маркетинговых показателей, установление долгосрочных связей с брендом и производителем, формирование конкурентных преимуществ и развитие эффективного взаимодействия с дистрибьюторами [2].

Если говорить коротко, сильный бренд - это бренд, который имеет высокую узнаваемость, положительное восприятие у потребителей и способность привлекать и удерживать клиентов. Сильный бренд обычно ассоциируется с качеством продукции или услуг, долгосрочной успешной деятельностью компании, уникальным стилем и образом жизни, а также хорошей репутацией.

В целом, сильный бренд способствует росту компании, повышению ее стоимости на рынке и созданию долгосрочных отношений с клиентами, что делает его одним из ключевых активов любого бизнеса.

Приведем ключевые критерии, определяющие сильный бренд:

1. Узнаваемость. Сильный бренд легко узнаваем и отличим от других брендов на рынке. Логотип, цвета, шрифт, слоган и другие элементы должны быть хорошо знакомы потребителям. Если логотип или название товара постоянно находятся в информационном поле человека, вызывают положительный отклик и откладываются в памяти, то с высокой долей вероятности именно этой продукции будет отдано предпочтение.

2. Доверие и репутация. Сильный бренд вызывает доверие у потребителей благодаря гарантии качества продукции или услуг, надежности и прозрачности.

3. Лояльность потребителей. Сильный бренд обычно имеет базу лояльных клиентов, которые практически при любых условиях предпочтут его продукцию или услуги другим аналогичным предложениям на рынке.

4. Уникальность и конкурентоспособность. Сильный бренд имеет ярко выраженные уникальные черты, которые делают его отличным от конкурентов. Он способен предложить что-то особенное и ценное для своей целевой аудитории.

5. Консистентность. Сильный бренд поддерживает свою консистентность во всех аспектах своей деятельности - от продукции и маркетинга до обслуживания клиентов. Это создает единый и узнаваемый образ бренда.

Бренд играет ключевую роль в успешной реализации маркетинговой стратегии компании, поскольку помогает решать следующие задачи:

- уникальная идентификация товара при любом упоминании;
- эффективное дифференцирование от товаров конкурентов;
- формирование привлекательного образа в сознании потребителей, вызывающего их доверие;
- генерация положительных эмоций и ассоциаций, связанных с продуктом;
- стимулирование принятия решения о покупке и обеспечение удовлетворения от этого выбора;
- создание постоянной базы лояльных клиентов, которые ассоциируют бренд с собственным образом жизни [4, с. 32].

Успешные компании стремятся постоянно развивать и укреплять свой бренд, соблюдая эти критерии и работая над улучшением своего образа на рынке.

Несмотря на все преимущества создания сильного бренда, в сегодняшней обстановке сделать это не так просто, как кажется на первый взгляд. Ведь множество факторов препятствует созданию сильного бренда: воздействие ценовой конкуренции; увеличение числа конкурентов;

желание перестроить рентабельную стратегию бренда; организационное сопротивление инновациям; желание получить прибыль как можно быстрее [3].

Учитывая эти факторы, важно проводить тщательный анализ рынка, целевой аудитории и конкурентов, разрабатывать уникальное позиционирование и маркетинговые стратегии, а также постоянно следить за реакцией аудитории и готовностью к изменениям.

В. Перция и Л. Мамлеева в своей работе описывают процесс создания и продвижения бренда, состоящий из одиннадцати этапов:

- начальная идея;
- исследование;
- суть - происходит отбор идей из предложенного количества;
- имя - определение имени бренда;
- одежда - определение упаковки бренда;
- тестирование - тестирование полученных результатов;
- Библия - создание справочника, который содержит в себе всю информацию, необходимую для ежедневной работы над брендом;
- коммуникации - определения каналов передачи информации и путей взаимодействия с потребителем;
- передача - вовлечение персонала в программу брендинга и обучение;
- реализация;
- анализ [1].

На основе вышеизложенного материала проанализируем продвижение бренда компании на примере проекта Ярославской области «Давыдовская мельница».

Ярославский проект «Давыдовская мельница» представляет собой уникальный культурно-исторический объект, который имеет все предпосылки для создания сильного бренда, занимающего свою нишу.

Посещение «Давыдовской мельницы» предоставляет посетителям возможность погрузиться в атмосферу старинной русской деревни, узнать больше о традициях и обычаях прошлого. Этот эксклюзивный опыт может стать ключевым элементом формирования бренда, который будет ассоциироваться с уникальными и запоминающимися впечатлениями. Сейчас проект уже победил в федеральном конкурсе «Агротуризм» и получил грант в размере 5 млн рублей. Туристы, приезжающие в Ярославскую область, скоро смогут поработать на мельнице. Старинный механизм для измельчения зерна в реальном масштабе будет воссоздан в Борисоглебском районе. Ожидаемый туристический поток будет до 400

человек в год, что было отмечено пресс-службой областного правительства. У проекта уже есть оригинальная идея, план реализации и финансирование. Важным аспектом формирования бренда «Давыдовской мельницы» будет обеспечение высокого уровня организации и качества экскурсий для посетителей. Комфортные, запоминающиеся условия пребывания помогут создать положительное впечатление и укрепить имидж бренда.

Подобных проектов в Ярославской области совсем немного, возможность перенестись в прошлое, прочувствовать эпоху и при этом познакомиться с интересной деятельностью работы на мельнице может стать уникальной чертой «Давыдовской мельницы», что поможет создать запоминающийся бренд, выделяющийся среди других в этой сфере.

В целом, «Давыдовская мельница» имеет предпосылки для формирования сильного бренда, который будет ассоциироваться с уникальностью и исторической ценностью. Реализация этих предпосылок поможет привлечь больше посетителей, укрепить свои позиции на рынке и создать долгосрочную ценность для проекта.

Создание сильного бренда в Ярославской области требует комплексного подхода и индивидуальных стратегий для каждой компании. Однако, имея ясное понимание основных принципов и методов формирования бренда, компании могут добиться успеха и узнаваемости на региональном рынке. Сильный бренд не только способствует развитию бизнеса, но и повышает привлекательность региона для инвесторов и туристов, что делает его важным элементом развития экономики Ярославской области.

Библиографический список

1. Воронцова, Г.В. Теоретико-методологические подходы к брендингу территории // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. 2012. № 3 (12). С. 217–221.
2. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. СПб: Питер, 2013. 252 с.
3. Жуковский Е.В. Формирование и поддержание брендов: учеб. пособие. М.: МИМ ЛИНК, 2010. 82 с.
4. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 236 с.
5. Родина Е.А. Брендинг в системе управления промышленным предприятием // Известия Вол-гТУ. 2014. Вып. 11 (138). С. 41 – 47.

Основные принципы маркетинга

Захарова Д.А.

*Научный руководитель: Тюрин С.Б., д-р экон. наук, профессор
Академия труда и социальных отношений, Ярославский филиал*

Подключение производителя и потребителя, помощь им в поиске друг друга и тем самым сделать бизнес действительно востребованным и продуктивным в этом и заключается главная цель маркетинговой деятельности. Важность внедрения глобального маркетингового подхода подчеркивают иностранные исследователи маркетинговой деятельности не только на уровне отдела или структурного подразделения, но и на уровне всего бизнеса каждого сотрудника.

Организация деятельности маркетинга на предприятии предусматривает создание структурного отдела маркетинговой службы для контроля всех видов маркетинговой деятельности предприятия. В маркетинге основная цель состоит в воздействии спроса на предложение, приведение его в соответствие, а не только его рост [1, с. 72].

Маркетинговая деятельность предприятий основывается на ряде принципов (рис. 1).



Рисунок 1. Принципы маркетинговой деятельности [3, с. 148]

Изучение рынка с помощью маркетинга открывают предприятию эффективнейшие решения в сфере управления, понижают возможную

конкуренцию, повышают устойчивость исполнения поставленных задач в любых периодах. Ни интуиция, ни логика, ни даже опыт не являются заменой информации, которая приобретается в процессе анализа внешней среды предприятия и ее постоянных изменений [2, с. 39]. Чем сложнее и изменчивее ситуация на рынке, тем меньше возможностей у предприятия использовать метод проб и ошибок как адекватная мера влияния на него.

Организации нужно самой изменять рынок, а не просто выполнять роль наблюдателя. Достигнуть этого можно, оказывая влияние на появление потребительских потребностей. По результатам исследований, особое место занимает эмоциональная составляющая при принятии решений о выборе приобретения товара или услуги, в связи с увеличением качества оценки непосредственно потребителем. В связи с чем важное значение этому нужно придавать при планировании программ активного воздействия на рынок в целом и в частных случаях, таких как обоснование и реализация стратегии маркетинговых взаимодействий. Эта необходимость решительного влияния на рынок определяется наличием в нём конкуренции среди товаров и услуг, стремлению сократить период жизни товара, что является результатом, непрерывно растущим прогрессом в технологиях производства.

Конкурирующие организации всегда стремятся к прорыву в инновациях, что приносит долговременные преимущества перед конкурентами. Организация пытается воздействовать на потребителей, посредников и поставщиков активно и в то же время конкурировать результативно. В этом поают такие приёмы как: обновление ассортимента самих товаров, дополнение их новыми свойствами, областями применения, изменение упаковки, формы сбыта, обоснование привлекательности ценообразования, содержание маркетинговых коммуникаций, приемы дифференциации и позиционирования.

Основные цели и задачи маркетинговой деятельности:

1. Главной задачей маркетинга является сопровождение рекламной деятельности фирмы. Для этого маркетинговый отдел осуществляет продвижение продукции, выпускаемой предприятием, и организует работу с агентствами рекламы. Здесь самый важный функционал - определение наиболее эффективной рекламы среди многих видов.

Нередко компании ограничиваются небольшими рекламными акциями - объявлениями в газетах и уличных баннеров около офиса, но и они могут принести положительные результаты. Вместе с тем предприниматели, которые стремятся к тому, чтобы опередить время, активно принимают участие в финансировании образовательных

учреждений, создают даже собственные вузы, чтобы обеспечить производство своим кадром.

2. Мониторинг и анализ рынка. В ходе выполнения этой задачи маркетинговая служба в определенных случаях принимает на себя ответственность за координацию всего бизнеса предприятия. Для обеспечения наиболее эффективной связи, выпускаемого товаром компании с его востребованностью рынка отдел маркетинга, устанавливает объемы производства предприятием той или иной наименования продукции компании.

3. Разработка маркетинговой стратегии и анализ эффективности ее в прошлом периоде деятельности компании. Для разработки маркетинговой стратегии в компании составляется график мероприятий, туда закладываются самые современные инновационные инструменты. Сама стратегия разрабатывается отделом маркетинга, как минимум на полгода вперед.

4. Повышение эффективности продаж производимой продукции или оказываемых услуг. Влияние интенсивности рекламы оказывается на уровне продажи, который в большинстве случаев зависит от качества товара и известности бренда.

5. Эффективное участие в конкурентной борьбе. Конкуренция в настоящее время в современной рыночной экономике является главным звеном. Самое главное для компании — это сделать так, чтобы опережать своих конкурентов и убирать их с рынка. Для того чтобы победить компании, отделу маркетинга необходимо обеспечить товару или услуге максимум конкурентных преимуществ.

6. Генерация и использование новых механизмов продвижения товаров. На сегодняшний день реклама быстро меняется и вариантов продвижения очень много. Если реклама успешная, то организация получит рост реализации продукции. Самая важная и главная цель для отдела маркетинга - расширить компанию и соответственно увеличить прибыль в ней.

Основная цель маркетингового отдела, а также бизнеса, - увеличение долей компании на рынок, увеличение объемов продаж, а в итоге - прибыль. В случае, когда бизнес-модель основана на наращивании капитализации бизнеса - увеличение стоимости компании. Все остальные цели зависят от декомпозиции основной и в каждом отдельно взятом случае могут различаться.

Ключевая функция маркетингового отдела - создание отношений между брендом и покупателем. На самом деле всё, что делают

маркетологи, делается только лишь для этого. Соответственно, в зависимости от основных функций можно выделять дополнительные функции: исследования рынка (изучение спроса, предложения, поведения клиентов); разработка товарной политики (выбор ассортимента, приведение товара в надлежащий вид, упаковка, предложение по товарам); ценообразование, установка ценовой политики; стратегия осуществления сбыта товара; организация коммуникации с рынком (проведение акций, брендинг, установление имиджа компании).

Неудовлетворенность функциями и задачами маркетингового отдела, стремление экономить на персонале и финансировании этого отдела иногда приводит к существенным потерям компании. Начиная с бизнеса, одним из первоочередных вопросов в его организации должен стать вопрос о том, достаточно ли у предприятия средств для маркетинга. Если у предприятия не имеется ресурсов на открытие проекта, то лучше не рисковать и отложить это дело или же найти средства для старта.

Компании осуществляют маркетинговые мероприятия по пяти основным подходам: концепции повышения качества товара, концепции повышения производства, концепции повышения коммерческого потенциала, концепции маркетинга, концепции социального и экономического маркетинга.

Чтобы компания достигла определенных целевых задач, таких как получение, прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка и т.п. Необходимо заниматься анализом, планированием, реализацией, контролем маркетинговой деятельности.

Этапы процесса управления маркетингом:

- анализ рыночных возможностей;
- выбор перспективного целевого рынка;
- разработка комплекса маркетинга;
- претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.

Рассмотрим необходимость разработки комплекса маркетинга на предприятии. Комплекс маркетинга представляет собой традиционную и хорошо зарекомендовавшую себя на практике схему описания тех ключевых факторов, при помощи которых фирма может воздействовать на поведение потребителей.

На рисунке 2 представлена схема основных мероприятий комплекса маркетинга на предприятии.

Принятие решений на рынке является процессом стратегии и тактики, против конкурентов. Процедура принятия решений является главным и

очень важным шагом на пути совершенствования управления, от которой зависит успех фирмы.

Организация будет существовать только тогда, если научится быстро адаптироваться под быстроменяющийся рынок. Это означает, что планы могут меняться, но компания должна тщательно и поэтапно продумывать каждый свой шаг.



Рисунок 2. Схема основных мероприятий комплекса маркетинга

Процедура принятия решений и планирования показывает, каким образом эта проблема может быть решена. Во-первых, это участие руководящих сотрудников организации в процессе принятия маркетинговых решений. Во-вторых, это постоянный процесс стремления к совершенству компании.

Можно сказать, что от того, как подойдет компания стабильно или агрессивно, будет играть важную роль. Ведь компания должна всегда менять инструменты управления и бороться. Если быть стабильным на современном рынке жесткой конкуренции, то тогда и не будет прогресса организации.

Таким образом, на современном этапе развития экономики центральным звеном управленческой деятельности предприятия является маркетинговая деятельность.

Библиографический список

1. Воеводина Е.И. Концептуальные подходы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 1. № 8. С. 67–76.
2. Костоева Е.Х. Риск и его роль в управлении организацией // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 3. № 12. С. 37–43.
3. Мудревский А.Ю. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / А.Ю. Мудревский, А.Д. Бурыкин, А.В. Юрченко, С.Б. Тюрин. Ярославль: Канцлер, 2018. 256 с.

Психология потребителей в современном мире

Захарченко М.А.

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Для того, чтобы максимизировать эффективность продажи товара и тем самым увеличить свою прибыль, предприятию недостаточно работать лишь над качеством продукции, необходимо знать и умело пользоваться психологией потребителя, зависящей от множества различных, по своему содержанию и методикам применения, факторов, при грамотном соблюдении которых будет возможным стать не просто среднестатистическим продавцом, но успешным и наиболее предпочитаемым на рынке.

Психология потребителей - это наука, изучающая поведение потребителей, мотивы принятия решений при выборе приобретаемой продукции. Она основана на знаниях и принципах психологии, маркетинга, а также социологии и сосредоточена на выявлении определенных факторов, оказывающих непосредственное влияние на потребительское поведение.

В формировании предпочтений потребителя ключевую роль отводят его потребностям [2]. Итак, что такое потребность? В общей психологии потребность принято рассматривать как определённое субъективное явление, как факт психической жизни субъекта, то есть как то, в чем потребитель нуждается в связи с определённой жизненной ситуацией, а также на основании своего мировоззрения, образа жизни и тому подобных характеристик [1]. Это значит, что из-за большого количества потребителей невозможно для каждого отдельного потребителя найти индивидуальный подход и расположить его к своему товару. Следовательно, в данном случае необходимо и достаточно выявить общие (или универсальные) факторы, благодаря которым станет возможным оценить, что привлекает и отталкивает потенциального покупателя.

Рассмотрим среднестатистического потребителя на рынке. Как известно, такой потребитель в России ориентирован прежде всего на товары первой необходимости, которые удовлетворяют его базовые потребности, а именно в пище, безопасности, воде и так далее. Рассмотрим

ситуацию с удовлетворением потребности в пище: потребитель главной целью при принятии решения ставит приобрести нужный товар высокого качества по низкой цене, значит одним из факторов, влияющих на потребительское решение, является цена.

Помимо цены, в России, как многонациональном государстве, существенным является влияние религии на потребление товаров и услуг. Религиозные нормы достаточно часто включают в себя регулирование потребления пищи. Это может выражаться в запрете к потреблению определённого перечня продуктов. Например, в России принято соблюдать Великий пост, который предваряет одно из самых главных событий для христиан не только России, но и всего мира - Пасху. В 2024 году Великий пост начнётся с 18 марта и продолжится вплоть до 4 мая. Во время поста строго запрещено употреблять в пищу еду животного происхождения. К ней относятся все сорта мяса и птицы, яйца, рыба, животные жиры и молочные продукты. Это значит, например, что с 18 марта по 4 мая продажи сливочного масла и молока по всей России резко упадут. Также значительно уменьшится потребительский спрос на колбасу и различные мясные паштеты. Верующие, соблюдающие Великий пост, могут разнообразить своё питание овощами, фруктами, грибами, зеленью, ягодами, сухарями, кашами, орехами, сухофруктами, семечками, мёдом, то есть с 18 марта по 4 мая спрос на данные продукты питания резко возрастёт. Таким образом, религиозность и набожность, занимающая очень весомое место в психологии русского потребителя, оказывает большое влияние на его поведение на рынке.

К немаловажным факторам следует отнести также бренд, так как в большинстве случаев потребители берут тот товар, про который им известно из уст авторитетных для них людей или рекламы. Менталитет русских людей достаточно консервативный, следовательно, ни в коем случае нельзя недооценивать такой фактор, как бренд, то есть условную известность товара и его репутацию на рынке.

Ещё одним важным элементом является расположение товара на полках магазина. Это, несомненно, весомый фактор, поэтому необходимо использовать принципы мерчендайзинга и учитывать дизайн магазина. Например, товары, имеющие высокий уровень маржинальной прибыли (маржинальность показывает рентабельность продукта), благоприятнее всего располагать на уровне глаз потребителя, что позволяет достичь максимально возможного привлечения внимания, тогда шансы покупки такого товара будут достаточно велики. А вот товары, которые могут

служить дополнительными покупками, либо товары с импульсивным спросом следует располагать ближе к кассам, то есть в кассовой зоне.

Таким образом, факторов, влияющих на выбор потребителя очень много, в связи с особенностями и характеристиками конкретного человека: его вкусами, нуждами, мировоззрением, традициями, привычками и т.п., однако если брать среднестатистического потребителя и выявить универсальные факторы, то это безусловно стоимость товара, его бренд, а также расположение товара на полках магазина.

Библиографический список

1. Петрова С.И. О смысле и значении категории «потребность» // Бюллетень науки и практики. 2017. № 6 (19).

2. Шахарова Е.С. Психологические особенности поведения потребителей // Материалы Афанасьевских чтений. 2016. № 4 (17).

УДК 331.101.6

Влияние корпоративной культуры на производительность труда: зарубежный опыт

Зинченко П.С.

*Научный руководитель: Сазонов А.И., канд. ист. наук, доцент
Ярославский государственный технический университет*

В узком смысле производительность труда – это характеристика, отражающая отношение количества произведенной продукции или услуг к затратам рабочего времени. Она является одной из главных характеристик эффективности и результативности затрат труда. В широком смысле производительность труда можно рассматривать как инновационную деятельность на предприятиях. Соответственно, рост производительности труда влечет за собой повышение инновационной активности.

Для предприятий производительность труда и ее рост имеет важное значение, так как высокая производительность труда оказывает положительное влияние на эффективность производственных процессов. Также, значение производительности труда можно оценить на двух уровнях – на уровне экономики в общенациональном масштабе (макроуровень) и на уровне отдельного предприятия (микроуровень).

На наш взгляд, необходимо обозначить группы факторов, которые способствуют положительной динамике производительности труда.

Технико-технологические факторы. Обеспечение роста производительности труда достигается за счет прогресса в области науки и техники, повышению эффективности используемых технологий, сырья и материалов, а также энергетических ресурсов, внедрению инноваций и передовых технологий, а также использованию нового технического оборудования.

Организационные факторы. Эти факторы включают в себя управление производственной системой предприятия, организацию взаимодействия между всеми подразделениями, распределение ответственности и полномочий, дифференциацию и сотрудничество в рабочем процессе, а также размещение оборудования на производственной площадке.

Социально-психологические факторы создают на производстве среду, необходимую для реализации факторов остальных перечисленных групп. Они формируют ценностные установки для каждого работника, определяют морально-психологическую атмосферу в коллективе, стимулируют и удовлетворяют работников, обеспечивая условия для повышения производительности и качества жизни [1].

Отсутствие производительности может быть достаточно серьезной и дорогостоящей для компаний проблемой. Исследование, проведенное аналитической и консалтинговой фирмой Gallup, показало, что незанятые сотрудники обходятся их компаниям в 18% от их годовой зарплаты [2]. Это потеря более 60 миллионов долларов в год для крупных компаний с 10000 сотрудниками при средней зарплате 50000 долларов. На таком высококонкурентном рынке предприятия не могут позволить себе терять норму прибыли из-за низкой производительности.

Разумеется, на производительность отдельного сотрудника оказывать влияние способно множество факторов, но немалое влияние оказывает именно корпоративная культура в организации. Этот факт подтверждают результаты исследований, проведенных зарубежной компанией Lexington Law в 2021 году, согласно которым, американские специалисты в два раза чаще ставят личные интересы, выгоды, корпоративную культуру и возможности профессионального роста выше зарплаты при выборе новой работы [2].

Какую роль здесь играет корпоративная культура? Именно она является прямым воплощением миссии и ценностей компании. Но чтобы культура имела сильное позитивное влияние на качество труда, необходимо, чтобы она была тщательно проработана, закреплена на уровне всей корпорации и имела своим источником руководство организации.

Сильная корпоративная культура выходит за рамки логотипа компании или заявления о миссии. Она способствует созданию среды, которая напрямую влияет на поведение, установки сотрудников и, безусловно, на производительность труда.

Когда сотрудникам нравится рабочая обстановка и они чувствуют связь со своей компанией и ее миссией, руководители отмечают повышение общей производительности и морального духа команды. Ниже представлены несколько примеров, когда корпоративная культура способна повлиять на организацию в целом и на ее прибыль в частности:

- более продуктивные сотрудники улучшают качество обслуживания клиентов, так как увлечены услугами или продуктами, которые предлагает их организация, и мотивированы выполнять ее миссию;

- довольные сотрудники не думают о смене места работы.

Текучесть кадров – это огромные расходы для предприятия. Сотрудники, которые удовлетворены своей корпоративной культурой, верят в руководителя и чувствуют сплоченность со своими коллегами, вероятнее всего, не оставят это место работы в поисках другой возможности. Фактически, опрос TINYpulse (платформа для взаимодействия с сотрудниками, измеряющая уровень удовлетворенности сотрудников, отправляя им еженедельные опросы), проведенный в 2018 году, показал, что сотрудники, которым не нравится корпоративная культура, имеют на 24% больше шансов уволиться [2].

Сотрудники, которые чувствуют, что руководство их ценит, более вовлечены и внутренне мотивированы. Исследование Gallup, проведенное в 2017 году, показало, что высоко вовлеченные сотрудники на 17% продуктивнее своих менее вовлеченных коллег [2]. Кроме того, высоко вовлеченные сотрудники, как правило, чувствуют индивидуальную ответственность за общее дело организации, и действительно заинтересованы в ее продвижении и росте. Этот позитивный настрой и заинтересованность двигает персонал к инновациям, которые в современных условиях способствуют повышению уровня конкурентоспособности.

Еще одно исследование, проведенное с помощью сервиса для контроля активности сотрудников на компьютерах CleverControl является подтверждением того, что корпоративная культура является важным инструментом повышения мотивации и вовлеченности сотрудников.

Растущий онлайн-ритейлер столкнулся с проблемами с производительностью и вовлеченностью сотрудников. В отчетах CleverControl отмечается, что их сотрудники пытались оставаться

сосредоточенными, проводя до 22% своего времени на веб-сайтах, не связанных с работой, таких как социальные сети [3]. В результате опросы сотрудников выявили низкий моральный дух и мотивацию, что повлияло на общую эффективность и обслуживание клиентов.

В поисках улучшений компания реализовала несколько инициатив по повышению производительности и вовлеченности, включая создание позитивной корпоративной культуры. Эти культурные элементы включали:

- регулярные командные встречи и встречи один на один с менеджерами;
- совместные занятия по постановке целей;
- публичное признание высокоэффективных сотрудников на ежемесячных собраниях;
- участие в мероприятиях по сплочению команды.

Комбинированный подход с использованием CleverControl и внедрением элементов позитивной корпоративной культуры дал результаты в течение четырех месяцев. Данные из журналов CleverControl показали повышение производительности сотрудников на 12%. Это привело к увеличению времени, затрачиваемого на выполнение основных задач, и повышению эффективности [3].

Следующие опросы сотрудников выявили заметный рост вовлеченности и мотивации сотрудников. Открытые каналы общения и мероприятия по сплочению команды способствовали развитию чувства единения, что привело к более позитивной рабочей обстановке. С повышением внимания и морального духа сотрудников компания отметила улучшения во взаимодействии с клиентами и увеличении доходов.

Положительное влияние корпоративной культуры на производительность труда сотрудников неоспоримо. Сильная культура, характеризующаяся общими ценностями и практикой поддержки, единством рабочего коллектива, способствует созданию такой рабочей среды, в которой сотрудники чувствуют себя вовлеченными и мотивированными вносить свой вклад в дело организации. Это приводит к повышению производительности, инновационной активности, а, значит, и к успеху организации.

Инвестиции в создание и развитие позитивной корпоративной культуры – это не просто расходы, а стратегическое вложение. Уделяя приоритетное внимание созданию благоприятной рабочей среды, компании в дальнейшем могут воспользоваться преимуществами

высокопродуктивных и преданных своему делу сотрудников, готовых продвигать организацию к полной реализации ее потенциала.

Таким образом, организации должны уделять приоритетное внимание развитию позитивной и действенной корпоративной культуры.

Библиографический список

1. Кондратьева Е.В. Факторы повышения уровня производительности труда в современной экономике России [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-povysheniya-urovnya-proizvoditelnosti-truda-v-sovremennoy-ekonomike-rossii/viewer>.

2. The Role of Corporate Culture in Boosting Employee Productivity. [Электронный ресурс]. URL: <https://clevercontrol.com/the-impact-of-corporate-culture>.

3. The impact of company culture on productivity [Электронный ресурс]. URL: <https://slack.com/blog/collaboration/the-impact-of-company-culture-on-productivity>.

УДК 331.109

Способы разрешения конфликтов в проектах

Калугина В.А

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В современном бизнесе проекты стали неотъемлемой частью деятельности любой компании. Проекты могут быть разными по своей сложности, продолжительности и целям, но единственное остается неизменным - возможность возникновения конфликтов в проектной группе. Они могут возникать как между участниками команды, так и между различными отделами или стейкхолдерами. Поэтому умение эффективно разрешать конфликты становится важным навыком для каждого менеджера, управляющего проектом.

Конфликт (от лат. «conflictus» – столкновение) представляет собой столкновение противоположных интересов, взглядов или мнений [1]. Это наиболее острый способ разрешения противоречий в интересах, целях, взглядах, возникающих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии участников этого взаимодействия и обычно сопровождающийся негативными эмоциями.

Конфликты могут быть как деструктивными, так и конструктивными. Деструктивные конфликты так или иначе связаны с нарушением процессов нормального функционирования социальной системы. При них происходит разрушение отношений между людьми, нарушение эффективного взаимодействия между подразделениями компании, упадок дисциплины, снижение производительности труда и т. д. В свою очередь, конструктивные конфликты ориентированы на выявление накопившихся противоречий и поиск эффективных способов их устранения. За счет этого происходит укрепление внутриорганизационных связей, способностей организации адаптироваться к меняющимся условиям внешней и внутренней среды.

Управление конфликтами (от англ. «conflict management») – это процесс своевременного выявления и разрешения конфликтов, возникающих в ходе реализации проекта [2]. Управление конфликтами является одной из важнейших задач менеджера проектов.

Существует множество подходов, которые могут помочь в разрешении конфликтов в проекте:

1. Конфликт как шанс для роста и развития. Один из ключевых подходов к разрешению конфликтов заключается в поиске в них возможности для улучшения работы команды и самого проекта. Различные точки зрения и противоречия могут привести к новым идеям и решениям, которые в итоге улучшат результаты проекта. Поэтому важно не подавлять конфликты, а искать способы их конструктивного разрешения.

2. Прозрачное коммуницирование. Один из основных источников конфликтов - это недостаточное или неэффективное коммуницирование между участниками проекта. Чем более открытым и прозрачным будет коммуницирование в проекте, тем меньше вероятность возникновения конфликтов. Менеджер должен уделять особое внимание прозрачности информации, четкости постановки задач и обратной связи с участниками проекта.

3. Поиск компромиссов. В случае возникновения конфликтов важно уметь искать компромиссы и взвешенные решения, которые удовлетворят интересы всех сторон. Это требует умения слушать и учитывать точки зрения других участников, а также готовности идти на уступки ради общей цели проекта.

4. Применение техник управления конфликтами. Менеджер проекта должен обладать навыками управления конфликтами и знать различные техники и методы их разрешения. Это может включать в себя

использование переговоров, тренингов по разрешению конфликтов, а также применение техник активного слушания и эмпатии [3].

В компании «Art Life» при организации проекта по строительству нового офисного здания возникла конфликтная ситуация между главным архитектором и руководителем строительной бригады. Главный архитектор предложил изменить дизайн фасада здания, что потребовало бы дополнительных затрат и времени на его реализацию. Руководитель строительной бригады, напротив, настаивал на сохранении первоначального проекта, ссылаясь на сроки и бюджет проекта.

Менеджер проекта решил применить следующие подходы для разрешения конфликта:

1. Организация встречи. Менеджер организовал встречу с участием обеих сторон, чтобы выяснить причины разногласий и обсудить возможные варианты разрешения конфликта.

2. Анализ ситуации. Менеджер провел анализ проблемы, выявив ключевые аспекты и последствия каждого варианта решения. Он также выслушал мнения обеих сторон и попытался найти общие точки зрения.

3. Поиск компромисса. Руководствуясь интересами проекта в целом, менеджер предложил компромиссное решение, которое учитывало идеи обеих сторон. Он предложил модифицировать дизайн фасада здания в рамках возможных сроков и бюджета проекта.

4. Обратная связь. После принятия решения, менеджер провел обратную связь с обеими сторонами, чтобы убедиться, что они удовлетворены и готовы продолжить работу с новым планом.

Благодаря действиям менеджера и применению управленческих подходов для разрешения конфликтов, ситуация была успешно разрешена, и команда смогла продолжить работу над проектом без дальнейших препятствий.

Разрешение конфликтных ситуаций в коллективе необходимо для поддержания хороших отношений между сотрудниками, улучшения общей атмосферы в коллективе и повышения производительности работы.

Проект-менеджеру важно уметь разрешать конфликты, чтобы избежать негативного влияния на работоспособность команды, сохранить мотивацию сотрудников и обеспечить эффективное функционирование бизнеса. Решение конфликтов также способствует развитию профессионализма коллектива и улучшению коммуникаций между сотрудниками. В итоге, менеджеру необходимо активно участвовать в разрешении конфликтов, чтобы поддерживать здоровую рабочую среду и обеспечить успешную работу команды.

Биографический список

1. Добраина О.А. Практическая психология конфликта: современные психотехнологии: учебно-методическое пособие и хрестоматия. Новосибирск: Изд-во НИПКиПРО, 2004. 208 с.

2. Живага А.Ю. Управление конфликтами и стрессами в организации: учебное пособие. Южно-Сахалинск: СахГУ, 2019. 108 с.

3. Способы разрешения конфликтов в проектах [Электронный ресурс]. URL: https://ibecoach.ru/news/sposoby_razreshenia_konfliktov/.

УДК 339.13

The role of modern marketing technologies

Kachmazova D.G.

*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, Associate Professor
Belarusian National Technical University*

In today's marketplace, with innovative communication resources, for instance, social networks, websites and others gaining momentum, marketing technology (also known as MarTech) is becoming increasingly important. MarTechs are those methods, actions and decisions, that determine company's activity on selection and achievement of the main objectives. All actions that allow the company to achieve the set values of profitability and conduct an effective advertising policy are marketing technologies [3].

It is necessary to distinguish between technologies, as a set of methods, and tools, which help to achieve the desired result from technologies as means for interaction with the environment. Initially, the term "marketing technologies" was used only in its first meaning and denoted actions that were within the competence of a marketing specialist: studying the market, conducting research and advertising activities, etc. However, the time passed, digitalization as a consequence of the development of mechanical, informational and digital means of interaction with the environment have become more and more pervasive. Now the term "marketing technology" implies the interaction of the marketing specialists with environment by means of programs and other tools, which give the term a broader meaning.

MarTech can be divided into classical and modern methods. Classic methods are the basis of any marketing activity, and modern methods have subsequently evolved from them. They include segmentation, analysis, targeting and positioning [2].

Through positioning, a company chooses a position for its product or brand in the minds of potential consumers relative to its competitors. The basis for positioning is the various benefits that a company offers to consumers [1]. They must be important enough to allow clients to distinguish brand from its competitors and create the desired perception of it. The analysis involves studying the company's marketing environment (consumers, competitors, suppliers, distributors, etc.), demand for the product, pricing policy (own and competitors'), etc.

Segmentation is associated with the identification of groups of consumers united by some characteristic features (demographic, psychographic, behavioral and any other). There is a set of techniques that allow segmenting any market by those features that are most important for this sphere of activity. Targeting allows us to answer two key questions: “Who does the company work with?” and “Who does the company not work with?”. The last classical method of MarTech is identifying the target audience. It allows company to eliminate the financial and time costs of working with groups of people who are least likely to become a loyal audience, and focus on those whose problems can be best satisfied.

When we talk about modern MarTechs, we usually mean that they are inextricably linked to gadgets, but this is not entirely true, because many current marketing trends were born before the advent of social networks and can exist without the Internet at all.

Joint promotion or mutual advertising between two or more companies that operate in different fields and do not compete is called cross-marketing. This technology can be used if the participants have the same or overlapping target audiences: for example, a printer manufacturer cooperates with a network of office centers [4]. Collaboration can be tactical or strategic. In the first case, the partnership is one-time or short-term: a holiday promotion, discounts after the opening of the store. Tactical cross-marketing does not require complex preparation or lengthy approvals, that is why many companies use this technique with different partners. The second option, strategic, is more thorough: long-term cooperation with a common loyalty program, joint research and advertising campaigns.

Guerrilla marketing is a modern MarTech, which is classified as hidden promotion technique. The trend has gained popularity due to oversaturation with advertising: consumers simply stop paying attention to standard formats. Its goal is to convey information so that the buyer does not even realize that he is seeing an advertisement. Often companies pay famous people and influencers who unobtrusively show or talk about the product.

Event marketing uses events to promote a product. A company can organize its own event, which creates a certain image about it, or it can integrate into an existing one as a sponsor, partner or official supplier of some product. This scheme is most popular among refreshment manufacturers at major music festivals.

Despite the fact that modern technologies in marketing meet the spirit of the time and the degree of digital development of society, their use in no way implies the rejection of classical technologies. Moreover, lack of understanding the MarTech fundamentals makes the usage of modern technologies more and more difficult, and often final results are lower than they could be with deeper marketing insights. Cross-marketing cannot be launched without segmenting the target audience. For effective guerrilla promotion, company must first build correct brand positioning. Therefore, a successful business does not choose between classical and digital tools, but looks for the optimal option for combining them.

References

1. Sorokina A.I., Shakovich M.A. Business Promotion Tools in the Digital Environment // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной науч.-практ. конф. / редкол.: С. А. Гальченко (гл. ред.). Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. С. 584–588.

2. Correia, Antonia; Kozak, Metin; Fyall, Alan; Gnoth, Juergen. "Digital marketing technologies and new markets: from embryonic markets to digital marketing [Electronic resource]. URL: <https://www.belarus.by/en/government>.

3. Fill, C; Hughes, G; De Franceso, S. "Advertising strategy, creativity and media" (PDF) [Electronic resource]. URL: <https://pdfkeys.com/download/3476287-Advertising-Strategy-Creativity-And-Media-Chris-Fill.pdf>.

4. Kim, Angella J.; Johnson, Kim K.P. "Power of consumers using social media: Examining the influences of brand-related user-generated content on Facebook" [Electronic resource]. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13032917.2015.1083203>.

УДК 364

К вопросам методологии социального управления

Кондратович А.В.

*Научный руководитель: Шалдаева Л.И., старший преподаватель
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Социальное управление является одной из важнейших сфер деятельности в современном обществе.

Современное общество сталкивается с огромным количеством сложных социальных проблем, требующих системного подхода и эффективных управленческих решений. В этой связи вопросы методологии социального управления представляют собой ключевые инструменты для достижения успеха в этой области.

Социальное управление занимается анализом и разработкой концептуальных моделей, которые объясняют природу и принципы функционирования социальных систем. Они позволяют определить цели и задачи социального управления, выявить основные факторы, влияющие на эффективность управленческого процесса, благодаря им становится возможным создание стратегий и тактик, направленных на достижение поставленных целей.

По мнению ученых, методология социального управления представляет собой систему методов и приемов, используемых в процессе реализации управленческих решений. Она позволяет провести диагностику социальной ситуации, выделить проблемы и риски, определить возможные пути и способы их решения. Методология социального управления включает в себя оценку эффективности управленческих мероприятий и контроль за их реализацией.

Как показывает практика, введение в социальное управление начинается с определения основных понятий. Социальным управлением является комплекс мер и действий, направленных на достижение заданных целей в социальной сфере. Оно охватывает такие аспекты, как организация и координация социальных программ, разработка политик и стратегий развития, контроль за их реализацией.

Основными принципами социального управления являются эффективность, прозрачность и справедливость. Эффективность подразумевает достижение поставленных целей при оптимальном использовании ресурсов. Эффективность предполагает качественную реализацию социальных программ и проектов. Прозрачность относится к доступности информации о процессах и результатах управления для всех заинтересованных сторон. Справедливость обеспечивает равные возможности и учет интересов различных групп населения.

Отметим, что методология социального управления включает в себя системный подход, анализ и планирование, мониторинг и оценку. Системный подход предполагает рассмотрение социальной сферы как сложной системы, состоящей из взаимосвязанных элементов.

Методы социального управления играют важную роль в обеспечении эффективности и успешности социальных процессов. Они включают в себя анализ, планирование, реализацию и контроль. Анализ является первым этапом методологии социального управления. Он предполагает сбор и анализ информации о текущем состоянии социальной системы, ее проблемах и потребностях. Анализ помогает определить цели и задачи социального управления, выявить возможные способы и инструменты для их достижения. Под планированием понимают разработку стратегий и тактик для достижения поставленных целей. На основе проведенного анализа формулируются конкретные планы действий, определяются необходимые ресурсы (людские, финансовые, информационные), распределяется ответственность за выполнение задач. Реализация является последующим этапом методологии социального управления, который предполагает осуществление запланированных мероприятий. Руководители должны обеспечить координацию действий всех участников процесса, контролировать выполнение планов и вносить коррективы при необходимости. Финальным этапом методологии социального управления является контроль. Он предполагает оценку результатов достижения поставленных целей, анализ эффективности применяемых методов и инструментов.

Современные концепции социального управления стремятся применить новейшие научные достижения для оптимизации процессов управления в общественной сфере. Одной из таких концепций является системный подход, который предполагает рассмотрение общества как сложной системы с различными элементами и связями между ними. Другим примером современной концепции является социальное предпринимательство, которое акцентирует внимание на решении социальных проблем через коммерческие и инновационные подходы.

Факторы успешного социального управления играют ключевую роль в достижении поставленных целей и эффективной работы организации. Одним из таких факторов является лидерство. Лидер должен обладать навыками мотивации и вдохновения сотрудников, уметь принимать решения и координировать деятельность команды.

Важным элементом успешного социального управления выступает коммуникация. Грамотное и эффективное общение позволяет передавать информацию, выстраивать отношения с коллегами и подчиненными, решать конфликты. Коммуникация способствует созданию благоприятной рабочей атмосферы, повышению производительности труда и достижению гармонии в коллективе.

Еще один фактор успешного социального управления – мотивация. Это процесс стимулирования работников к достижению поставленных целей. Мотивация может быть различной: материальная, нематериальная, индивидуальная или групповая. Важно понимать потребности своих подчиненных и уметь применять соответствующие методы мотивации.

Таким образом лидерство, коммуникация и мотивация играют важную роль в успешном социальном управлении.

Проблемы и вызовы социального управления являются неотъемлемой частью его методологии. Одной из таких проблем является адаптация к постоянным изменениям в обществе. Социальное управление должно быть гибким и способным быстро реагировать на новые вызовы, чтобы эффективно решать проблемы, возникающие в обществе. Управление конфликтами представляет собой значительную проблему для социального управления. Конфликты возникают из-за различий в интересах и ценностях людей, и могут иметь серьезные последствия для социального благополучия.

Таким образом, эти проблемы и вызовы требуют разработки и применения соответствующих стратегий и инструментов социального управления.

Библиографический список

1. Пестова Г.А. Социология управления: учебное пособие. М.: Академия Естествознания, 2011. 246 с.

УДК 339.13

Стратегия развития сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники в современных реалиях

Костриков З.Е.

*Научный руководитель: Несиоловская Т.Н., д-р тех. наук, профессор
Ярославский государственный технический университет Россия*

В условиях высокой конкуренции соответствие внутренней среды предприятия растущим требованиям рынка является важнейшим фактором успешной деятельности и вызывает необходимость ее постоянной трансформации. Современные реалии и, в первую очередь, западные санкции поставили перед российскими предприятиями задачу сочетания гибкого оперативного реагирования на нестабильность рыночной среды, с одной стороны, и формирование долговременной

конкурентной стратегии и политики развития, с другой. Очень остро эта задача встала перед сервисными центрами по ремонту сельскохозяйственной техники, которые обеспечивают ее техническое обслуживание и ремонт в постгарантийные периоды. Сервисные центры сталкиваются со многими препятствиями из-за изменившихся технических, экономических и социальных условий как внутри, так и за пределами сектора. Однако, эти препятствия можно и нужно рассматривать как триггеры развития, что требует изменений в методах организации бизнеса компании [4].

В этой связи целью настоящей работы явилась разработка стратегических альтернатив развития сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники, расположенного в г. Ярославль, в современных реалиях.

Успешное развитие сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники в современных реалиях требует соответствующего подхода к формированию его конкурентной стратегии, что обуславливает необходимость оценки его конкурентного потенциала.

Конкурентный потенциал предприятия определяет его конкурентные возможности, в основе которых лежит совокупность имеющихся материальных и нематериальных ресурсов. В широком смысле конкурентную возможность организации можно определить как соответствие и пригодность ресурсов, а также ключевых компетенций для ее функционирования и развития, при этом ресурсы представляют собой материальные и нематериальные активы организации, а компетенции - деятельность и процессы, с помощью которых организация эти ресурсы использует [3].

Формирование конкурентного потенциала предполагает охват всех базовых внутрифирменных процессов в сопоставлении с основными конкурентами. В результате обеспечивается системный подход к анализу деятельности предприятия, который позволяет выявить его сильные и слабые стороны, а также влияние внешних факторов, которые могут как способствовать, так и препятствовать этой деятельности [2].

Основными направлениями деятельности сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники являются техническое обслуживание и ремонт тракторов и его составных частей, а также продажа сельскохозяйственной техники и ее элементов. Стратегической целью сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники является удовлетворение потребностей клиентов и расширение клиентской базы.

Оценка потенциала сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники проводилась методами SWOT-анализа и сравнительного анализа конкурентов.

SWOT-анализ – широко распространенный метод оценки, позволяющий, не проводя обширных и дорогостоящих маркетинговых исследований и не собирая исчерпывающую информацию об организации, получить представление о ее потенциале и о возможностях по реализации потенциала. Результаты SWOT-анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1. SWOT-анализ сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокое качество товаров и услуг Высококвалифицированный персонал Наличие систем скидок Широкий спектр оказываемых услуг Географическое положение	Отсутствие стратегии маркетинга Высокая зависимость от клиентов Узкая специализация (тракторы Т-150 и К-700)
Возможности	Угрозы
Обучение и развитие персонала Развитие рекламы Создание филиалов в различных регионах страны Улучшение транспортной коммуникации с клиентами	Конкуренция со стороны российских компаний Угроза выхода на рынок новых конкурентов Снижение доверия (плохая репутация)

Анализ показал, что у сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники есть ресурсы и компетенции для выполнения действий, направленных на развитие компании в современных реалиях:

- создать собственный сайт компании;
- стать дилером завода ЯМЗ;
- открыть собственные ремонтные мастерские в регионах России;
- участвовать в тендерах на право технического обслуживания парка техники агрофирм в Ярославской области;
- размещать рекламу на сайтах-агрегаторах.

В тоже время сервисному центру по ремонту сельскохозяйственной техники необходимо изыскивать ресурсы и овладевать компетенциями для выполнения следующих видов деятельности, направленных на повышение спроса со стороны потребителей:

- проведение своевременных маркетинговых исследований;
- расширение клиентской базы;

- расширение специализации по видам и типам обслуживаемой сельскохозяйственной техники;
- выстраивание взаимовыгодных партнерских отношений с логистическими компаниями.

Типичные вопросы, которые возникают после проведения SWOT-анализа: достаточны ли существующие компетенции персонала, технические и финансовые ресурсы, чтобы справиться с выявленными вызовами.

В этой связи была проведена оценка рассматриваемого сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники в сравнении с конкурентами для выявления его конкурентных возможностей. Сравнительный анализ конкурентного потенциала сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники проводился как по отдельным его элементам, так и в комплексе. Если значение потенциала в целом ниже, чем у конкурентов, то встает вопрос о его наращивании на основе выбора соответствующей стратегии [1].

Анализ показал, что сервисному центру по ремонту сельскохозяйственной техники необходимо развивать конкурентный потенциал, что возможно за счет реализации следующих стратегических альтернатив:

- реализации маркетинговой стратегии;
- реализации стратегии диверсификации;
- реализации стратегии построения доверительных отношений с клиентами и партнерами;
- реализации транспортной стратегии.

Реализация каждой из рассмотренных стратегических альтернатив требует наличия определенных ресурсов и компетенций.

Реализация маркетинговой стратегии потребует создания отдела маркетинга, который будет вести веб-сайт и проводить рекламные акции.

Реализация стратегии диверсификации требует расширения специализации предприятия, что, соответственно, дает возможности привлечения новых клиентов.

Реализация стратегии построения доверительных отношений с клиентами и партнерами требует проведения ежегодных профессиональных сертификаций сотрудников ремонтно-механического отдела сервисного центра по ремонту сельскохозяйственной техники, а также заключения договоров о сотрудничестве с базовыми предприятиями (например, с заводом ЯМЗ).

Реализация транспортной стратегии требует заключения партнерских договоров с логистическими компаниями.

Ранжирование стратегических альтернатив с целью оптимального распределения ресурсов и ключевых компетенций для достижения высокой конкурентоспособности, позволит сервисному центру по ремонту сельскохозяйственной техники успешно развиваться в современных реалиях.

Библиографический список

1. Лушников С.А., Рознина Н.В., Карпова М.В. Оценка финансового состояния сельскохозяйственного кооператива по относительным показателям // Научная дискуссия современной молодёжи: актуальные вопросы состояния и перспективы инновационного развития экономики. Кирилово: Изд-во Брянский ГАУ, 2019. С. 168–173.

2. Дмитриев Н.Д. Тенденции инновационного развития отечественных предприятий // Инновационные направления интеграции науки, образования и производства: сборник докладов научно-практической конференции. 2020 С. 322–324.

3. Овчинникова Ю.И., Рознина Н.В., Карпова М.В. Оценка конкурентоспособности с помощью показателей инвестиционной привлекательности // Островские чтения, 2018. № 1. С. 93–101.

4. Санду И. Активизация инновационной деятельности в АПК // АПК: экономика, управление. 2005. № 11. С. 73–80.

УДК 658.51

Methods of forming a project team

Koshel A.Y.

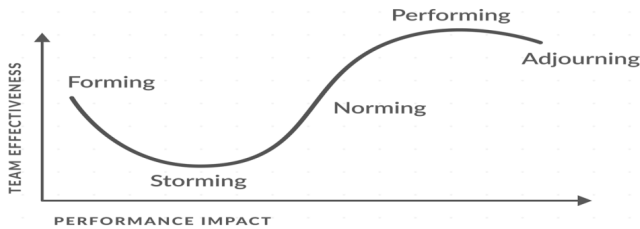
*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, Associate Professor
Belarusian National Technical University*

Creating an effective project team is one of the key challenges for domestic companies [1]. The integration of new employees into an already functioning business presents certain difficulties at the stage of team formation. In addition, it is necessary to clearly define the goals and objectives facing the team and coordinate the work process of the participants using all available resources and tools.

Team building is a strategic process of creating and coordinating a group of specialists with different skills and qualities to work together on a specific

project. This process includes selecting suitable participants, defining their roles and responsibilities, and ensuring a balanced mix of skills and experience to achieve the goals of the project. The formation of a team, similar to the project lifecycle, includes successive stages.

In 1965, Bruce Tuckman identified 5 stages of a team development: forming, storming, norming, performing, and adjourning [4]. The stages of a team development are shown in picture 1.



Picture 1. Bruce Tuckman's stages of group development

The life cycle of a team begins at the Forming stage, when relationships are established, goals become clear, and basic rules are established. This is followed by a Storming stage, when team members begin to fight for their positions, make mistakes due to misunderstandings, and argue about leadership, strategy, and goals. At this stage, team leadership is especially important, as the leader must successfully maintain motivation, solve emerging problems and clearly formulate goals and objectives. Having overcome the Storming stage, the team is ready to move on to the Norming stage, where open communications, stable positions and norms are established. People are learning to work with each other and are about to achieve the highest productivity in unity. Finally, having reached the level of trust, the team moves towards cohesion. With the achievement of cohesion, teams move from normalization to effective task performance. At the Performing stage, the team finally reaches the maximum of its capabilities and can work without the constant intervention of the manager. Adjourning is the last stage of the team's development. All the work on the project is over. The group has achieved the goals of the project, and now is the time to analyze the results. Thus, understanding the five stages of a team development helps leaders to manage the group better and eliminate weaknesses that limit the overall potential quickly.

Moreover, it is also important for the manager to determine the optimal number of project team members for a particular situation. According to research, 39% of project teams consist of 6-10 people; about 30,5% of teams include more than 10 members; 30,5% are groups of 1 to 5 participants [3].

After determining the size of the team, it is important to identify the role of each participant in it. Good staff is often 50% of the success of the entire project. Usually, the team consists of the following members:

- 1) The project manager is the main responsible person who leads everything and everyone to success, bypassing obstacles and risks.

- 2) Participants or team members are specialists involved in the project at a certain stage. These can be full-time employees, freelancers, external consultants.

- 3) The sponsor or the customer is both the internal defender of the project and the one who is most interested in its successful outcome.

- 4) A business analyst is a person who identifies the requirements of an organization and offers solutions to overcome problems.

Large-scale projects often have a supervisor, usually representing the top level of management. This specialist controls and provides the project with financial, material, human and other resources. The curator is responsible for achieving the final goals.

Effective formation of the project team is a critical aspect of the successful implementation of tasks. There are several main methods, each of which provides unique approaches to organizing and promoting intra-group dynamics. Let's consider four main methods of forming a project team: goal-setting, interpersonal, role-based and problem-oriented [2].

The goal-setting method is focused on clearly defining and establishing the overall goals of the project, which contributes to a better perception and understanding of the tasks by the whole team. This approach helps to create a single goal that all team members strive for, which in turn contributes to more effective coordination of actions and increased team cohesion and motivation. However, this method has the risk of missing details due to the focus on common goals.

The interpersonal method focuses on improving interpersonal relationships in a team. The purpose of this method is to increase group trust, encourage mutual support, and improve intra—team communications. In this case, the interpersonal method helps to create a team in which participants not only interact effectively professionally, but also support each other in various situations, contributing to the successful implementation of the project.

The role-based method focuses on conducting discussions and negotiations between team members regarding their roles within the project. The essence of the method is to prepare participants for the fact that their roles in the project may change. As a result of using the role-based method, the team becomes more

flexible, able to adapt to changes, and also better understands the contribution of each member to the overall success of the project.

The problem-oriented method focuses on the analysis and search for solutions to specific problems facing the team during the project implementation process. This method is focused on finding effective solutions and developing the team through overcoming difficulties. However, the method may require a higher level of stress tolerance among the participants. Thus, the problem-oriented method not only helps to solve current problems, but also contributes to the development of the team, strengthening its ability to adapt to changes during the project.

One of the best examples of effective team building occurred at SpaceX, founded by entrepreneur Elon Musk. The entrepreneur created a project to develop the Falcon 9 rocket and the Dragon spacecraft, which was designed to deliver cargo to the International Space Station (ISS). Based on Elon Musk's approach to team management [5], at the beginning the company's goals in the field of space flight, including the creation of affordable and reliable vehicles for space flights, were defined clearly. The SpaceX team was formed from outstanding engineers, designers, technologists and experts in the field of aerodynamics. Each team member has made a unique contribution, matching their profile. Moreover, the company established open and direct communication between team members and management. This facilitates timely problem solving and the exchange of ideas. Also, Elon Musk set ambitious deadlines for the team, which stimulated it to work at a high pace. Incentive programs were also proposed to encourage innovation and find new approaches to solving problems.

With this approach, SpaceX achieved several important points in the space industry, including returning rockets to Earth for reuse and sending private spaceships to the ISS. These successes highlight the importance of effective team building to achieve ambitious goals in any field.

In conclusion, studying the methods of forming a project team is an important aspect of successful management in modern business. The results of the analysis emphasize that effective team building is a key factor for achieving the goals set by the project and ensuring successful task solving. Each method has its own characteristics and can be applied depending on the specific conditions and goals of the project. However, despite all the advantages, each method has its own limitations and risks. It is necessary to choose the method of team formation carefully, taking into account the specifics of the project, the structure of the organization, as well as the individual characteristics of the participants.

References

1. Markovskiy V.A., Sorokina A.I. Modern HR Management // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной науч.-практ. конф. / редкол.: С.А. Гальченко (гл. ред.). Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. С. 298–300.
2. Методы формирования команды проекта [Electronic resource]. URL: <https://studfile.net/preview/9971039/page:3/>.
3. Секреты и Особенности Эффективной Команды Проекта [Electronic resource]. URL: <https://blog.ganttpro.com/ru/komanda-proekta-sostav-rol/>.
4. 5 Stages of Team Development: How Leaders Can Make or Break Any Project [Electronic resource]. URL: <https://welldoneby.com/blog/5-stages-of-team-development/>.
5. What Elon Musk Can Teach Us About How to Get Projects Done | by Barry Hodge [Electronic resource]. URL: <https://medium.com/@BarryHodge/what-elon-musk-can-teach-us-about-how-to-get-projects-done-864b76f8c203>.

УДК 339.138

Основные инструменты маркетинга

Любимова А.А.

*Научный руководитель: Тюрин С.Б., д-р экон. наук, профессор
Академия труда и социальных отношений, Ярославский филиал*

К инструментам маркетинга относятся методы, приемы, способы, с помощью которых происходит информационное обеспечение маркетинговой деятельности и воздействие на рынок, на потребителя для достижения целей предприятия. Выделяют две основные группы инструментов:

- 1) информационные (предназначенные для сбора и анализа информации о потребителях, о конкурентах, о посредниках, о предприятии, о макроокружении);
- 2) инструменты воздействия на рынок (предназначенные для формирования предпочтения потребителей к товару и фирме) - товар, цена, распределение, коммуникация [1, с. 71].

Под маркетинговой информацией, следует понимать совокупность аккумулируемых с определённой целью, сообщений, знаний, сведений о состоянии маркетинговой деятельности, об окружающей фирму маркетинговой среде и характерных для неё процессах.

Маркетинговой информации присущи такие свойства, как достоверность, актуальность, полнота, релевантность, доступность, экономичность.

Источниками первичной информации выступают объекты и субъекты. Поэтому для приобретения сведений из источников первичной информации используются полевые методы сбора, где к источникам вторичной информации относят публикации и документы, как внешние, так и внутренние.

Сбор первичной информации считается наиболее трудоемким процессом проведения маркетингового исследования, поскольку для его успешного проведения необходимо четко определить объект исследования.

К методам сбора первичной информации относятся – наблюдение; – эксперимент; – имитация; – опрос [2, с. 38].

Маркетинговое наблюдение является процессом сбора данных, который определяет рыночный процесс или явление и предназначенных для удовлетворения информационно-аналитических потребностей маркетинга.

Опрос — это процесс выявления мнений и определения действий, опрашиваемых путём индивидуального разговора вместе с респондентом. Респондент - лицо, принимающее участие в опросе. Данный метод можно применить практически в каждой области.

Под экспериментом понимается метод сбора первичной информации о поведении исследуемых объектов, предусматривающий установление, исследователями, контроля, за факторами, которые влияют на функционирование этих объектов.

Имитация представляет собой способ сбора данных, генерируемых ЭВМ с заранее разработанной математической модели, адекватно воспроизводящей поведение объекта исследования.

С помощью инструментов сбора информации предоставляются данные для разработки и обоснования решения, где при попытке применить эти данные, появляются тысячи разнообразных цифр и сведений, т.к. люди неспособны перерабатывать и сравнивать большой объем информации, были введены специальные статистические методы.

К инструментам воздействия на рынок можно отнести товар, цену, распределение и коммуникации. Товаром является любой предмет, идея, услуга, которая будет иметь ценность для потребителя и продаваться на рынке.

Рассматривая структуру товара, можно обратить внимание на следующие элементы: идея товара (товар по замыслу); качество и свойства (товар в реальном исполнении); набор торговых и технических услуг, привязанных к данному товару.

Товарная политика предполагает комплект действий и управленческих решений, направленных на формирование товара, его отдельных элементов, а также ассортимента, целью которых является обеспечение наибольшего удовлетворения требований рынка и развитие потенциала организации при наименьших затратах на маркетинг, производство, НИОКР.

Для достижения данной цели предприятию необходимо действовать в следующих направлениях:

- разработка инноваций - новых для рынка товаров;
- модификация - улучшение уже имеющегося товара, при отсутствии в нем принципа новизны.

Процесс инновации очень схож с модификацией и строится на одних и тех же этапах: поиск новых идей; селекция идей; экономический анализ; реализация идеи; выход на рынок.

Используя стандартные варианты повышения качества и потребительской ценности товара, фирма может сделать следующие действия:

- придать товару дополнительные функции;
- присоединить к товару емкости или крепления;
- повысить удобства переноски;
- отрегулировать товар под потребителя;
- разместить рекламу на товаре;
- объединить товары, имеющие общий конструктивный элемент;
- упростить конструкцию, ликвидировав детали;
- усовершенствовать способы изъятия товара из упаковки.

Модификацию товара можно осуществить посредством:

- дифференциации продукта, что подразумевает существование нового варианта продукта на рынке вместе со старым;
- вариаций продукта, в процессе которой происходит замена старого на новое.

Цена — это определенная сумма денег, в обмен на которые продавец готов продать единицу товара. Ценовая политика - решения и действия, связанные с образованием цены и условий поставки и платежа, влияющих на цену, где с помощью ценовой политики обеспечивается нужный объем выручки, а также график и структура платежей.

Модели ценообразования в теории:

1. Чистая конкуренция. В данных условиях стратегией ценообразования служит ориентация на рыночную цену.

2. Монополия. Выбор цены, отвечающей целям монополиста.

3. Олигополия. В этом случае функция цена ориентирована на монопольный участок. При повышении цены происходит резкий отток покупателей, при снижении приток соответственно.

Существуют три метода ценообразования:

- затратный;
- ориентированный на спрос;
- ориентированный на конкурентов.

Первый метод - затратный. В соответствии с ним цену можно определить по следующей формуле:

Цена = переменные затраты на единицу + постоянные затраты на единицу + прибыль согласно норме рентабельности + НДС, акцизы.

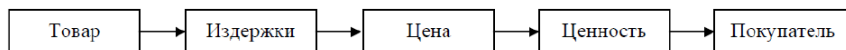


Рисунок 1. Схема процесса ценообразования на основе себестоимости

Данная схема имеет хорошее сочетание с российской бухгалтерской системой и с налоговой отчетностью, что при условии стабильного объема выпуска и слабой инфляции может обеспечить предприятию развитие и самоокупаемость. Впрочем, если рынок будет нестабилен, то расчет по данной схеме может повлечь за собой исчезновение прибыли. В итоге это приведет к тому, что предприятие само себя вытеснит с рынка из-за нестабильности.

Недостатки данной схемы можно исправить такими вариантами, как гибкое распределение накладных расходов и рентабельности, расчет цены по принципу переменные затраты + наценка.

Второй метод - ценообразование, ориентированное на спрос, где ключевую роль будет играть реакция спроса на цены, так как затраты отходят на второй план (рис. 2).



Рисунок 2. Схема процесса ценообразования на воспринимаемой ценности

Ценообразование будет складываться из следующих этапов:

- определение цели - прибыль, сбыт или доля рынка;

- выявление ценовых границ;
- изучение реакции спроса на цену.

В конце выявляется цена, построенная на базе функции цена - сбыт и обеспечивающая максимум сбыта и прибыли.

Третий метод - ценообразование, которое ориентируется на конкурентов, т.е. цена ориентируется на цены конкурентов. Такое ценообразование бывает двух вариантов:

1) активное - завышение или занижение цен относительно конкурентов, что приводит к большому разрыву в цене продукции или меньшему разрыву в качестве;

2) пассивное - представляет собой соответствие разрыву в цене разрыву в качестве.

В случае повышения цены конкурентом, повысить свою цену стоит через некоторое время, с целью собрать чувствительных к цене потребителей конкурента, когда перестанут расти объемы продаж. При понижении цены конкурентом действия зависят от позиционирования товара и потенциала снижения цен.

Система распределения - совокупность хозяйствующих субъектов и связей между ними, задействованных в перемещении товара и права собственности на этот товар от производителя к конечному потребителю.

Под эффективностью канала сбыта и распределения понимается отношение результатов и затрат, которые обеспечивает данный канал. К затратам относятся издержки обращения и объем сбытовых затрат. Прибыль и объем реализации, которые можно реализовать через данный канал и будут его результатом. При расширении сбыта требуется снижать цену и увеличивать издержки обращения, вместе со сбытовыми затратами. Получается, выбор каналов сбыта зависит от соотношения результатов и затрат.

При отборе каналов распределения и конкретных посредников следует ссылаться на следующие критерии:

- возможные объемы сбыта;
 - уровень отпускных цен предприятия;
 - размер текущих и капитальных сбытовых затрат;
 - возможность осуществления контроля за реализацией товара и расчетами;
 - возможность проведения своей политики через каналы распределения.
- Коммуникация - представляет собой информационное влияние на рынок с целью увеличения известности фирмы, улучшения ее имиджа, увеличения прибыли и сбыта. К видам коммуникации в

маркетинге относится: реклама, стимулирование сбыта, работа с общественностью, персональная продажа.

Реклама - платная, неличная, односторонняя, анонимная форма рыночной коммуникации. Целью любой рекламы является повышение известности, информированности, имиджа фирмы и в итоге увеличения доли рынка и прибыли. Процесс планирования рекламного процесса происходит согласно следующим направлениям:

- 1) определяются цели рекламы и целевых групп;
- 2) необходимо сформировать рекламное обращение;
- 3) нужно подобрать носители, после чего спланировать время и интенсивность рекламы;
- 4) надо определить бюджет рекламы.

Самый легкий способ размещения рекламы - раз в неделю в течение 52 недель или раз в месяц в течение 12 месяцев. Возможно также размещение рекламы в зависимости от сезона, то есть в сезон пиковых продаж. При попытке внести изменения в традиционные потребительские циклы сброса рекламу можно размещать через неравные интервалы.

Поэтому если необходимо чтобы приобретение определенного товара за время прохождения рекламного графика возросло, то имеет смысл использовать направленный импульс, где размещение рекламы через равные интервалы времени, вне зависимости от времени года, является оптимальным вариантом. Более того существующие четыре элемента (товар, цена, распределение, коммуникации) вместе составляют базовую модель комплекса маркетинга, где, манипулируя данными направлениями воздействия на рынок, компании готовы вызвать желательную реакцию со стороны рынка.

Таким образом, инструментами маркетинга являются методы, приемы, способы, с помощью которых происходит информационное обеспечение маркетинговой деятельности и воздействие на рынок, на потребителя для достижения целей предприятия. Правильное использование данных инструментов позволяет совершенствовать деятельность предприятия и повышать эффективность бизнеса.

Библиографический список

1. Воеводина Е.И. Концептуальные подходы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 1. № 8. С. 67–76.
2. Костоева Е.Х. Риск и его роль в управлении организацией // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 3. № 12. С. 37–43.

Виды финансовых планов и особенности их составления

Минина В.О.

*Научный руководитель: Лабурдова И.П., канд. экон. наук, доцент
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

Финансовый план – это документ, отражающий объем поступления и расходования денежных средств, фиксирующий баланс доходов и направлений расходов предприятия, а также платежи в бюджет на планируемый период. Главная цель составления финансового плана заключается в согласовании намечаемых расходов по производственному и социальному развитию трудовых коллективов с финансовыми возможностями предприятия.

В зависимости от срока, на который составлен план, финансовые планы подразделяются на стратегические, текущие и оперативные [1].

Когда требуется решение задачи в долгосрочной перспективе, то оптимальным вариантом будет составление стратегического плана. Он используется для временных интервалов от 1 до 5 лет. В долгосрочном финансовом плане определяются ключевые финансовые параметры развития организации, разрабатываются стратегические изменения в движении ее финансовых потоков [2].

Для решения среднесрочных задач по управлению капиталом организации используется текущий план. Срок, в рамках которого фиксируются соответствующие планы, чаще всего не превышает 1 года. В текущем финансовом плане все разделы плана развития организации увязываются с финансовыми показателями, определяется влияние финансовых потоков на производство и продажу [2].

Решение краткосрочных задач осуществляется при помощи оперативных планов. В данном случае их необходимо выполнить в течение нескольких недель или месяцев. Оперативный финансовый план включает в себя краткосрочные тактические действия — составление и исполнение платежного и налогового календаря на месяц, декаду, неделю [1].

Классификация финансовых планов выполняется не только по длительности периода разработки плана, но и по некоторым другим критериям, например:

- типу организации — коммерческие, некоммерческие, бюджетные;

- цели составления — инвестиционные, по привлечению займов, выпуску акций, облигаций;
- стадии жизненного цикла компании — организационные, операционные, ликвидационные, и т.д.

Разработка финансового плана – это последовательность ряда взаимосвязанных процедур, которые характеризуют единый процесс финансового планирования. Необходимость деления процесса разработки плана на отдельные этапы объясняется тем, что это позволяет выявить состояние отдельных этапов и сформулировать предложения по совершенствованию процесса финансового планирования в целом [3].

Этапы процесса финансового планирования:

1. Анализ финансовой ситуации. На основании бухгалтерской отчетности за предыдущие годы проводится анализ по различным направлениям [3]:

- структура и динамика финансовых результатов;
- структура и динамика активов и пассивов;
- эффективность финансовой и инвестиционной деятельности.

Данный этап необходим для того, чтобы определить существующие проблемы.

2. Разработка финансовой стратегии предприятия. Результатом этапа является программа стратегического финансового развития и прогнозы в разрезе основных финансовых форм отчетности.

3. Разработка финансовой политики. На основе принятой финансовой стратегии принимаются тактические решения по основным направлениям финансовой работы, т. е. налоговая, инвестиционная, амортизационная, ценовая, таможенная, эмиссионная, дивидендная политики.

4. Разработка текущих финансовых планов. Основная цель этапа – определить общую целесообразность экономических и финансовых решений в плановом периоде.

5. Разработка оперативных финансовых планов, т. е. детализация годовых показателей в квартальные, месячные, декадные и дневные.

6. Контроль исполнения финансовых планов. Основное содержание контроля – сопоставление плановых и фактических значений по планируемому объекту.

Для эффективного составления финансовых планов на предприятии должны быть созданы необходимые условия. Так, должна быть создана специальная служба или подразделение, организована необходимая информационная система, включающая плановые, прогнозные, учетные и аналитические данные [3].

Таким образом, благодаря финансовому плану появляется возможность определить потребности организации в средствах и понять, использование каких ресурсов поможет достигнуть поставленных задач. Наиболее функциональный вариант – это текущий финансовый план, сроком примерно на 1 год. В нем хорошо будет читаться общая картина доходов и расходов, а также проследиваться нынешняя ситуация в организации. Составление финансового плана предприятия — сугубо индивидуальный процесс, который зависит от множества внешних и внутренних факторов, а также от особенностей предприятия.

Библиографический список

1. Мустафин И. Финансовый план предприятия: содержание и порядок разработки [Электронный ресурс]. URL: <https://www.moedelo.org/club/upravlencheskiy-uchet/finansovyy-plan-predpriyatiya>.
2. Азимов С. Виды финансовых планов предприятия и их основные цели [Электронный ресурс]. URL: <https://academy-of-capital.ru/blog>.
3. Додонов О.В. Сущность финансового планирования [Электронный ресурс]. URL: <https://elib.psu.by>.

УДК 334.02

Relevance and Features of Online Marketing in Banking Sphere

Murashko L.A.

*Scientific supervisor: Slassi Moutabir S.A., senior lecturer
Belarusian National Technical University*

The increase in advertising budgets among banks due to fierce competition has made online marketing an important feature. Internet marketing for banks is rooted in building trusting relationships with customers, unlike marketing consumer goods. Customers' distrust of banks stems from a lack of transparency in the financial sector, so banks must actively educate customers about their practices and improve the financial literacy of their customers. This can be done through email newsletters or helpful content on your company blog.

After all, no transaction is possible without trust. Statistics show the relevance of online marketing: as of the beginning of 2020, 4.5 billion people used the Internet, with each user spending an average of more than 6 hours online every day.

Banking services are among the many fields where internet marketing has been integrated into our lives. The objective is to draw in, captivate, and hold onto customers. The banking industry uses internet marketing to fulfill these requirements. Banks attract potential customers via the advertising campaign, close deals cause of their customers' awareness of the brand and keep them due to the loyalty that is built on a successful marketing strategy [1; 2].

Banking requires more than sales. Banks that are not trusted are the reason people don't work with them. Therefore, it is important to constantly increase the loyalty of your audience. To accomplish this, you require studying your audience, creating interest in banking services, increasing loyalty, and turning potential clients into actual customers. These tasks can be solved using surveys, user behavior analysis, content marketing, targeted advertising, social networks and email. One of the main tasks of Internet marketing in the banking industry is audience research. When researching banking customers, you need to consider demographic, geographic, psychographic, and socioeconomic data to create a profile of your ideal customer. This information can be obtained through surveys, special services, company websites or social networks. After analyzing the data, you need to move on to developing an omnichannel strategy. Audience analysis is an important part of planning a bank's online promotion. This will help you understand the needs, wants and characteristics of your target customers, which in turn will help you effectively attract new customers and retain existing ones. The next step for online marketing is to boost interest in banking services [3]. To achieve this, you must come up with engaging content that satisfies the interests and needs of your audience. This could include articles, videos, newsletters, and other types of content that keep customers informed and interested in your bank. Increasing the loyalty of target customers is also an important task of Internet marketing. Building trusting relationships with clients is crucial, as well as providing them with useful information and responding to their questions and feedback. Regular communication with customers through a range of channels, such as social media, blogs, and email newsletters, can aid in maintaining and enhancing customer loyalty. Converting prospects into consumers is the latest challenge facing online marketing in the banking industry. The achievement of this goal requires the provision of attractive offers and terms of cooperation, convenient banking services, and transparent information to target customers. It is also important to track the effectiveness of marketing campaigns and analyze the results to optimize promotion strategies and convert potential customers into actual consumers [4].

Internet marketing plays an important role in the marketing strategy of the banking industry. Attracting new clients, closing deals, and retaining clients can

all be achieved with the help of this. The Internet is a powerful tool for promoting banking services, as it allows you to reach a large audience, easily interact with customers and offer personalized offers. An omnichannel online marketing strategy involves using multiple communication channels (website, social media, email campaigns, etc.) so that you can effectively engage with customers at different stages of their journey with your bank. Thus, analysis of bank customers and the use of Internet marketing in bank marketing strategies are key elements for the success of the banking industry in a competitive environment. This helps banks attract new customers, retain existing ones and increase loyalty.

Bibliography

1. Быканова Н.И., Науменко И.А., Молчанов К.В. Тенденции развития digital-маркетинга на рынке банковских услуг [// Научный результат. Экономические исследования. 2022. № 4.

2. Brugnerotto S. Banking Marketing: 9 Best Marketing Strategies For Banks for 2024 [Electronic resource]. URL: <https://ninjapromo.io/the-complete-guide-to-bank-marketing?ysclid=lt4t6h1xbp314013662>.

3. Petrovska I. Marketing On-line Banking [Electronic resource] URL: https://www.researchgate.net/institution/University_American_College_Skopj.

4. Todua, Nugzar & Gogitidze, Nino. Features of the Use of Digital Marketing in the Banking Sector [Electronic resource]. URL: https://www.researchgate.net/publication/358189537_Features_of_the_Use_of_Digital_Marketing_in_the_Banking_Sector/.

УДК 334.025

Psychological Climate in the Workplace

Новицкая Я.В.

*Научный руководитель: Сласси Мутабир С.А., старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет*

Psychological climate is a meaning attached by employees to events and procedures in an organization, as well as the definition by of behavior perceived as rewarded, supported and expected. This is as an important social factor that helps employees succeed in the work environment [1]. That is, it is the cumulative state of the working team's relationships. The psychological climate can be favorable and unfavorable [4].

In negative climate, there is a high degree of tension between employees and frequent conflicts. Colleagues do not trust each other, they are afraid to make mistakes or make a bad impression. This negatively affects the joint product, as employees do not want to invest their common efforts in it.

The situation with positive climate is opposite. There is trust, comfortable communication, free thinking, everyone contributes to the development of the enterprise, it is easy to find a common language.

There are features that make it possible to assess the atmosphere in the team. These signs include [1]: frequency of work breaks; product quality; the number of absenteeism and tardiness; the number of complaints from customers and employees; labor productivity; meeting deadlines; staff turnover. These factors are used to determine the state of the psychological climate in the team [1].

The main climate is the macro environment. It can be global or local.

The concept of a global macro environment includes a set of different conditions (cultural, political, economic). It also includes the very stability of society's life in the political and economic sphere. This ensures the well-being of the individual and affects the climate in the organization's team.

The local macro environment is already a narrower concept. This is an organization in which the labor collective is included. It includes various types of relationships (employee involvement in the process, lack of contradictions, resource allocation, status and role structure).

The next factor that no less affects the psychological climate is the physical microclimate, or sanitary and hygienic working conditions. Various noises, poor ventilation of the room, poor light. All this is a source of irritability and has a bad effect on the climate. If you properly organize a workspace that meets sanitary standards, you can achieve better productivity for the entire team.

When a person likes his job, he finds it interesting, it embraces his potential, helps to grow professionally, this person works efficient. Job satisfaction has a positive effect on the psychological climate [2]. We can achieve this if there are the right working conditions, good pay, motivation, working hours, the possibility of professional development, and the competence of colleagues.

The psychological climate depends very much on the nature of the activity. If the work seems monotonous, or there is high responsibility, perhaps it involves a risk to the employee's life, the climate in the team may be unfavorable.

The management of joint activities includes the very structure of the group, the method of dispersing opportunities, setting a common goal for the team. Conflicts or tension in the group can be provoked by an indistinct dispersion of active obligations, an employee's inconsistency with his professional role, and the mental incompatibility of members of the general work [3].

Another factor influencing the psychological climate is the leadership style. There are democratic, authoritarian and permissive styles. A democratic style, (else, participatory leadership or collaborative leadership), is a type of leadership style where group members take an active part in the decision-making process [4]. This type of leadership can be applied at any organization, from private businesses to schools and government.

An authoritarian style, also known as autocratic leadership, is a management style in which a person has full decision-making power and absolute control over his subordinates.

There is also a laissez-faire leadership style. Instead of all the decisions for an organization, group, or team made by one person, laissez-faire leaders make few decisions. Employees can choose the appropriate solution to the situation. But it requires highly educated professionals in team.

By choosing a certain management style, a manager can greatly influence the relationships in the team, the attitude towards common work and the result of joint activities. The result of a well-chosen leadership style is a favorable climate in the team.

Bibliography

1. Raspopin E. V., Cherepanova Y. A. Methodology for studying the socio-psychological climate in teams of students of educational organisations of the Ministry of Internal Affairs of Russia // Vestnik of St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia. 2023. № 1(97). PP. 180-189.

2. Maksimenko E.F., Bubnova I.S. Influence of management style on the psychological climate in the team. Pedagogical perspective. 2023; 2(10): 63-70.

3. Karpova L.A. Personality features that protect it from manipulation // Actual issues of science and practice / Collection of scientific articles based on the materials of the X International Scientific and Practical Conference. Ufa: Ed. Research Center Vestnik nauki, 2023.

4. Karpova L.A. Methodology for determining honesty as a stable personality trait // Innovative potential for the development of science in the modern world: achievements and innovations / Collection of scientific articles based on the materials of the X International Scientific and Practical Conference. Ufa: Ed. Scientific Research Center Bulletin of Science, 2023. PP. 213-228.

УДК 659.1

Новые технологии в BTL-рекламе

Паутова А.Д.

Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент

Современный человек живет в эпоху рекламы и постоянно становится жертвой типичных рекламных приемов, таких как «самые низкие цены» или акции «купи хлеб - получи квартиру в центре мегаполиса». Современные маркетологи обладают обширными знаниями о потребностях потребителей, включая их предпочтения в еде, местах посещения и даже мечтах. Они способны понимать желания и предсказывать поведение людей в определенных ситуациях. И когда потребитель покупает ненужную вещь на кухню, это, скорее всего, результат хорошей работы маркетологов. Поэтому, понимание того, как реклама влияет на людей и что хотят достичь маркетологи, может быть полезным.

Видов и способов маркетинговых коммуникаций существует очень много. Но в этой статье будет детально рассмотрено именно реклама BTL.

BTL (от англ. below the line - ниже линии) - это вид маркетинговых коммуникаций, который включает приемы мотивации клиентов к покупке без прямой рекламы. Основными задачами такого вида рекламы являются привлечение внимания, обработка запросов аудитории и формирование потребности в товаре [4].

В целом, BTL-маркетинг связан с активностью, не относящейся к масс-медиа. Понятие зародилось, когда было отмечено, что подобные мероприятия не предполагают комиссии рекламного агентства. Именно поэтому расходы оказываются «ниже линии» в счёте, который агентство выставляет заказчику [1].

Когда стартапы начинают продвигаться на рынке, они обычно используют как раз именно BTL-маркетинг. Это сравнительно недорогие приемы, нацеленные на конкретную аудиторию и предполагающие прямую коммуникацию с потребителем.

BTL включает следующие не прямые виды рекламы: программы лояльности, рассылки, демонстрация продукции, дегустации, акции, розыгрыши, выставки и т. д.

Сегодня удивить клиента крайне сложно. Серьезные изменения в развитие BTL-рекламы внесла, разумеется, пандемия COVID-2019. Компании открыли для себя много новых возможностей продвижения в виртуальной среде: создание и проведение онлайн-мероприятий, применение современного программного обеспечения и т. д. Стоит отметить, что проведение рекламных акций с помощью интернета ни в чем не уступает офлайн-мероприятиям: успешно оказывать

непосредственное влияние на потребителей можно и через социальные сети используя актуальные digital-инструменты. Например, на повышение узнаваемости бренда отлично работает интеграция QR-кодов, при считывании которых пользователь автоматически попадает на страницу с информацией о промо-предложении. Так, по данным исследований компании «AKAR»: при планировании рекламных кампаний во второй половине 2023 года, рекламодатели в первую использовали следующие медиа: Outdoor рекламу (57%); Интернет (Media) (50%); Indoor рекламу (40%) [2].

Сейчас компании все больше обращают внимание на брендинг, коллаборации и POS-материалы. При создании и продвижении бренда использование интеграции их различных элементов в медиaproстранство стали обязательным правилом игры в любой сфере деятельности. В fashion-сегменте, при использовании POS-материалов, часто принято создавать концепции с учетом эксклюзивного и сложного декорирования. Коллаборации набирают все большую популярность в глазах потребителей. Создание каких-либо материалов совместно с творческими личностями (художниками, дизайнерами, писателями, актерами или блогерами) положительно влияет на брендинг компании, при условии, что бренд самой личности вызывает приятные эмоции у потребителей.

Не следует забывать и о последних информационных технологиях. Уже с 2021 года компании стали активно внедрять в рекламные процессы (от этапа генерирования идеи до рассылки) искусственный интеллект. Потребителям это нравится, так как ИИ может подстроиться под каждого пользователя: например, прислать подборку косметических товаров любимого бренда для того, чтобы потребитель мог быстрее найти нужный товар и оформить покупку. Или, наоборот, проинформировать его о невероятной акции в любимом кафе [2].

При этом внедрение VR-, AR- и MR-технологий поможет потребителям посмотреть на товар и фирму с самых разных сторон, и даже стать частью предоставляемой услуги компанией (например, онлайн-квест). Современный потребитель не отдает особого предпочтения рекламе, а делает свой выбор в пользу бренда, который соответствует его ценностям и интересам, заостряет свое внимание на уникальных предложениях, созданные специально под него, или удивляется смелому решению фирмы и решает стать частью нового, смелого, интересного - того, что компания предлагает потребителю.

Российские компании в последнее время стали активно использовать методы VTL-рекламы и делают это ярко и незабываемо. Так компании

«Азбука вкуса», «Перекресток» (X5 Retail Group), «Ozon», «Додо Пицца» и «Delivery Club» установили памятник курьеру в столице России на территории «Товарищества Рябовской Мануфактуры». Эти компании вместе с художником-постановщиком Алексеем Гариковичем, создателем креативных работ, таким образом поблагодарили курьеров и других работников доставки, которые работали по 16 часов в день во время карантина. Такое смелое решение не осталось незамеченным: об этом писали в СМИ, и данная работа победила в экспертном конкурсе лучшей рекламы в России от SOSTAV «Итоги года 2020» [3].

Компании «Мегафон» и «ВКонтакте» проводят музыкальные фестивали со звёздными гостями. Так, «Мегафон» проводил концерты «Близкие города. Близкие люди» в 10 городах России, где выступали известные исполнители рок-хитов. «ВКонтакте» проводил похожие мероприятия в основном в Москве и Санкт-Петербурге. Такие фестивали не только являются эффективной рекламой компании, но и создают положительное впечатление о ней, устанавливают эмоциональную связь с целевой аудиторией и способствуют лояльности к бренду.

Таким образом, BTL-реклама является одним из наиболее эффективных видов маркетинговых коммуникаций, при котором сама реклама становится незаметной, но действующей. Потребитель не замечает, как уже начал «взаимодействовать» с ней и получать положительные эмоции. При этом, данный метод рекламы сейчас активно используют российские и зарубежные компании, ведь BTL-реклама еще и распространяется на личные сообщения потребителю, а в век информационных технологий такой способ рекламы товара или услуг особенно эффективен.

Библиографический список

1. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR: учебник / Д.А. Шевченко. М.: Директ-Медиа, 2023. 232 с.
2. Исследование: Влияние COVID-19 на рынок рекламы [Электронный ресурс]. URL: https://www.akarussia.ru/press_centre/news/id9280.
3. Итоги конкурса лучшей рекламы в России от SOSTAV. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/itogi-goda-2020-luchshie-btl-proekty-46695.html>.
4. Реклама, маркетинг, PR: электронное учеб. - справ. пособие / Д.А. Шевченко. М., 2019. 353 с.

Современный бизнес в сфере автоиндустрии в России в условиях санкций

Пухов К.В., Шиловский Д.А.

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В условиях современной глобальной политической обстановки Россия сталкивается с рядом вызовов в различных секторах экономики, в том числе в автомобильной промышленности. Введение санкций со стороны «недружественных» стран ограничило доступ к высокотехнологичным компонентам и оборудованию, которые широко используются в производстве автомобилей. В свою очередь, это оказало существенное влияние на российскую автоиндустрию, вызвав не только изменения в торгово-экономической среде, но и создав новые требования к бизнес-моделям компаний.

В связи с вышеуказанным цель данной статьи состоит в анализе современного бизнеса в сфере автоиндустрии в России в условиях санкционной политики. При этом будут рассмотрены ограничения доступа к иностранным технологиям и комплектующим, изменения в объемах импорта автомобилей, а также появление новых участников на рынке, в частности китайских брендов. Также будут проанализированы стратегии продаж китайских компаний, объемы продаж их продукции и популярность среди российских потребителей.

В связи с введением санкций российские автопроизводители столкнулись с проблемами в приобретении важных компонентов, таких как электроника, двигатели, трансмиссии и другие ключевые элементы, что привело к сложностям в производственных процессах и снижению качества конечных продуктов [2]. В ответ на ограничения компании вынуждены были пересматривать свои стратегии снабжения, искать альтернативные источники комплектующих, а также разрабатывать собственные технологии и производственные процессы [1]. Это часто требует больших дополнительных инвестиций и значительного времени на исследования и разработки.

Введение санкций также повлекло за собой уменьшение объемов импорта готовых автомобилей из-за введения торговых ограничений и

ужесточения таможенных процедур (рис. 1). Это сказалось на разнообразии моделей, доступных для российских потребителей, и способствовало росту спроса на отечественные или собранные в России автомобили. Уменьшение импорта также стимулировало местных производителей к увеличению объемов производства и расширению модельного ряда, однако это также требует значительных инвестиций в современные технологии и оборудование, что может быть вызовом для компаний в условиях экономических ограничений.

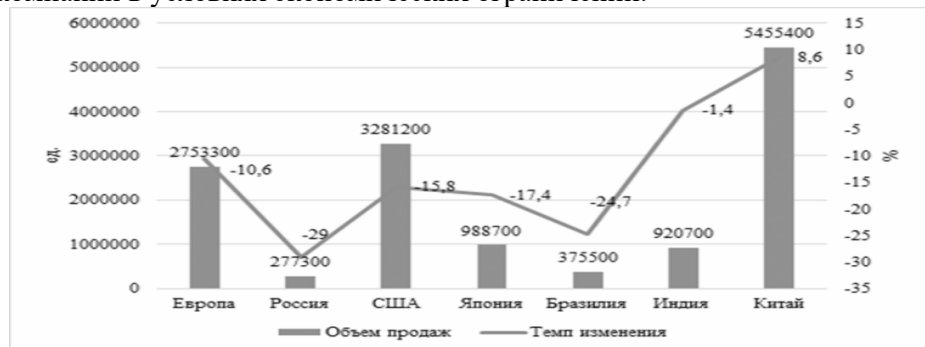


Рисунок 1. Объем продаж и темпы изменения крупнейших национальных автомобильных рынков в первом квартале 2022 г. [3]

Санкции и ограничения в импорте привели к росту интереса китайских автопроизводителей к российскому рынку. Среди таких производителей следует выделить Great Wall Motors, широкоизвестного своими внедорожниками и пикапами, Geely с их широким ассортиментом седанов и кроссоверов, Chery, предлагающий доступные и стильные модели, а также множество других брендов, таких как BYD, Lifan и Haval, которые также активно начинают продвигаться на российском рынке.

В последние годы продажи китайских автомобилей в России стабильно растут. Благодаря сочетанию доступной цены, современного дизайна и хорошего качества, они становятся все более популярными среди российских потребителей [2]. Некоторые модели китайских автомобилей даже показывают более высокие темпы роста продаж, чем их западные конкуренты (рис. 2). Популярность китайских автомобилей в России также стимулируется различными программами и акциями, предлагаемыми производителями, а также растущим доверием потребителей к качеству и надежности этих автомобилей.

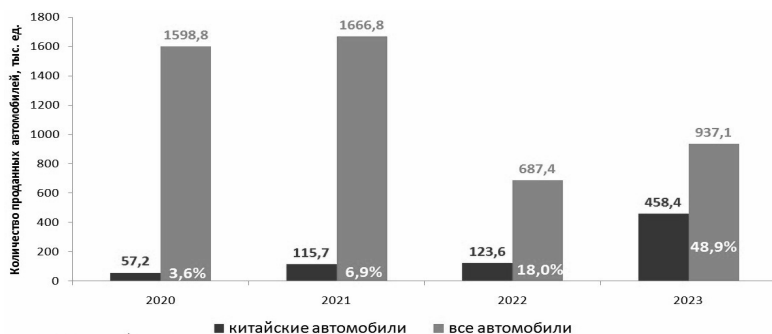


Рисунок 2. Доля китайских автомобилей на российском авторынке в период с 2020 по 2023 годы [1]

Китайские автопроизводители для повышения объемов продаж своих автомобилей используют следующую стратегию: активно инвестируют в рекламные кампании, чтобы повысить осведомленность о своих брендах среди российских потребителей. Они также используют различные каналы коммуникаций, включая телевидение, интернет и наружную рекламу, чтобы привлечь внимание к своим продуктам.

Сравнение китайских брендов с АвтоВАЗом можно описать следующим образом. Модели китайских брендов часто отличаются современным дизайном, обилием опций и технологическими инновациями. Они предлагают широкий выбор кузовных типов, начиная от компактных седанов до кроссоверов и внедорожников. Большинство китайских автомобилей оснащены передовыми системами безопасности, информационно-развлекательными комплексами и другими современными функциями. В то время как модели от АвтоВАЗа могут быть более простыми и менее технологичными, их особенности – это прочность, надежность и адаптация к российским условиям эксплуатации [4].

Конкуренция между китайскими брендами и АвтоВАЗом на российском рынке продолжает усиливаться. Обе стороны активно борются за свою долю рынка, предлагая разнообразные модели и привлекательные условия покупки. Китайские бренды стремятся привлечь клиентов современным дизайном и технологическими новинками, тогда как АвтоВАЗ уделяет внимание надежности, доступности и простоте в эксплуатации своих автомобилей. Конкуренция между этими двумя группами производителей приводит к разнообразию предложений на российском авторынке и вынуждает обе стороны постоянно

совершенствовать свои продукты и стратегии, чтобы привлечь и удержать клиентов.

Таким образом, в ходе исследования были выявлены основные тенденции и влияние санкций на автоиндустрию России. Ограничения доступа к иностранным технологиям и комплектующим привели к необходимости поиска альтернативных путей развития для отечественных производителей. В этом контексте приход китайских брендов на российский рынок создал дополнительную конкуренцию и стимулировал разнообразие предложений [3]. В то же время, российские автопроизводители сталкиваются под воздействием санкций с вызовом сохранения и укрепления своих позиций на рынке. Несмотря на эти вызовы существуют хорошие перспективы для развития отрасли. Российская автомобильная промышленность имеет потенциал для диверсификации и модернизации, что позволит ей стать более конкурентоспособной в долгосрочной перспективе. Значение инноваций, развитие собственного производства и укрепление позиций на внутреннем рынке играют ключевую роль в успешном развитии отрасли в условиях санкций. Сотрудничество с зарубежными партнерами, развитие экспорта и поиск новых рынков также могут стать важными элементами стратегии развития автоиндустрии в условиях санкций.

Таким образом, несмотря на создание вызовов и проблем, санкции могут стать хорошим стимулом для трансформации российской автомобильной отрасли и поиска новых возможностей для развития, что позволит ей сохранить конкурентоспособность и устойчивость в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. Анализ результатов продаж китайских автомобилей в России по итогам 2023 года [Электронный ресурс]. URL: https://dzen.ru/a/ZaUpLq_M2wvf-YuO.
2. В России уже 800 тысяч китайских машин: рейтинг марок и моделей [Электронный ресурс]. URL: <https://autoreview.ru/news/v-rossii-uzhe-800-tysyach-kitayskih-mashin-reyting-marok-i-modeley>.
3. Динамика продаж новых автомобилей в 1 квартале 2022 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.autostat.ru/infographics/51201/?ysclid=ltk1gfk7i1803614416>.
4. Продажи новых легковых автомобилей в РФ в январе выросли на 77,3% [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/business/944517>.

Зеленая экономика как перспектива развития современного менеджмента и маркетинга

Румянцева К.Р.

*Научный руководитель: Тимрот С.Д., канд. техн. наук, доцент
Ярославский государственный технический университет*

Учитывая текущие экологические проблемы и растущий спрос на экологически чистые товары и услуги, зеленая экономика может стать основной перспективной развития современного менеджмента и маркетинга.

Для развития экономики в данном направлении, соответствующем мировым трендам, Россия предпринимает определённые шаги.

Так, в действующем Указе президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации», зеленая и низкоуглеродная экономика признаны главными вопросами в международной повестке дня [1].

Начатый в 2019 году национальный проект «Экология» оказался действенным инструментом, так как повысил уровень осведомленности населения в вопросах экологии, стимулировал компании лучше управлять своими экологическими аспектами, а также увеличил инвестиции в зеленые технологии [2].

Как сообщает ВЭБ.РФ к 2030 году инвестиции в зеленые проекты составят порядка 20 триллионов рублей. Это будет способствовать снижению выбросов парниковых газов, улучшению состояния окружающей среды и повышению качества жизни населения страны. Данное направление инвестиций изменяет корпоративные стратегии и бизнес-модели, а также обуславливает необходимость разработки новых маркетинговых и управленческих подходов [3].

Развитие маркетинга в зелёном направлении поддерживается общественностью.

Эксперты-исследователи Gfk Rus, выяснили, что 70 % россиян чувствуют вину за косвенно нанесенный вред окружающей среде нашей страны и считают, что бренды и компании должны вести себя более ответственно.

Глобальное исследование Nielsen выяснило, что 62% россиян готово менять свое потребительское поведение, выбирая экологичные товары и

маркетинговых коммуникаций, не обеспечивают планируемой отдачи. Поэтому для профессионалов в сфере маркетинга и рекламы важно уметь не только создать привлекательные и креативные рекламные материалы, но и оценивать их эффективность в реальных условиях. Именно этим вопросам и посвящена данная статья.

Согласно исследованиям, в 2023 году в течение первых девяти месяцев объем российского рынка рекламы превысил 495 млрд. рублей, что означает увеличение на 30% по сравнению с предыдущим годом и на 22% по сравнению с аналогичным периодом до кризиса в 2021 году. Во II и III кварталах 2023 года все ключевые сегменты рекламного рынка показали убедительный рост. В I квартале годовой показатель роста составил +8%, во II квартале +50%, а в III квартале +35%. Есть все основания полагать, что российский рекламный рынок продемонстрирует двузначные темпы роста и к концу года.

Но возникает вопрос, насколько эффективно предприятия расходуют такие большие деньги. Одним из ключевых инструментов, который помогает проанализировать результаты и эффективность рекламных кампаний, является система web-аналитики. Этот инструмент не только предоставляет детальную информацию о поведении пользователей на сайте компании, но и позволяет оценить эффективность различных маркетинговых стратегий в области коммуникации.

В данной статье будут рассмотрены два важных показателя, используемых для оценки эффективности рекламных кампаний в рамках системы web-аналитики: конверсия и коэффициент рентабельности инвестиций.

Конверсия показывает долю посетителей, которые выполнили определенное целевое действие на сайте компании, такое как покупка товара или заполнение формы обратной связи. Чем выше конверсия, тем больше эффективность рекламной кампании.

Коэффициент конверсии (Conversion Rate или CR) — это отношение числа посетителей, совершивших целевое действие (регистрация, оформление заказа, заполнение формы обратной связи) к общему количеству посетителей сайта [1]. Конверсию нужно рассчитывать, чтобы понять, насколько эффективно сайт побуждает целевую аудиторию к этим действиям. Показатель отображается в статистике рекламных кабинетов Яндекс.Директ и Google Adwords, при этом он рассчитывается по формуле:

$$CR = \frac{\text{Количество конверсий}}{\text{Количество посетителей сайта}} * 100\%.$$

Коэффициент рентабельности инвестиций позволяет оценить эффективность рекламных затрат в денежном выражении. Путем

сравнения затрат на рекламу и полученной прибыли можно определить, окупилась ли инвестиция в рекламу или необходимо скорректировать стратегию и тактику маркетинговых коммуникаций.

Рентабельность инвестиций (Return on investment или ROI) — это показатель, который отражает доходность вложения денег за определенный срок [2]. Также его называют коэффициентом возврата инвестиций или коэффициентом окупаемости. ROI показывает, насколько инвестиции в определенную кампанию или инструмент являются выгодными или невыгодными и рассчитывается по формуле:

$$ROI = \frac{\text{Прибыль за период времени}}{\text{Стоимость инвестиций}} * 100\%$$

Если полученное значение ROI больше 100%, вложения приносят доход и реклама успешная. Если равен 100% маркетинговые действия безубыточны, но вложения возвращаются без дохода. При значении меньше 100% реклама не окупается. Причины этого могут быть разными: от непривлекательного оффера до проблем в самом продукте.

Использование систем web-аналитики для оценки эффективности рекламных кампаний позволяет компаниям точно определить, какие маркетинговые стратегии и средства приносят наибольший результат, и в дальнейшем сосредоточить усилия и ресурсы на этих направлениях. Это помогает компаниям не только увеличить свою прибыль, но и обеспечить стабильный и успешный рост в будущем.

Примерами компаний, которые успешно применяют технологии web-аналитики, в том числе метод конверсии и коэффициент рентабельности инвестиций являются многие российские компании: МТС, Мегафон, Яндекс, Сбербанк, Роснефть и тд. Рассмотрим более подробно компании Яндекс и Сбербанк.

Одним из примеров использования web-аналитики выступает контекстная реклама в поисковой системе «Яндекс», где компания оптимизирует объявления, использует стратегию ключевых слов и целевые страницы для увеличения конверсии. Также «Яндекс» активно использует системы аналитики данных для оценки рентабельности инвестиций в рекламу и маркетинговые кампании, а также для оптимизации этих инвестиций в целях достижения максимального эффекта и прибыли.

Компания активно применяет методы А/В-тестирования для проверки различных стратегий продвижения и определения наиболее эффективных вариантов. В целом, «Яндекс» успешно использует методы увеличения конверсии и расчет коэффициента рентабельности инвестиций для

оптимизации своих маркетинговых усилий и достижения более высоких показателей эффективности своих рекламных кампаний [3].

Компания «Сбербанк» также активно применяет методы конверсии и коэффициент рентабельности инвестиций в различных сферах своей деятельности. Так, в банковском секторе конверсия используется для управления процессом превращения потенциальных клиентов в реальных клиентов, а также для увеличения объема продаж финансовых продуктов и услуг. С помощью методов увеличения конверсии банк может оптимизировать свои маркетинговые кампании, улучшить процессы обслуживания клиентов и повысить уровень их удовлетворенности.

Что касается коэффициента рентабельности инвестиций, «Сбербанк» использует этот инструмент для анализа доходности различных проектов, определения отдачи от инвестиций в развитие технологий, разработку новых продуктов и услуг. Этот показатель позволяет компании оценить эффективность использования своих ресурсов, определить приоритеты в инвестировании и принимать обоснованные решения о дальнейших действиях. Применение методов увеличения конверсии и коэффициента рентабельности инвестиций помогает «Сбербанку» оптимизировать свою деятельность, улучшать финансовые показатели, повышать эффективность использования ресурсов и обеспечивает стабильный рост компании.

Таким образом, использование систем web-аналитики для оценки эффективности рекламных кампаний имеет ряд важных преимуществ, таких как точность измерения результатов, возможность постоянного мониторинга эффективности рекламы в режиме реального времени, улучшение стратегий продвижения и сокращение затрат на маркетинг. В связи с этим компании, занимающиеся рекламной деятельностью, должны обратить особое внимание на внедрение систем web-аналитики в свою деятельность для повышения эффективности своих рекламных кампаний в Интернете.

Библиографический список

1. Горшкова Е.А. Применение метода конверсии для оценки эффективности рекламных кампаний в Интернете // Интернет-маркетинг. 2021. № 2 (10). С. 56–63.

2. Дмитриева Т.И. Анализ рентабельности инвестиций в рекламные кампании с использованием системы веб-аналитики // Маркетинговые исследования и маркетинговая аналитика. 2022. № 4 (60). С. 18–25.

3. Дорофеев В.Ю. Яндекс Воложа. История создания компании мечты. 2020. С. 358.

Modern management and some of its problems

Sakovich U.S.

*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, Associate Professor
Belarusian National Technical University*

Nowadays the humanity lives in a fast-moving world when it is very complicated to predict what is going to happen next. Every sphere of people's life is influenced by many factors but most of all we worry about our job. Work is a place where each one has an opportunity to develop, come up with new ideas, share experience and at the same moment bring profit to the company. And management is essential to make all these processes work out.

The main goal of this article is to analyze modern management, some of its problems and prospects. The topic is really relevant because management directly affects the prosperity of the company [4].

First of all, it has to be said that modern management theory faces several problems in the current business environment. During globalization companies have to adapt to the situation and learn how to build solid communications channels with foreign stakeholders to increase their income. But as we see not every organization is ready to work with foreigners and try out new markets. One of the reasons is poor-developed cross-cultural professional communication competence of modern specialist.

Another problem is a constant change in consumer's preferences. Customers are influenced by social media, environmental concerns, political misunderstandings and many other factors. Lots of companies do not know how to communicate properly with consumers, don't ask for their opinion. As the result products lose their popularity with buyers and businesses lose their finances [2]. Modern world gives many opportunities for companies to promote their product. Nowadays social media (Instagram, Tik Tok, Facebook, Twitter) can be used as a platform to make customers find out about new products on the market. Using social media organizations can collect data and analyze what people would like to buy [5].

Moreover, we live now in the century of modern technology. Automation, artificial intelligence, big data analytics transform the way companies operate. And in case of unwillingness to adjust to these conditions, organizations take risks to stay behind their competitors.

Anyways companies should remember that main resource for them is employees [1]. Organizations that care about their workers, build solid communications channels and ask for worker's opinion always stay on top [3].

The author would like to point out how modern technology can simplify many processes in business. While spreadsheets are getting not so popular with managers, project management software prove its utility in a modern business world. New technology can help managers to deal with some tasks and make workers be free from heavy, not important work for them.

To conclude the author would like to say that nowadays innovative management theories have a lot of prospects. They can significantly change the situation in a company for a better flow, help companies to overcome challenges and gain great prospects for the improvement of their activities.

References

1. Markovskiy V.A., Sorokina A.I. Modern HR Management // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной науч.-практ. конф. / редкол.: С. А. Гальченко (гл. ред.). Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. С. 298–300.

2. Менеджмент XXI века: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/243132/1/392-394.pdf/>.

3. Новая парадигма менеджмента [Электронный ресурс]. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/31251/1/rrsick_2014_1_03.pdf.

4. Определение менеджмента единственно правильное [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dekanblog.ru/menedzhment-edinstvennoe-pravilnoe>.

5. Ostrovskaya D.S., Sorokina A.I. Social Networks as a Primary Channel of Communication with a Potential Consumer // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной науч.-практ. конф. / редкол.: С. А. Гальченко (гл. ред.). Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. С. 532–536.

УДК 331

Проблема внедрения инноваций в организационную культуру организации

Торопов Е.А.

*Научный руководитель: Сазонов А.И., канд. ист. наук, доцент
Ярославский государственный технический университет*

В современном менеджменте одним из основных стратегических инструментов, который позволяет ориентировать рабочий процесс и направлять усилия работников на общие цели, является организационная культура. В литературе существует несколько определений организационной культуры, вот основные из них.

Организационная культура – это:

- ценности и нормы, которые усвоены членами организации и определяют их поведение;
- социальный климат, общая атмосфера внутри организации;
- система ценностей, принятая в организации;
- доминирующий стиль поведения.

Таким образом, понятие организационной культуры включает в себя весь спектр социального поведения работников, ценности и нормы, принятые в организации, а также внешнее проявление соблюдения норм (организационное поведение).

Эффективная работа организации определяется не только бесперебойностью производства, квалификацией персонала, инновациями в области техники, но и во многом теми принципами, по которым организация живет. Организационная культура поддерживает жизненный потенциал организации. Как правило, успешные организации, имеют развитую и глубокую организационную культуру.

Хорошо развитая корпоративная культура помогает создавать положительный образ и привлекательность для внешней аудитории: будущих клиентов и сотрудников.

В корпоративной культуре есть ряд особенностей:

1. Корпоративная культура имеет большую зависимость от руководства. Обычно корпоративная культура формируется руководителями организации на основании их опыта, убеждений и ценностей. Но сотрудники не всегда разделяют эти ценности и не принимают существующие принципы, правила и традиции. Такая ситуация может привести к конфликтам и высокой текучести персонала.

2. Опыт в формировании корпоративной культуры одной организации не всегда применим к другой организации. Часто руководители применяют тот опыт в формировании корпоративной культуры, который использовали в другой компании, и он оказался положительным. Но в новой компании даже из аналогичной сферы другая команда, задачи и процессы, следовательно, и корпоративную культуру нужно выстраивать с учётом их особенностей.

3. Корпоративная культура требует изменений. Нельзя создать систему корпоративной культуры раз и навсегда. У растущей компании могут меняться ценности и приоритеты, а вместе с ними и подход к корпоративной культуре. Постепенно компания меняется, у нее появляются новые процессы, это в свою очередь влечет за собой изменения в корпоративной культуре.

Корпоративная культура компании имеет огромное влияние на удовлетворенность работой и производительность сотрудников организации, она создает чувство единства и мотивирует сотрудников к выполнению поставленных задач.

В современных быстро меняющихся условиях внедрение инноваций необходимо любой организации, которая стремится к развитию.

Поэтому, важно создание такой организационной культуры, в которой инициативность, творчество и новаторство будут в списке главных целей.

Инновационная организационная культура – это совокупность ценностей, убеждений, норм и поведенческих практик, которые способствуют развитию и поддержке инноваций в организации. Она определяет, как сотрудники взаимодействуют друг с другом, какие цели и задачи они преследуют, и какие методы и инструменты они используют для достижения этих целей.

Инновационная организационная культура характеризуется:

1. Более высоким образовательным уровнем персонала. Руководители должны предоставлять сотрудникам возможности для обучения новым навыкам, технологиям и методам работы. Обучение помогает сотрудникам расширить свои знания и умения, а также стимулирует их к инновационной деятельности.

2. Творческой обстановкой.

3. Сотрудничеством и командной работой. Руководители должны поощрять сотрудников к совместной работе, обмену идеями и знаниями, а также создавать условия для коллективного принятия решений. Командная работа способствует развитию творческого мышления, инновационных идей и их реализации.

4. Стремлением к постоянному улучшению и инновациям.

5. Готовностью к риску.

Инновационная культура немыслима без творческой атмосферы в организации, поощряющей работников к созданию нового; главная ценность при этом – возможность творчески работать. Способность творчески решать проблемы – самое важное качество современного менеджмента.

Инновационная организационная культура играет важную роль в успешном развитии организации, поскольку она способствует созданию и поддержке инноваций, улучшению процессов и продуктов, а также привлечению и удержанию талантливых сотрудников.

Так, исследования Д. Денисона показали взаимосвязь организационной культуры с такими значимыми бизнес-показателями, как прибыльность, удельный вес компании в обороте рынка, качество продукта или услуги, рост продаж, инновации, удовлетворенность работников и т. д. [1].

Для каждой организации, актуальным является формирование его инновационно-инвестиционной стратегии. Д.С. Линиченко доказывает, что в качестве инновационного механизма компании может служить организационное культуростроение, что повышает инновационный потенциал организации [2].

Внедрение инноваций в организационную культуру потребует временных и материальных затрат. Также внедрение инноваций в организационную культуру может потребовать изменения в структуре организации. Структура организации должна быть построена с ориентацией на быстрое реагирование на изменения во внешней и внутренней среде.

Инновационная организационная структура предполагает способность и возможность компании выявлять потребность и инициировать внедрение новшеств как с позиции управления фирмы, так и с позиции производства и реализации новой продукции.

Формирование инновационной организационной культуры предполагает изменение существующей организационной культуры. Рассмотрим, каким образом осуществляются ее изменения.

Изменения корпоративной культуры, в частности, должны осуществляться в рамках организационного развития компании, которое в условиях инновационной экономики должно носить инновационный характер.

Инновационную природу организационного развития отмечал еще Й. Шумпетер, подчеркивая значение феномена разрушения в созидательных целях [3].

Суть феномена в том, что творческое разрушение в конкретной организации предполагает необходимость постоянного введения инноваций при отмирании устаревшего в целях выживания на рынке. При этом и группы, и отдельные индивиды, являющиеся жизненно важными фрагментами каждой компании, должны меняться.

Внедрение инноваций в организационную культуру – это постепенный процесс. В рамках данного процесса происходит выяснение потребности в изменениях. Выделяются цели и возможные результаты изменения организационной культуры.

Также происходит анализ уже имеющейся организационной культуры. Для проведения анализа необходимо формирование команды специалистов, которые будут наделены особыми полномочиями и снабжены необходимой информацией. Необходимо проведение опроса, которое может быть в виде анкеты или интервью.

Для внедрения инноваций необходимо выяснить какое влияние на эффективность работы имеет имеющаяся организационная культура и как повлияют изменения.

Для создания инновационной организационной культуры необходимо:

1. Нанимать людей, которые будут способствовать развитию организации. Любую компанию делает успешной ее команда. Поэтому необходимо привлекать людей, заинтересованных в решении задач организации.

2. Оценивать риски. Любая инновационная деятельность связана с рисками, которыми необходимо грамотно управлять. Особенно это важно при заимствовании опыта других организаций. Нужно учитывать, что не всегда использование опыта одной организации может показать положительные результаты в другой организации. Это связано с различием ценностей, правил, традиций и устоев в разных компаниях.

Таким образом, организационная культура является важным фактором повышения эффективности деятельности компании. Внедрение инноваций позволит упростить процессы решения задач, повысить уровень компетентности персонала, снизить риск появления конфликтных ситуаций, а также повысить эффективность деятельности организации.

Библиографический список

1. Денисон Д., Лиф К., Лэйн Н. Изменение корпоративной культуры в организациях. СПб: Питер, 2013. 192 с.
2. Линиченко Д.С. Модель организационного культуuroстроения как инновационного механизма промышленного предприятия // Российское предпринимательство. 2011. Т. 12, № 9. С. 36–42.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1992. 215 с.

The role of digital transformation in the development of management strategies

Tsiuminkina M.N.

*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, Associate Professor
Belarusian National Technical University*

Digital transformation is the process of introducing digital technologies into all business aspects, which completely changes the way an organization works and provides services to its customers.

It is also a fundamental rethink of how companies use new technologies, people, and processes to significantly increase productivity and scope.

The introduction of the latest technologies is not only a transition to a new stage of development, it is their further usage for innovation, differentiation and growth promotion. This allows enterprises and industries to increase efficiency, optimize processes and remain competitive in a rapidly changing environment. Moreover, the integration of advanced tools opens the door to creative solutions and creates a culture of continuous improvement and adaptation.

Nowadays, digital transformation has become an important incentive for the development of modern business, allowing all areas of our lives, including management, to change their traditional strategies radically.

Technologies are continuously evolving every day and offer more and more new opportunities and challenges, and the role of digital transformation in creation management strategies is becoming more significant and necessary [2].

In the context of management, digital transformation has a significant impact on decision-making methods, optimization process, and interaction with internal and external business stakeholders. New technologies provide managers with tools for deeper data analysis, automation of routine tasks and making reasonable strategic decisions. The importance of these changes can't be overestimated in the modern management of any business where competition is sharp and requires continuous improvement.

Digital transformation not only defines new ways of growth and efficiency, but also becomes an integral part of strategic thinking, influencing the adaptability, flexibility and innovativeness of the organization.

In any situation, the manager invariably faces two key tasks: decision-making based on the analysis of all available information, and effective leadership of his team. If the leaders of the XX century relied only on their

personal skills, experience, knowledge and intuition, modern managers have a fairly wide range of tools for effective management [3].

The widespread usage of digital technology in various industries has led to the creation of three main types of software products.

1. Automatic analysis systems. In today's dynamic business environment, managers receive information not only from the subjective reports of their employees, but also from objective data located in various information systems such as CRM, ECM, ERP and BAM. These software solutions allow managers to effectively analyze large amounts of data and make more reasonable decisions.

2. Decision Support Systems (DSS). Instead of doing calculations on their own, modern managers can make their tasks more easier and resort to the help of DSS, which automate the analysis process and provide an assessment of each option, taking into account all the “pros” and “cons”. This significantly speeds up the decision-making process and allows them to focus on strategic thinking.

3. Behavior analysis systems. These software products monitor employee effectiveness and engagement, control their emotional state, motivation, and burnout index. An important aspect of such systems is the ability to identify informal leaders in the team, which contributes to more effective management and staff development in the organization.

Such innovative solutions not only optimize business processes, but also provide new opportunities to improve internal interaction and increase overall productivity.

In order to understand in more detail this most complex and important mechanism for the introduction and further usage of digital technologies in management strategies, a specific example should be considered.

Amazon is an example of successful usage of digital technologies for management and strategy formation. Today, it is one of the most famous and influential companies in the world, which began its activity as a small online market, and later turned into a technology giant that gained its fame all over the world [1].

Amazon's strategy is based on collecting and analyzing customer data to personalize recommendations and improve the quality of its service. The usage of AI technologies in logistics and supply chain management allows the company to ensure fast and efficient delivery of goods anywhere in the world. Examples of successful companies like Amazon show how digital transformation can lead to innovation and long-term success. These companies not only adapt to the demands of modern markets, but also actively shape them, using technology to create unique strategic advantages. The integration of such

digitized strategies in management emphasizes the special importance of digital transformation for the effective development of management strategies in modern business.

Having considered the impact of digital technologies on the development of management strategies, it becomes obvious that companies, which successfully integrate digital innovations, gain significant competitive advantages and are in demand of potential consumers, who have become quite picky with the development of various technologies.

However, despite the positive aspects, digital transformation also possesses quite huge risks, such as cybersecurity and the need for constant training of personnel in new technologies and functions.

Therefore, in order to successfully implement digital strategies, companies must ensure not only technical, but also cultural transformation in order to reduce the impact of these risks.

Thus, digital transformation is not just a change in business strategy, but a restructuring of thinking, innovative and effective approach to business management. Organizations that are ready to adapt to this new paradigm will have the opportunity not only to survive in a highly competitive environment, but also to reach the forefront of their industry and achieve prosperity.

References

1. Digital Transformation in Management: Emerging Trends and Best Practices [Electronic resource]. URL: https://www.researchgate.net/publication/371989901_Digital_Transformation_in_Management_Emerging_Trends_and_Best_Practices.

2. Цифровизация управления: преимущества, технологии, этапы [Electronic resource]. URL: <https://sales-generator.ru/blog/tsifrovizatsiya-upravleniya/>.

3. Amazon (AMZN): революция электронной коммерции [Electronic resource]. URL: <https://info.exmo.me/ru/obuchenie/amazon-amzn-revolyuciya-elektronnoj-kommercii/>.

УДК 334.02

Решение проблемы регулирования текучести кадров как фактор повышения эффективности деятельности отечественных организаций

Увина К.А.

*Научный руководитель: Киселев А.А., канд. пед. наук, профессор
Ярославский государственный технический университет*

В современных условиях деятельности отечественных организаций важным фактором обеспечения эффективности их деятельности выступает необходимость решения проблем текучести кадров.

В настоящее время нормой текучести кадров в организациях считается диапазон от 3 до 6%. Это связано с тем, что для эффективной работы организации необходимо периодическое обновление кадров. Это связано с тем, что для успешного развития организаций необходим постоянный приток «свежих» идей, а это могут обеспечить только новые сотрудники [5]. При этом источниками таких идей должны были бы быть выпускники российских вузов, которые могли бы приносить с собой новые идеи для развития организаций. Одновременно исследователи полагают, что если текучесть персонала организации не достигает 3%, то данное явление называется «застоем» и является скорее отрицательным показателем, так как все держится на хорошем и всем привычном всем ритме работы организации. Но при этом разные инновации такими коллективами воспринимаются чаще всего отрицательно и требуют очень серьезной работы по преодолению сопротивления работников таким новшествам, меняющим стереотипы в деятельности сотрудников организаций. В то же время, если уровень текучести превышает 6%, то это свидетельствует о проблемах в деятельности организаций. В таких условиях стоит задуматься о причинах такой ситуации и вовремя устранить их, так как в противном случае это может негативно отразиться на эффективности деятельности организации [4].

Анализ проблемы показывает, что основными причинами текучести кадров в организациях основные причины, которые могут вызвать текучесть кадров, являются не устраивающая работников заработная плата, отсутствие эффективной системы поощрения сотрудников, завышенные требования к сотрудникам, взаимоотношения в коллективе, ошибки руководителей и слабая взаимосвязь работников с руководством организации, пассивная кадровая политика и ряд других.

Понятно, что сотрудники заинтересованы в том, чтобы получать достойную заработную плату, которая бы являлась фактором, удерживающим его в организации и обеспечивающим эффективность их профессиональной деятельности. Слишком низкая оплата труда не привлекает хороших специалистов, а уже работающих заставляет задуматься об увольнении. Необходимо учитывать, что необходимо постоянно индексировать заработную плату с учетом инфляции и изменением заработной платы в других организациях в регионе. Понятно, что найдя себе работу с более высокой заработной платой, сотрудник

организации уволится из той организации, в которой работает. И чаще всего это будет для работодателя внезапным событием, так сотрудники в таких случаях не извещают заблаговременно руководство о своем намерении уволиться. А это влияет на эффективность деятельности организации, так необходимо будет подобрать замену такому работнику, возможно, обучить его на рабочем месте, пройти период адаптации и т.д.

Отсутствие понятной и работающей системы поощрения сотрудников тоже влияет на эффективность их работы [6]. Часто в организациях положения о премировании не изменяются десятилетиями, а соответственно теряют свою значимость в плане стимулирования сотрудников организации к повышению эффективности работы и могут стать причиной их увольнения.

Сегодня очень распространены завышенные требования к работникам. Часто это связано со стремлением руководства организаций сэкономить на заработной плате сотрудников. При этом возникающие конфликты между сотрудниками и руководителями организаций приводят к тому, что сотрудников могут быть уволены и по инициативе руководителей организаций [4]. При этом, как показывает анализ таких ситуаций в отечественных организациях, такие конфликты составляют более 70% организационных конфликтов.

Несомненно, влияет на текучесть кадров и взаимоотношения в коллективе [1]. Часто, как показывает практика, сотрудники организаций не хотят работать, когда руководство организации не стремится работать над формированием необходимой организационной культурой. А это напрямую связано с тем, что руководители устраниются от прямых контактов с сотрудниками, не пытаются вникать в их проблемы по принципу: «все свои проблемы оставляйте дома» и «я здесь решаю все», что, в конечном счете, делает кадровую политику организации пассивной. При этом кадровые службы организаций сегодня модно стало переименовывать в управления персоналом без изменения их влияния на кадровую политику. В результате этого их главной задачей является не обеспечение эффективности деятельности, а заполнение вакантных мест приемом на работу других сотрудников.

Нужно отметить и такую тенденцию, что в своем большинстве организации не хотят принимать на работу выпускников вузов, так как не хотят брать на себя задачи их профессионального роста, стараясь найти уже опытных сотрудников [3]. А это опять приводит к тому, что организации теряют возможность для своего развития через привлечение молодых и креативных кадров, способных обеспечить прогностическое

развитие организации. В результате этого выпускники устраиваются в организации на любые должности, чтобы просто формально получить опыт работы даже не по направлению полученной подготовки, чтобы затем найти нормально оплачиваемую работу. В результате получается замкнутый круг: организациям нужны молодые и перспективные кадры, но они не хотят принимать на работу выпускников вузов, так как они не имеют опыта работы в организациях.

Вследствие этого назрела необходимость регулирования текучести кадров в организациях.

Во-первых, кадровая служба должна стать тем подразделением, как управление персоналом, курирующем перспективное кадровое планирование, в том числе налаживая взаимоотношения с вузами для обучения студентов по целевому назначению.

Во-вторых, необходимо учитывать изменения в потребностях работников по мере повышения их профессионализма, отслеживать ситуацию с увольнением сотрудников по собственному желанию и своевременно устранять причины, приводящие к этому.

В-третьих, необходимо выстраивать взаимоотношения в трудовых коллективах с позиции концепции управления персоналом, чтобы работник всегда чувствовал заинтересованность организации в нем и соответствующую заботу о нем, в том числе в виде заработной платы и мер по стимулированию их труда.

В-четвертых, необходимо выстраивать работу с сотрудниками не как с рабочей силой, перегружая их дополнительными обязанностями, приводящими к профессиональному выгоранию, но создавать «прозрачную» ситуацию с перспективами сотрудников в организации.

В-четвертых, создать условия для привлечения молодых сотрудников в виде выпускников вузов, которые будут помогать организации оставаться на уровне современных требований к их деятельности.

Все эти правила вроде бы всем понятны, но на практике почему-то не реализуются или реализуются выборочно, применяются к отдельным категориям сотрудников, порождают организационные конфликты, тем самым повышают текучесть кадров, приводящую к снижению эффективности деятельности организаций [2].

Таким образом, текучесть кадров, как проблема, давно всем известна, о ее решении говорят и исследователи и практики, но системного решения ее нет. А она требует определенного механизма, позволяющего решать всевозможные проблемы в данной сфере, которые больше всего влияют на эффективность деятельности организаций. Таким механизмом должно

быть регулирование текучести кадров в организациях. Регулирование текучестью кадров организации - это комплексный подход к решению вопрос кадрового обеспечения организаций, непосредственно влияющий на решение проблем обеспечения эффективности деятельности организаций, обеспечивая здоровый психологический климат внутри коллектива, повышение мотивацию персонала к эффективной работе и формирует с ними долгосрочные партнерские отношения.

Библиографический список

1. Адаптация персонала [Электронный ресурс]. URL: <https://hrhelpline.ru/adaptasiyapersonala/>.
2. Гордеева Т.Е., Киселев А.А. Кадровые проблемы ярославского аквапарка и пути их решения // 76-я всероссийская научно-техническая конференция студентов, магистрантов и аспирантов с международным участием. 19-20 апреля 2023 г., Ярославль: сборник материалов конференции в 3 ч. Ч. 3. Ярославль: Изд-во ЯГТУ, 2023. С. 353-357.
3. Киселев А.А. «Кадровый голод» отечественных организаций в молодых профессионалах – выпускниках вузов // Материалы XXVI международной научно-практической конференции (30 апреля 2021года). Прага, Чешская Республика: Изд-во WORL DPRESSs r.o., 2021. С. 41-42.
4. Причины текучести кадров и способы её предотвращения [Электронный ресурс]. URL: <https://acenter.ru/article/prichiny-tekuchesti-kadrov-i-sposoby-ee-predotvrashcheniya>.
5. Расчет текучести персонала и список рекомендаций [Электронный ресурс]. URL: <https://efsol.ru/promo/calculating-employee-turnover>.
6. Социальный пакет как способ мотивации персонала [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tls-cons.ru/services/pravovoy-konsalting/stati-nashikh-yuristov/sotsialnyy-paket-kak-sposob-motivatsii-personala/>

УДК 658.15

Минимизация вероятности банкротства компании на основе двухфакторной модели Альтмана

Челмакина А.О.

*Научный руководитель: Сальников А.М., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В литературе известны модели Эдварда Альтмана, позволяющие оценить вероятность банкротства компании на основе данных ее бухгалтерской отчетности.

Чаще всего эти модели используются для оценки вероятности банкротства: аналитику нужно подставить в формулы соответствующие значения показателей отчетности компании и рассчитать величину Z , на основе которой формируется вывод о финансовом состоянии компании. Известные научные работы либо адаптируют модели Альтмана под особенности национальных форм бухгалтерской отчетности, либо корректируют коэффициенты, полученные ранее (поскольку они зависят от ряда внешних факторов). До настоящего времени никто еще не ставил задачи управления компанией на основе оптимизации коэффициентов Z , и данный пробел необходимо исправить.

В классическом виде двухфакторная модель Альтмана выглядит следующим образом:

$$Z = -0,3877 - 1,0736 \times X_1 + 0,579 \times X_2,$$

где Z — вероятность банкротства компании в следующем отчетном периоде (при $Z = 0$ вероятность банкротства равна 50%, при уменьшении Z вероятность банкротства уменьшается);

- X_1 — коэффициент текущей ликвидности;
- X_2 — коэффициент капитализации.

Исходя из вышеприведенного свойства Z можно предложить нижеследующее. Если вероятность банкротства снижается при уменьшении величины Z , следовательно, можно найти минимум и добиваться тех значений X_1 и X_2 , которые соответствуют минимуму Z . Следует помнить, что X_1 и X_2 взаимозависимы, и перед началом оптимизации эту взаимозависимость необходимо устранить. Было предложено следующее преобразование:

$$Z(FL; CL) = -0,3877 - 1,0736 \times \frac{E + FL + CL - FA}{CL} + 0,579 \times \frac{FL + CL}{E},$$

где FL — долгосрочные обязательства (подлежащие погашению более, чем через год после отчетной даты);

- CL — краткосрочные обязательства (подлежащие погашению в течение года после отчетной даты);
- E — собственный капитал компании;
- FA — внеоборотные активы.

Показатели E и FA можно считать константами, поскольку быстрое изменение собственного капитала и величины внеоборотных средств невозможно.

Исходя из вышесказанного минимум функции Z достигается при условии:

$$\begin{cases} \frac{\partial Z}{\partial FL} = 0 \\ \frac{\partial Z}{\partial CL} = 0 \end{cases}$$

то есть:

$$\begin{cases} FL = FA - 2,8542 \times E \\ CL = 1,8542 \times E \end{cases}$$

Однако, внимательно изучив уравнение, мы сталкиваемся с невозможностью использования данных формул на практике. Во-первых, величина краткосрочного долга почти в два раза больше собственного капитала. Создать такую задолженность затруднительно, поскольку величина риска невозврата долга растет, и, как следствие, растет процентная ставка по долгу, а начиная с некоторой величины долга банки просто перестанут давать новые кредиты. Во-вторых, исходя из первого уравнения в (4), мы должны иметь относительно небольшой собственный капитал и финансировать внеоборотные активы либо за счет долгосрочных обязательств, либо за счет краткосрочных долгов. И тот, и другой путь финансирования внеоборотных активов невозможен на практике — кредиторы просто не дадут в долг нужную сумму, полагая, что эта кредитная операция несет в себе крайне высокий риск. В-третьих, минимум функции Z может достигаться при отрицательных значениях FL и CL , что противоречит логике и правилам построения баланса. Для решения вышеперечисленных проблем было предложено использовать иной математический аппарат.

По нашему мнению, от поиска глобального минимума Z нужно перейти к поиску минимального значения при наличии ряда ограничений с помощью математического программирования. Для этого переформулируем исходную задачу:

$$\begin{aligned} Z(FL; CL) &= -0,3877 - 1,0736 \times X_1 + 0,579 \times X_2 \rightarrow \min \\ \left\{ \begin{aligned} X_1 &= \frac{E + FL + CL - FA}{CL} \\ X_2 &= \frac{FL + CL}{E} \\ CL &\geq 0 \\ FL &\geq 0 \\ \frac{FL + CL}{E} &\leq 1 \\ 1 &\leq \frac{E + FL + CL - FA}{CL} \leq 3 \end{aligned} \right. \end{aligned}$$

Предпоследнее ограничение связано с тем, что у компании должен быть положительный чистый оборотный капитал, последнее — с необходимостью обеспечения платежеспособности и разумного количества оборотных средств.

Сформулированную задачу можно решить, например, методом градиентного спуска. Для этого вводим величину изменения Δ (чем она меньше, тем точнее будет решение, но потребуются сделать больше шагов). На i -ом шаге мы рассматриваем восемь возможных комбинаций: $(FL_{i-1} + \Delta; CL_{i-1})$, $(FL_{i-1} - \Delta; CL_{i-1})$, $(FL_{i-1}; CL_{i-1} + \Delta)$, $(FL_{i-1}; CL_{i-1} - \Delta)$, $(FL_{i-1} + \Delta; CL_{i-1} + \Delta)$, $(FL_{i-1} - \Delta; CL_{i-1} - \Delta)$, $(FL_{i-1} + \Delta; CL_{i-1} - \Delta)$, $(FL_{i-1} - \Delta; CL_{i-1} + \Delta)$, где FL_{i-1} и CL_{i-1} — значения, полученные на предыдущем шаге (для первого шага берем реальные значения FL и CL из отчетности). Для каждой из восьми новых комбинаций значений FL и CL проверяем ограничения, после чего рассчитываем восемь новых показателей Z . Если ограничения не соблюдаются, то в качестве оптимальных мы используем значения FL и CL , полученные на предыдущем ($i-1$ -ом) шаге, противном случае выбираем ту комбинацию новых значений, которая дает минимальное значение Z и переходим на следующий ($i+1$ -ый) шаг, на котором повторяем те же действия.

Таким образом, используя метод градиентного спуска мы решаем поставленную задачу по минимизации вероятности банкротства компании. Абсолютной минимизации при таком подходе добиться невозможно, так как результат будет зависеть от соотношения ряда показателей бухгалтерского баланса, масштаба бизнеса и пропорций между показателями баланса, характерных для соответствующей отрасли.

Библиографический список

1. Винникова Е. В. Обоснование использования моделей Альтмана в анализе финансового состояния предприятий санаторно-курортного комплекса // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2008. № 2. С. 137–143.
2. Наджафова М. Н. Применение двухфакторной модели Альтмана для прогнозирования вероятности банкротства фармацевтических предприятий // Карельский научный журнал. 2018. Том 7, № 1. С. 141–143.
3. Патласов О. Ю., Сергиенко О. В. Множественный дискриминантный анализ в моделях прогнозирования банкротства Альтмана: интерпретации и ограничения использования // Сибирская финансовая школа. 2007. № 1. С. 76–80.

Создание привлекательного медиаобраза объектов экотуризма в Ярославской области с использованием искусственного интеллекта

Чумак Э.Д.

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Экотуризм является одним из наиболее перспективных и быстрорастущих секторов туризма во всем мире. Ярославская область, как один из самых живописных регионов России, обладает значительным потенциалом для развития экотуризма. Однако, для привлечения туристов и инвестиций в эту сферу, необходимо создание яркого и привлекательного образа региона в целом и отдельных организаций агротуризма.

В условиях ограниченного финансирования возможность найма штатных специалистов по маркетингу может быть недоступна. В этом контексте, для изучения рынка и разработки первичной стратегии развития медиаобраза, использование Искусственного Интеллекта (ИИ) может оказаться особенно эффективным.

Рассмотрим основные направления использования ИИ в современной маркетинговой деятельности для туристических организаций:

1. Анализ рынка. Одним из главных преимуществ использования искусственного интеллекта является возможность анализа больших объемов данных, что позволяет определить предпочтения туристов, выбрать наиболее популярные маршруты и места для отдыха. На основании этих данных можно также разработать более эффективные рекламные кампании и предложения.

2. Создание контента. Искусственный интеллект может помочь в создании интересного и уникального контента для привлечения внимания туристов. Это могут быть статьи, видео, фотографии и другие материалы, рассказывающие о достопримечательностях и особенностях экологического туризма в Ярославле.

3. Персонализация предложений. С помощью искусственного интеллекта можно создавать индивидуальные предложения для туристов, максимально учитывающие их предпочтения и интересы. Это позволит привлечь больше туристов и сделать их пребывание в Ярославском регионе более комфортным и интересным.

4. Оптимизация рекламы. Еще одной важной функцией искусственного интеллекта является оптимизация рекламных кампаний. Он может анализировать эффективность рекламы, определять наиболее эффективные каналы продвижения и оптимизировать бюджеты рекламных кампаний.

5. Мониторинг и аналитика. Наконец, искусственный интеллект позволяет быстро анализировать большие массивы данных и определять тенденции и изменения в предпочтениях туристов. Это позволяет своевременно корректировать рекламные кампании и улучшать предложения для туристов.

На примере официального сайта и страницы ВКонтакте экофермы «Давыдовское», расположенной в Борисоглебском районе Ярославской области, разберем возможности использования инструментов ИИ для повышения охвата аудитории и средней конверсии сайта.

На официальном сайте можно ознакомиться с каталогом продукции фермерского хозяйства, небольшим блогом (четыре статьи), информацией об охотохозяйстве (отдельный лендинг), узнать информацию о самой ферме, экотуризме, свободных участках для старта фермерского дела и вариантах проживания на территории комплекса.

Присутствуют ссылки на страницы facebook и instagram, однако ограничение доступа на территории России-сокращают возможности взаимодействия с потребителем через данные ресурсы [1].

Последняя публикация на официальной странице ВКонтакте была 11 мая 2023 года, предыдущие публикации за последние 3 года в основном имеют информационный характер, и не имеют отсылок к теме туризма или коммерческому предложению. Количество подписчиков 859 человек, однако аудитория не активная, так как взаимодействие с публикациями составляет менее 1,5% [2].

Следовательно, можно сделать вывод о том, что регулярное формирование контента и рекламных предложений, которые привлекали бы гостей как из Ярославской области, так и из других регионов, для экофермы «Давыдовское» является достаточно затруднительным.

Какие задачи тогда экоферма «Давыдовское» может делегировать ИИ?

Сервис «Яндекс директ» может автоматически генерировать баннеры для размещения объявлений на своих площадках. Пользователю предлагается несколько вариантов заголовков, рекламных текстов, изображений и форматов объявления, при этом наиболее эффективные будут отображаться чаще.

Можно выделить в качестве элементов стратегии развития медиаобраза «Давыдовское» следующие: продвижение информационных материалов о

маршруте, включающем объект туризма, проведение пресс-туров и настройка регулярных публикаций на страницах официального сайта ferma.davydovskoe.com. Чаты GPT помогут с формулировкой постов и поиском инфоповодов или сюжетов для видео, Art-GPT может сгенерировать качественное изображение, интересный видеоряд или анимацию.

Вышеприведенные шаги универсальны и направлены на снижение затрат по созданию и поддержке медиа-контента, улучшение его качества и увеличение посещаемости объектов экотуризма.

Таким образом, использование искусственного интеллекта в продвижении экотуризма поможет вывести медиаобраз как отдельных его объектов, так и всей отрасли, в целом, на новый более высокий уровень и привлечь дополнительные потоки туристов в Ярославскую область.

Библиографический список

1. Ферма «Давыдовское» - официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://ferma.davydovskoe.com/>.
2. Ферма «Давыдовское» - официальная страница "ВКонтакте" [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/public145710172>.

УДК 334.02

Имплементация аутсорсинга в управлении проектами

Шленкова Е.А.

*Научный руководитель: Жудро Н.В., канд. экон. наук, доцент
Белорусский национальный технический университет*

Современная экономика характеризуется рядом негативных явлений. Макроэкономическая нестабильность вносит дополнительную нестабильность в эту систему, создавая нестабильную ситуацию на финансовых и товарных рынках. Платежеспособный спрос снижается и, наряду с более медленным оборотом капитала, отрицательно влияет на экономические показатели производственных систем. Более жесткая конкуренция становится дополнительным фактором, оказывающим давление на производителя; между тем такая конкуренция является одновременно основным следствием и смыслом функционирования рынка.

В таких обстоятельствах бизнесу часто необходимо повысить свою конкурентоспособность путем достижения ощутимых изменений в положении компании.

Можно выделить два основных направления усилий по повышению конкурентоспособности компании. Первый способ — это разработка соответствующих мер с использованием усилий управленческой команды компании (например, [1]). Второй способ - привлечение новых специалистов для решения конкретной бизнес-задачи.

Однако постоянное привлечение дополнительных специалистов связано с рядом проблем. Именно по этой причине в зарубежной практике для такой цели используется аутсорсинг (временное управление).

Временное руководство представляет собой назначения руководства компании, которые ограничены по времени. Британская ассоциация временного менеджмента определила Аутсорсинг как быстрое практическое решение бизнес-проблемы путем привлечения высококлассных менеджеров высшего звена на определенный период времени [2].

Энциклопедия для менеджеров определяет временное управление как вид управленческих услуг с консалтинговым уклоном, суть которых заключается во временном привлечении специалиста для решения проблемы, которую компания не может решить собственными ресурсами [3].

Таким образом, временный менеджер был бы приглашен в компанию на короткий срок, чтобы найти профессиональное решение для набора задач, предоставить услуги по управлению проектами, и он /она ушел бы после достижения цели и завершения проекта [4].

Известно, что первые временные менеджеры появились в Голландии в 70-х годах и что они помогли повысить гибкость рынка труда. Довольно быстро это явление распространилось по всей Западной Европе. В Германии первые временные менеджеры появились в 80-х годах. В настоящее время более 60% компаний США нанимают временных менеджеров для управления бизнесом и проектами. В Англии этот показатель превышает 80% [5].

Современный рынок временного управления находится под постоянным влиянием временных провайдеров (профессиональных посреднических агентств) и ассоциаций временных управляющих. В нынешних условиях этот рынок развивается очень динамично, у него есть свои отличительные особенности.

Временный менеджер концептуально отличается от обычного консультанта, который только консультирует и поддерживает проект. Целью деятельности временного управляющего является обеспечение активных действий и реорганизаций для улучшения конкурентных

показателей бизнеса: "практическое" управление проектами и личная ответственность за бизнес-ситуацию. Они оказывают помощь в гибкой адаптации процессов планирования с учетом тенденций мирового рынка, что часто обеспечивает не только быстрое и эффективное решение проблемы, но и конкурентные преимущества для компании, основанные на отличительных особенностях ее развития.

Анализ глобального использования временных менеджеров в отрасли показал, что в течение последнего десятилетия область использования временных менеджеров охватила автомобильную промышленность, машиностроение, энергетику и здравоохранение [6,7,8]. Между тем, сегодня есть две значимые области бизнес-деятельности, где чаще практикуется временное управление: первая - внедрение нового программного обеспечения, а вторая - продажа и покупка компаний. Временные менеджеры пользуются относительно высоким спросом для управления процессами реабилитации и реструктуризации предприятия, для выхода на новые рынки, управления интегрированными процессами внутри предприятия, развития бизнеса.

При рассмотрении личных характеристик временных менеджеров можно отметить, что это люди старше 45 лет с большим управленческим опытом. Кстати, в Германии около 80% временных менеджеров старше 45 лет, которые ранее занимали должности генерального директора, финансового директора, руководителя отдела маркетинга или закупок. В Европе только 10% временных управляющих - женщины [9], но с тенденцией к увеличению. За последние годы доля женщин-временных управляющих увеличилась с 7% до 10%.

Согласно онлайн-исследованию опыта работы 156 старших временных менеджеров в Великобритании, женщины более убедительны, более гибки, быстрее адаптируются к новой среде и налаживают профессиональные контакты, и они быстрее добиваются успеха. По данным Dachgesellschaft Deutsches Interim Management e.V. (DDIM), в Германии насчитывается более 8000 временных управляющих [9].

В период нестабильности временное управление будет становиться все более и более эффективным инструментом для эффективного управления конкурентоспособностью фирмы. Отличительной особенностью этого периода является растущее число компаний и организаций, которые пользуются услугами временных управляющих (в том числе с привлечением иностранных менеджеров). Предпосылками для использования временных менеджеров может служить не только необходимость во временном управлении проектом или нехватка

высококвалифицированного персонала. Иногда привлечение временного управляющего обусловлено наличием вакантных должностей или длительным отсутствием управляющего из-за его /ее болезни или инвалидности.

Ожидается, что в ближайшие годы рынок временного управления вырастет на 15-20%. Нынешний рост экономики является гарантом дальнейшего развития системы временного управления.

В то же время можно констатировать, что временное управление может быть эффективным инструментом в условиях макроэкономической нестабильности. Привлечение высококвалифицированных специалистов на условиях временного управления эффективно повысит конкурентоспособность компании из любой страны.

Библиографический список

1. Философова Т.Г., Карзунке И. Специфика формирования конкурентоспособности бизнеса на основе внутреннего аудита компании // Экономика в промышленности, Экономика в отрасли. 2022. 158 с.
2. Философова Т.Г. Конкуренция и инновации // Лизинг. Технический бизнес. 2013. 79 с.
3. Энциклопедия для менеджера [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-xecutive.ru>.
4. Быков В.А., Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. М.: ЮНИТИ, 2015. 296 с.
5. UK Ассоциация временного менеджмента [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interimmanagement.uk.com>.
6. Бушбаум Дж. Временный менеджмент с точки зрения трудовой договорной практики. 2022. С. 1482-1485
7. Кабст Р., Тост В., Родриго И. Временное руководство. 2020.
8. Журнал временного управления. Журнал Зима [Электронный ресурс]. URL: <https://zimamagazine.com/>.
9. DDIM e.V. Немецкая временная управляющая компания [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ddim.de/>.

Секция 3. Вопросы развития государственного и муниципального управления

УДК 324

Электронное голосование: опыт зарубежных стран и России

Ахмедов С.М., Уличнов В.М.

*Научный руководитель: Проскурнова К.Ю., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Цифровое голосование, как новая форма участия избирателей в выборах, становится все более актуальным в современном мире. Ряд стран уже успешно используют технологии для обеспечения удобства и безопасности избирательного процесса. Давайте рассмотрим опыт некоторых стран в области цифрового голосования.

1. Эстония. Эстония считается лидером в области цифровых технологий и внедрения электронного голосования. С 2005 года эстонцы имеют возможность голосовать на выборах через интернет. Электронное голосование в Эстонии обеспечивается высоким уровнем безопасности и шифрования, что позволяет избежать мошенничества и гарантировать конфиденциальность выборов. Эстония успешно реализовала систему дистанционного электронного голосования, благодаря глубокой разработке её механизмов. Эта система основана на использовании ID-карт, выполняющих функцию удостоверения личности, аналогично российским паспортам в электронном формате. Чтобы воспользоваться системой, избирателям необходимо иметь ID-карту, компьютер с доступом в интернет и устройство для чтения ID-карт [2]. После установки специального программного обеспечения избиратель может идентифицировать себя, выбрать кандидата и подтвердить свой выбор электронной подписью. С момента введения системы в Эстонии было проведено уже девять выборов, и количество электронных избирателей продолжает расти. В 2015 году явка составила 64,2%, а в 2019 году – 63,7%.

2. Швейцария. В Швейцарии были внедрены цифровые инновации в процессе выборов, в том числе и электронное голосование. Например, в 2018 году в кантоне Цюрих был запущен эксперимент с использованием технологии блокчейн для улучшения надежности и прозрачности электронного голосования на местном уровне. Подобно Эстонии, Швейцария начала применять электронное голосование в тот же период.

Однако, перед тем как швейцарцы смогли использовать эту систему, было необходимо провести референдум для внесения изменений в Конституцию страны и Кантона Женева. В Швейцарии также используются ID-карты, но они не являются постоянным документом для всех граждан. В зависимости от кантонального законодательства ID-карты выдаются либо при достижении определенного возраста, либо для единоразового использования [1]. Из-за особенностей федеративного устройства страны основные трудности при внедрении электронного голосования связаны с законодательным регулированием. Несмотря на то, что кантоны самостоятельно решают о введении электронного голосования, им требуется получить одобрение от Федерального совета Швейцарии, которое выдается на определенный срок и требует последующего обновления [3].

3. Южная Корея. Южная Корея также активно развивает цифровые технологии в избирательном процессе. В 2020 году было проведено пилотное цифровое голосование для избирателей, находящихся за границей. Электронное голосование позволяет южнокорейцам, проживающим за границей, участвовать в выборах без необходимости физического присутствия на избирательном участке.

В 2020 году в российском законодательстве обозначилась возможность использования дистанционного электронного голосования (ДЭГ). ДЭГ представляют собой систему голосования на территории страны с использованием специального программного обеспечения, обходящего необходимость в бумажных избирательных бюллетенях и посещении избирательных участков. Для обеспечения безопасности и недопущения манипуляций с голосами используется гомоморфное шифрование. Эта технология позволяет суммировать голоса избирателей без расшифровки конкретных голосов [4].

Первое применение ДЭГ было в Москве на выборах депутатов городской думы в 2019 году на основе регионального закона, а именно Закона г. Москвы от 22 мая 2019 года № 18 «О проведении эксперимента по организации и осуществлению дистанционного электронного голосования на выборах депутатов Московской городской Думы седьмого созыва». По данным ЦИК, возможностью электронного голосования воспользовались 10,2 тыс. избирателей из 11,2 тыс., подавших заявления. В целом при помощи ДЭГ проголосовали 9,95% от всех принявших участие в выборах.

В 2024 году в России для Выборов Президента РФ был проведен опыт дистанционного электронного голосования (ДЭГ), который охватил 29

регионов. Для этого была разработана федеральная платформа для онлайн-голосования, названная программно-технический комплекс дистанционного электронного голосования (ПТК ДЭГ), которую создал оператор связи «Ростелеком» по заказу ЦИК России.

Важные моменты опыта ДЭГ:

1. Участники ДЭГ: Любой гражданин РФ с активным избирательным правом, зарегистрированный в одном из 29 регионов, мог принять участие в дистанционном голосовании.

2. Регистрация и участие. Для участия в дистанционном электронном голосовании необходимо было заблаговременно подать заявление.

3. Голосование на выборах Президента России. Для доступа к голосованию необходимо было авторизоваться на портале ДЭГ с использованием данных учетной записи портала «Госуслуг», ознакомиться с техническими условиями проведения ДЭГ и подтвердить личность цифровым кодом из смс-сообщения, отправленного на номер телефона, указанный в личном кабинете на портале «Госуслуг».

Преимущества ДЭГ:

1. Удобство. Избиратели могли получить доступ к бюллетеню и проголосовать в любое удобное время во время выборов.

2. Безопасность. Голос каждого избирателя обеспечивался защитой и надежным хранением.

3. Простота. Процедура голосования была простой и понятной для пользователя.

4. Прозрачность. Избиратели имели возможность проверить, что их голос был корректно учтен.

Итоги ДЭГ в 2024 году. По данным ЦИК на Выборах Президента 2024 в голосовании приняли участие 87113127 граждан. Число участников ДЭГ в 2024 году 4767 993 россиянина. Число электронных бюллетеней, по которым участники дистанционного электронного голосования приняли участие в голосовании – 4 413 884 шт. Таким образом, можно вычислить, что 5,47% от всех проголосовавших граждан воспользовались ДЭГ. 92,5% граждан от всех, подавших заявление на ДЭГ, приняли участие и проголосовали. Это показывает высокую вовлеченность граждан в процесс национального голосования. Этот опыт позволил оценить возможности и перспективы дистанционного электронного голосования в России и стал важным шагом в развитии избирательных технологий.

Цифровое голосование предоставляет возможность увеличить доступность выборов для избирателей, сократить издержки и повысить уровень безопасности. Однако внедрение электронного голосования

сопряжено с вызовами, такими как защита данных, обеспечение конфиденциальности и борьба с возможным кибермошенничеством. Развитие цифровых технологий и улучшение систем безопасности являются ключевыми аспектами на пути к успешному внедрению цифрового голосования в различных странах мира.

Библиографический список

1. Бродовский А.В. Практика применения электронного голосования в европейских странах // Молодой ученый. 2023. № 17 (464). С. 334–335.
2. Минтусов И.Е., Гуляев Д.С. Дистанционное электронное голосование в странах англосаксонской системы: США, Австралия, Великобритания. Почему голосование ДЭГ не прижилось? // Гражданин. Выборы. Власть. 2022. № 1(23). С. 122–139.
3. Официальный сайт Национальной избирательной комиссии Эстонии и Государственного избирательного бюро. — URL: <https://www.valimised.ee/ru/elektronnoe-golosovanie> (дата обращения 20.03.2024).
4. Портал дистанционного электронного голосования ЦИК России. - URL: <https://vybory.gov.ru> (дата обращения 20.03.2024).

УДК 351

Сотрудничество с вузами: ключ к кадровой политике в государственном и муниципальном управлении

Быстрова Я.В.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Ярославский филиал*

В современных условиях задачи публичного управления становятся все более сложными. Чтобы успешно их решать, необходима команда специалистов, которые смогут быстро адаптироваться к изменяющейся среде и принимать оперативные решения [1]. Поэтому вопрос подбора квалифицированных кадров в органы государственной и муниципальной власти становится особенно актуальным. Помимо профессиональных навыков, необходимо учитывать моральные и этические качества кандидатов, их способность к анализу и принятию решений, уровень образования и множество других факторов. Работа в этой области требует

особой ответственности и внимательности, поэтому выбор кандидатов должен быть тщательно обдуман.

В 2022 году правительство Ярославской области при поддержке анонимной общественной организации «Россия – страна возможностей» запустило кадровый проект под названием «Ярославский резерв». Целью проекта было выявление инициативных, активных, профессиональных и творческих людей, готовых использовать свой потенциал для обеспечения устойчивого социально-экономического развития Ярославской области. Для объективного отбора участников была создана методика, включающая проведение комплексной многоступенчатой оценки участников [2]. Контроль над соблюдением правил проведения мероприятий проекта, а также объективность и беспристрастность в определении победителей, обеспечивал наблюдательный совет, состоящий из представителей высшей школы, промышленности, бизнеса и культуры. Победители проекта вошли в управленческий резерв региона и заняли должности в органах власти, администрациях районов и городов, организациях и учреждениях, а также в коммерческих структурах. В результате кадрового проекта был сформирован экспертный клуб финалистов под председательством главы региона. Важным условием для участия в проекте было наличие высшего образования не ниже уровня специалитета или магистратуры, подтвержденное документом государственного образца.

Однако, на наш взгляд, для более качественной оценки кандидатов на государственную и муниципальную службу гораздо важнее не просто диплом об образовании, а качество полученных за время обучения в вузе знаний, умений и навыков. И здесь достаточно весомым фактором выступает практикоориентированный характер образования.

Сотрудничество государственных органов со студентами имеет большое значение, так как оно способствует не только практическому применению полученных знаний, но и развитию профессиональных навыков и компетенций. Взаимодействие между учебными заведениями и государственными органами позволяет студентам получить опыт работы на реальных проектах, познакомиться с процессом принятия решений и принять участие в разработке и внедрении политики управления. Партнерство между университетами и государственными структурами может осуществляться различными способами, такими как стажировки, практики, проектные исследования, проведение мастер-классов и тренингов [3]. Такие инициативы способствуют не только обмену знаниями и опытом, но и укреплению сотрудничества между образовательными учреждениями и органами власти. Благодаря

сотрудничеству с государственными органами студенты учатся применять теоретические знания на практике, развивают навыки коммуникации, аналитического мышления и принятия решений. Они также получают уникальную возможность участвовать в профессиональной деятельности и внести свой вклад в развитие государства [4].

Сотрудничество государственных органов со студентами направления подготовки "Государственное и муниципальное управление" является обязательным условием учебного процесса в Ярославском филиале Финуниверситета. Подобное партнерство способствует не только развитию уровня профессионального образования студентов, но и повышению эффективности государственной службы в регионе, поскольку молодые люди через преподавателей-практиков сразу погружаются в местную специфику.

Для расширения форм сотрудничества государственных органов и университета нам разработан проект под названием "Государство и молодежь: сотрудничество в управлении". Цель данной программы обеспечить студентов практическим опытом и знаниями в области государственной деятельности, облегчить поиск места работы в будущем, а также помочь органам государственной власти в решении текущих задач и поиске перспективных кадров. Эта инициатива приобретает новый смысл после анонсирования Президентом РФ в Послании Федеральному Собранию нового национального проекта «Молодежь».

Реализация предлагаемого проекта сотрудничества включает:

- 1) организацию стажировок для студентов в органах публичного управления на различных уровнях (региональном, муниципальном);
- 2) проведение мастер-классов и семинаров с участием представителей государственных органов на актуальные темы государственного и муниципального управления;
- 3) проведение совместных проектов и исследований, направленных на повышение эффективности работы государственных органов;
- 4) организация круглых столов и конференций для обсуждения вопросов совершенствования государственного управления. Проект "Государство и молодежь: сотрудничество в управлении" направлен на развитие кадрового потенциала в государственной сфере и повышению эффективности государственного управления.

Сотрудничество между органами управления и вузами, особенно направления подготовки ГМУ, имеет большое значение для формирования молодых специалистов и совершенствования кадрового потенциала государственной системы. Повышение уровня образования, обмен опытом

и знаниями, а также участие студентов в реальных проектах позволяют создавать инновационные подходы к решению сложных проблем и обеспечивать устойчивое развитие общества. Важно установить тесное взаимодействие между учебными заведениями и государственными структурами для создания благоприятной образовательной и профессиональной среды, способствующей развитию квалификации студентов и успешной реализации их способностей. Такой подход позволит обеспечить качественное обучение и подготовку специалистов, способных эффективно решать вызовы современного общества.

Библиографический список

1. Малышева М.Н. Правовые основы взаимодействия органов государственной власти субъектов Российской Федерации с высшими учебными заведениями // Молодой ученый. 2009. № 10 (10). С. 250-252.

2. Кадровый проект «Ярославский резерв» [Электронный ресурс]. URL: <https://ярославскийрезерв.рф/?ysclid=1th6oxmazk542254508>.

3. Государственная молодежная политика: история и современность: материалы III Международной научно-практической конференции (15 сентября 2016 г.). Орел: ОФ РАНХиГС, 2016. 287 с.

4. Взаимодействие системы публичной власти с институтами гражданского общества и средствами массовой информации: учебное пособие / под общ. ред. Л. И. Ворониной. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. 98 с.

УДК 37.07

Развитие сферы образования в Ярославской области

Волкова А.Г.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Ярославская область, расположенная в центре России, является одним из ведущих регионов страны по развитию сферы образования. В последние годы здесь проводятся активные мероприятия по модернизации системы образования и повышению качества образовательных услуг. Эта статья расскажет о ключевых достижениях Ярославской области в сфере образования, а также о планах на будущее.

В Ярославской области уделяется особое внимание развитию инфраструктуры образования. Здесь открыты новые школы, колледжи и

высшие учебные заведения, а также проводится реконструкция и модернизация уже существующих учреждений. Большое внимание уделяется созданию комфортных условий для преподавателей и студентов: строятся новые аудитории, лаборатории и спортивные сооружения. Помимо этого, активно внедряются инновационные технологии в процесс обучения, что позволяет более эффективно использовать потенциал каждого студента.

Несмотря на все достигнутые успехи, Ярославская область продолжает работать над дальнейшим развитием своей системы образования. Основными приоритетами на ближайшие годы являются повышение качества подготовки педагогических кадров и разработка программ для поддержки талантливых детей. Также планируется расширение предложения по профессиональному образованию и создание условий для повышения квалификации уже работающих специалистов. Все эти мероприятия направлены на то, чтобы каждый житель Ярославской области имел возможность получить высококачественное и доступное образование.

В последние годы в Ярославской области наблюдается активное внедрение инновационных подходов в сфере образования. Это связано с пониманием необходимости современного образования, способного эффективно подготовить учеников к быстро меняющемуся миру.

Одним из ключевых направлений развития образования в регионе является внедрение цифровых технологий. В школах и учебных заведениях Ярославской области создаются компьютерные классы, оснащенные новейшими компьютерами, интерактивными досками и программным обеспечением. Такой подход позволяет сделать учебный процесс более интерактивным и увлекательным для учащихся, а также развить их навыки работы с современными технологиями.

Другим важным аспектом инновационного развития образования в Ярославской области является внедрение проектной деятельности. В рамках проектов ученики имеют возможность реализовывать свои идеи, работать в команде, а также применять полученные знания на практике. Это способствует развитию креативности, умения решать нестандартные задачи и творческого мышления учащихся.

Одним из успешных проектов, реализуемых в Ярославской области, является создание школ-партнеров. Такие школы имеют возможность обмениваться опытом, проводить совместные мероприятия, а также перенимать лучшие практики преподавания и организации учебного

процесса. Это позволяет учителям и ученикам развиваться, взаимодействовать с коллегами и получать новые знания.

В целом, развитие сферы образования в Ярославской области происходит в направлении создания учебной среды, способной развить учащихся во всех аспектах - интеллектуальном, творческом, социальном. Внедрение инновационных подходов позволяет сделать учебный процесс более интересным и результативным, подготовить молодежь к современным вызовам и требованиям рынка труда.

В развитии образовательной сферы Ярославской области значительную роль играет государство. Правительство обеспечивает финансовую поддержку для создания новых образовательных учреждений, модернизации существующих и повышения качества образования. Принимаются меры по регулированию образовательного процесса, а также формированию кадрового потенциала для обеспечения потребностей рынка труда.

Одной из приоритетных задач государства является расширение сети образовательных учреждений. В последние годы в Ярославской области открыто несколько новых школ, колледжей и университетов. Кроме того, существующие учреждения получают поддержку в модернизации своей инфраструктуры и обновлении учебных материалов. Таким образом, образовательная сеть Ярославской области становится более доступной и качественной.

Государство также активно участвует в регулировании образовательного процесса. Введение единого государственного образовательного стандарта позволяет обеспечить единообразие программ и качество знаний, получаемых выпускниками. Это способствует повышению конкурентоспособности образовательной системы Ярославской области и ее соответствию современным требованиям.

Кроме того, государство помогает формировать кадровый потенциал образовательной сферы. Проводятся конкурсы на получение грантов и стипендий для преподавателей, которые позволяют им повысить свою квалификацию и улучшить методическую базу. Также осуществляются программы поддержки молодых ученых и исследователей, направленные на развитие научно-исследовательской деятельности в образовательных учреждениях.

Таким образом, государство играет важнейшую роль в развитии образовательной сферы Ярославской области. Его участие способствует созданию благоприятных условий для развития образования, а также повышению его качества и доступности для граждан региона.

В 2024 году в Ярославской области запланировано реализовать ряд новых уникальных проектов в сфере образования. Одним из них является создание инновационного центра, который станет мощным ресурсом для развития научных и технических знаний. В этом центре будут проводиться уроки робототехники и программирования, а также мастер-классы по созданию новых технических устройств.

Еще одним интересным проектом является создание международной школы искусств. Здесь будут представлены различные направления искусства, от живописи до танцев и музыки. Школа будет сотрудничать с именитыми художниками, музыкантами и танцорами, что позволит учащимся получить качественное и профессиональное образование.

Еще одним интересным проектом будет открытие центра интеллектуального развития детей. Здесь дети смогут пройти тестирование, чтобы определить свои природные способности и интересы. По результатам тестов им будут предложены программы и мероприятия, которые будут способствовать развитию и раскрытию их потенциала.

Также на 2024 год запланировано открытие профильных техникумов, где ученики смогут получить специализированное образование в области информационных технологий, медицины, строительства и дизайна. Это позволит выпускникам получить востребованную профессию и стать востребованными специалистами на рынке труда.

Все эти новые проекты нацелены на разностороннее развитие образования в Ярославской области. Они будут способствовать повышению уровня знаний и навыков учащихся, а также созданию комфортных условий для их обучения и творчества. Развитие сферы образования в Ярославской области станет важной составляющей в обеспечении будущего успеха и процветания региона.

Библиографический список

1. Официальный портал города Ярославля [Электронный ресурс]. URL: <https://city-yaroslavl.ru/>.

2. Сайт Департамента образования Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: https://www.yar-edudep.ru/obwee_obrazovanie/.

3. Постановление правительства ярославской области от 30.03.2021 № 169-п «Об утверждении государственной программы Ярославской области «Развитие образования в Ярославской области» на 2021 – 2025 годы и признании утратившими силу отдельных постановлений Правительства области».

Адаптация молодых специалистов к их профессиональной деятельности

Воложина П.А.

*Научный руководитель: Жудро Н.В., канд. экон. наук, доцент
Белорусский национальный технический университет*

Конкурентоспособность предприятия, рост которой связан с технологической модернизацией, является актуальной задачей менеджмента в рамках обострения конкурентной борьбы. Однако в условиях современных рыночных отношений использование человеческого капитала и формирование политики работы с молодыми специалистами являются двигателями инновационных процессов и приводят к более высокому уровню конкурентоспособности и эффективности деятельности компании.

Корпоративная молодёжная политика основывается на внедрении молодых специалистов на стажировки и работу на предприятии. Потребность в начинающих специалистах может быть аргументирована их креативностью и неординарностью, способностью к усовершенствованию действующих моделей работы предприятия [1].

Термин «молодые специалисты» в законодательстве РБ на данный момент определяется в соответствии с п.5 ст.84 Кодекса Республики Беларусь «Об образовании». Кодекс Республики Беларусь «Об образовании» трактует определение «молодые специалисты» следующим образом: «молодыми специалистами являются выпускники высших и средних специальных учебных заведений, закончившие полный курс обучения, за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов и направленные на работу комиссией по персональному распределению».

Однако на предприятиях существуют собственные определения данному понятию. Так, в ОАО «Пеленг» действует положение об адаптации и закреплении молодых специалистов, а также создании постоянно действующей комиссии. В данном положении термину «молодые специалисты» даётся следующее определение: «молодые специалисты – молодые рабочие, являющиеся выпускниками учреждений образования, прибывшие на предприятие по распределению (перераспределению) или по направлению, а также работники для которых

ОАО «Пеленг» является первым местом работы после окончания высших и средних учебных заведений» [2].

В Республике Беларусь по данным на 1 августа 2022 г. насчитывается 415 организаций, где численность работников превышает 1000 человек и около 55 ставок выделено для специалистов по работе с молодыми сотрудниками.

Главной целью таких специалистов является обеспечение мер для проведения организационных, экономических, воспитательных и правовых мероприятий для реализации политики работы с молодыми специалистами на предприятии, а также самореализации молодых граждан и повышения их эффективности работы.

Таким образом на предприятии формируется понятие кадровой безопасности. Кадровая безопасность основана на мотивации сотрудников предприятия, где одним из элементов выступает молодежная политика, эффективности действия которой отражается в содействии привлечения новых специалистов, их адаптации и социальной поддержке [2].

Молодого специалиста можно отнести к уязвимей категории персонала. Поскольку адаптация данной категории сотрудников протекает достаточно сложно и трудозатратно, что связано с нехваткой трудового опыта, неготовностью к принятию решений, интенсивности труда и так далее. Всё это может быть признаками психологической дезадаптации сотрудника в связи с непривычной для него обстановкой. Поэтому в организации важно обращать внимание на различные методы адаптации данной категории сотрудников. Из этого можно сделать вывод, что адаптация – процесс активного приспособления специалиста к среде предприятия [3].

Адаптация персонала имеет два основных направления: первичная и вторичная адаптации. Первичная адаптации относится к сотрудникам, у которых ранее не было опыта [4]. Данную адаптацию проходят выпускники высших учебных заведений, а также средних специальных учебных заведений. Вторичную адаптацию проходят сотрудники, которые перешли на новое место работы или сменили должность. Независимо от направления, издержки организации и текучесть персонала напрямую связаны с адаптацией: чем быстрее проходит период адаптации у сотрудника, тем меньше издержки и текучка кадров у организации. К тому же мероприятия по адаптации молодых сотрудников составляют основу работы с молодыми специалистами [3].

Таким образом, основной целью проведения мероприятий по адаптации молодых сотрудников на предприятии выступает быстрое

вхождение в должность и комфортная интеграция начинающего специалиста в коллектив и корпоративную культуру организации.

К основным задачам проведения мероприятий по адаптации относят: разработка принципов адаптации, регламентов и специфики работы, а также приобретение необходимых практических навыков для выполнения обязанностей по соответствующей должности [4].

Хорошо налаженный процесс адаптации молодых специалистов способствует закреплению нового работника на предприятии, гарантирует отдачу, повышение заинтересованности и инициативности, к тому же снижает издержки предприятия по поиску новых специалистов

В ходе первичной адаптации происходит процесс приспособления сотрудника и предприятия. Данный процесс можно разделить на два этапа. К первому этапу относится обучения молодого специалиста с момента прихода в компанию. В этот этап входит проведение мероприятий по адаптации различных видов, которые являются равнозначными и взаимосвязанными. К основным видам адаптации можно отнести организационную адаптацию, социально-психологическую, а также производственную [3].

Организационная адаптация, одной из главных целей которой является усвоение работником особенностей механизма управления. Сотрудник должен понимать место и роль своего подразделения, а также знать цели организации и конкретного отдела. В процессе данной адаптации нового сотрудника важно подготовить к восприятию и реализации новшеств в организации.

Социально-психологическая адаптация – взаимодействие молодого специалиста с социальной средой, то есть к данному направлению относится процесс вовлечения специалиста в коллектив, принятие его ценностей и традиций, приспособление к стилю руководства, особенностям отношений, сложившихся в коллективе.

Производственная или профессиональная адаптация относится к трудовой адаптации, в ходе которой сотрудник усваивает профессиональные условия и навыки, специфику и норму трудовой деятельности.

Ко второму этапу проведения первичной адаптации сотрудника относится качественная оценка проделанной работы. Этап необходим для корректного оценивания эффективности молодого специалиста, а также проверки освоения практических навыков профессии и успешной коммуникации с работниками предприятия. К тому же на данном этапе

проверяется готовность нового специалиста выполнять профессиональные задачи без помощи наставника [5].

Таким образом, молодые специалисты являются неотъемлемой частью развития организации. В связи с низкой оплатой труда и невысоким престижем, в Республики Беларусь отмечается дефицит молодых специалистов в некоторых сферах деятельности. Для удержания молодых специалистов в организации, увеличения эффективности их работы, а также сокращения затрат важно сформировать политику работы с данными специалистами и разработать систему адаптации персонала, используя наиболее эффективные методы. Грамотно выстроенный процесс адаптации новых сотрудников может привести к снижению издержек на предприятии, связанных с наймом нового персонала.

Библиографический список

1. Герасимов К.Б. Система управления эффективностью современной организации // Основы экономики, управления и права. 2020. № 3 (22). С. 14–19.
2. Морозов Д.С. Наставничество как неотъемлемая часть обучения будущих специалистов // Образование и право. 2021. № 7. С. 275 – 277.
3. Чеботарь Е.Ю, Кауфман Н.Ю. Ошибки в процессе адаптации новых сотрудников // Молодой ученый. 2022. № 50 (445). С. 9 – 12.
4. Тесленко И.Б. Управление персоналом // Учебно-методическое пособие. Владимир: Издательство ВлГУ, 2020. С. 56 – 60.
5. Саралинова Д.С., Юшаева Р.С., Магомедова Ф.Р. Наставничество как форма обеспечения адаптации молодого специалиста // Вестник научной мысли. 2022. № 6. С. 372 – 375.

УДК 338.242

Обеспечение эффективности проектной деятельности на муниципальном уровне: проблемы и перспективы

Гюлбеян Д.А.

*Научный руководитель: Проскурнова К.Ю., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В современном мире проектная деятельность на муниципальном уровне играет ключевую роль в развитии территорий, обеспечивая реализацию стратегических целей и задач. Однако, несмотря на

значительные усилия и инвестиции, эффективность таких проектов часто оказывается нарушена различными проблемами. Именно поэтому важно более полно исследовать причины и последствия этих проблем, а также выработать пути и стратегии их решения.

В данной статье мы рассмотрим основные проблемы, с которыми сталкиваются муниципальные проекты, и предложим направления повышения эффективности их реализации. Анализируя текущее состояние дел и опираясь на успешные практики, мы стремимся выделить ключевые моменты, способствующие достижению желаемых результатов в проектной деятельности на муниципальном уровне. Наша цель - не только выявить проблемы, но и предложить конструктивные решения, способствующие развитию и процветанию муниципальных проектов в будущем.

Проанализировав информацию, были выявлены следующие основные проблемы в проектной деятельности на муниципальном уровне:

1. Недостаточная проработка проектной документации и нечеткость постановки задач.
2. Ограниченные бюджетные ресурсы и неэффективное их использование.
3. Недостаточная координация между участниками проекта и отсутствие четкого распределения ответственности.
4. Неадекватная оценка рисков и недостаточное управление ими [4].
5. Недостаточное вовлечение заинтересованных сторон и общественности в процесс реализации проекта.

По-нашему мнению, причинами возникновения проблем стали:

- недостаточная квалификация и опыт управленческого персонала;
- политическое вмешательство и коррупция;
- недостаточная оценка рисков и неучтенные факторы внешней среды [2].

Эти проблемы подчеркивают важность адекватного управления проектами на муниципальном уровне и необходимость поиска решений для повышения их эффективности

Для улучшения эффективности проектной деятельности на муниципальном уровне необходимо реализовывать следующие мероприятия:

1. Улучшение коммуникации. Развитие эффективной коммуникации между участниками проектов может значительно повысить результативность и снизить возможные конфликты. Например, внедрение

регулярных совещаний, использование электронных платформ для обмена информацией и установление четкой системы обратной связи [3].

2. Обучение и развитие навыков. Подготовленные специалисты способствуют успешному выполнению проектов. Проведение тренингов, семинаров и мастер-классов по управлению проектами поможет повысить квалификацию участников и улучшить результаты проектов.

3. Использование современных технологий. Применение специализированных программ и онлайн-инструментов для управления проектами упростит процессы планирования, контроля и отслеживания выполнения задач. Например, использование систем управления проектами типа Trello, Asana или Microsoft Project [1].

4. Поддержка и участие общественности. Вовлечение жителей муниципального образования в процесс реализации проектов повышает их значимость и успешность. Например, проведение общественных слушаний, опросов, а также создание платформ для обратной связи и инициатив со стороны граждан.

5. Мониторинг и оценка результатов. Важно внедрить систему мониторинга и оценки результатов проектов для своевременной корректировки планов и достижения поставленных целей. Проведение анализа эффективности каждого проекта поможет выявить сильные и слабые стороны, а также определить пути их улучшения.

Используя эти мероприятия в практике проектной деятельности на муниципальном уровне, можно значительно повысить эффективность реализации проектов и достичь более значимых результатов.

Для улучшения ситуации по обеспечению эффективности проектной деятельности на муниципальном уровне предлагаем следующие действия:

1. Проведение анализа причин возникновения неэффективности в реализации проектов и разработка мер для их устранения.

2. Установление партнерских отношений между муниципальными органами и бизнесом для совместной реализации проектов.

3. Проведение общественных слушаний и обратной связи с населением для учета их мнения при разработке и реализации проектов.

Библиографический список

1. Петров А.И. Эффективность проектной деятельности на муниципальном уровне: проблемы и перспективы // Управление проектами. 2017. № 2. С. 56–67.

2. Иванова Е.К. Опыт развития проектной деятельности в муниципалитетах России // Муниципальное управление. 2018. № 4. С. 32–45.

3. Строев П.В. Проектный подход как необходимое условие реализации эффективного управления социально-экономическим развитием муниципальных образований / П. В. Строев, О. В. Пивоварова // Креативная экономика. 2021. Т. 15. № 6. С. 2661–2672.

4. Капустина Н.В. Повышение эффективности и результативности проектной деятельности на муниципальном уровне / Н.В. Капустина, Г.В. Корнева, Д.А. Дасни // Отходы и ресурсы. 2023. Т. 10. № 1.

УДК 347.192.3

Государственная регистрация юридических лиц в Республике Беларусь на примере акционерных обществ

Егомостев П.Д.

Научный руководитель: Лазарчук Е.А., заведующий кафедрой, магистр юридических наук

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Институт государственной регистрации юридических лиц за время своего существования доказал свою эффективность, в первую очередь в задачах упорядочения и учёта таких хозяйствующих субъектов. Также не стоит забывать о контрольной функции данного процесса – проверка правильности поданных сведений и определения статуса субъектов и круга их полномочий. Тем не менее, совершенствование и оптимизация процесса государственной регистрации является актуальным вопросом правоприменительной практики, имеющим свою специфику по отношению к акционерным обществам, что и обусловило выбор темы исследования и её актуальность.

В науке хозяйственного права выделяют следующие принципы, на которых основывается система государственной регистрации юридических лиц:

- обязательность государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;
- публичность (гласность);
- достоверность [5, с. 184].

Законодатель в ст. 96 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК) определяет, что акционерным обществом признается общество, уставный фонд которого разделен на определенное число акций, имеющих одинаковую номинальную стоимость [1]. А в ст. 97 ГК

уточняется различие между открытым и закрытым акционерным обществом, а именно в круге лиц среди которых размещаются акции такого общества: для открытых – неограниченный круг лиц, для закрытых – акционеры этого общества и (или) определенный в соответствии с законодательством об акционерных обществах ограниченный круг лиц [1].

Следует отметить, что государственная регистрация акционерного общества осуществляется согласно Положению о государственной регистрации субъектов хозяйствования, которое утверждено Декретом Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования».

Серьёзным подспорьем для регистрации юридического лица в качестве акционерного общества является возможность привлечения капитала различных инвесторов, даже тех, кто не имеет желания или не может заниматься предпринимательской деятельностью по ряду причин. Кроме того, ограничение ответственности до размера вложенных средств позволяет инвестировать деньги не только в перспективные, но и в изначально рискованные проекты, что значительно ускоряет внедрение научно-технических достижений. Акционерные общества, также, получают больше возможностей для привлечения дополнительных средств через выпуск акций. Кроме того, каждый сотрудник акционерного общества может стать собственником путем приобретения акций компании.

Для регистрации в качестве акционерного общества документы могут предоставляться путем личного обращения в регистрирующий орган или с помощью веб-портала самостоятельно или нотариусом [п. 13, 2]. В том случае, если принимается решение о подаче документов в электронном виде, они подаются через веб-портал Единого государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (далее – ЕГР).

Подготовка документов для регистрации акционерного общества имеет свои особенности, которые отличаются от процесса регистрации других организационно-правовых форм. В первую очередь учредители должны принять решение о формате общества – открытом или закрытом, и заключить между собой соответствующий договор. После этого необходимо согласовать официальное название предприятия и заняться поиском подходящего помещения для его юридического адреса, которое не должно находиться в жилом фонде. Важно отметить, что название и местонахождение утверждаются до подачи документов в регистрационный орган, так как любые неверные сведения или указание

неверного адреса могут привести к обвинениям в предоставлении ложной информации.

Важным моментом, которым и определяется вся дальнейшая деятельность акционерного общества, является разработка учредительного документа. У акционерных обществ им является устав. Далее принимается решение о выпуске акций и формируется уставный фонд. В соответствии с п. 8 Положения о государственной регистрации субъектов хозяйствования минимальный размер уставного фонда для закрытых акционерных обществ составляет 100 базовых величин, для открытых акционерных обществ – 400 базовых величин [2]. После подготовки всех документов, необходимых для регистрации, учредители могут обратиться в соответствующий регистрирующий орган уплатив государственную пошлину и, при необходимости, осуществив перевод на требуемый язык и нотариальное заверение документов. Это можно сделать самостоятельно или через специально уполномоченных представителей.

Что примечательно наличие печати на документах общества в настоящее время не является обязательным. В соответствии с подпунктом 3.11 пункта 3 Декрета Президента Республики Беларусь от 23 ноября 2017 г. № 7 «О развитии предпринимательства» субъекты хозяйствования вправе не использовать печать, за исключением случаев, предусмотренных международными договорами [3].

Новеллой последних лет в белорусском законодательстве стала возможность учредить акционерное общество всего с одним участником (учредителем). Такая модель видится почти невозможной для физических лиц из-за установленного законодательном минимального размера уставного фонда, не говоря о иных связанных с созданием юридического лица расходах, однако такое вполне возможно при создании обществ с ограниченной или дополнительной ответственностью, в силу отсутствия подобных препятствий. К слову, такая новация порождает терминологический диссонанс, ведь хозяйственное общество (такое как акционерное общество) является корпоративной формой юридического лица, то есть основанной разделении долей в уставном фонде, а в данном случае единственный участник будет иметь 100% этой самой доли, что создаёт логическую путаницу. Однако данное решение служит средством упрощения и ускорения процесса государственной регистрации юридических лиц.

Юридическое лицо считается зарегистрированным с момента, когда в учредительном документе организации поставлен штамп на учредительных документах и внесена запись о регистрации в Единый

государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Анализируя всё вышеперечисленное, нельзя не отметить достаточно длительный период (до подачи в регистрирующий орган) подготовки документов. При этом сама система государственной регистрации упрощается, а её процесс ускоряется, что имеет под собой цель создания условий для учреждения большего количества юридических лиц для их участия в экономике страны. Однако на практике это не дало существенного эффекта. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь за период с 2012 по 2021 год увеличилось количество предприятий, прекративших деятельность, а статистика создаваемых упала почти вдвое и на момент 2021 года она составляла 8127 предприятий к 8222 предприятий, прекративших свою деятельность, то есть наблюдается снижение количества действующих субъектов хозяйствования [4].

Таким образом при довольно удобном процессе государственной регистрации, а также системе государственной поддержки и льготирования и других мерах по повышению привлекательности предпринимательства, существуют другие барьеры и вызовы, которые понижают интерес к учреждению юридического лица и, следовательно, его регистрации. На наш взгляд, целесообразно развитие не только мер поддержки, но и мер подталкивающих (но всё ещё не обязывающих) к ведению предпринимательской деятельности, сопряжённой с образованием юридического лица как например, агитация, подготовка кадров, ведение информационных баз о ситуации в сфере предпринимательства, освещение достижений как крупных, так и мелких предприятий.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: принят Палатой представителей 28 октября 1998 г.; одобрен Советом Республики 19 ноября 1998 г.: в ред. Закона Республики Беларусь от 5 января 2024 г. // Консультант Плюс.

2. О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования [Электронный ресурс]: декрет Президента Республики Беларусь, 16 января 2009 г. № 1: в ред. указа Президента Республики Беларусь от 18 апреля 2019 г. // Консультант Плюс.

3. О развитии предпринимательства [Электронный ресурс]: декрет Президента Республики Беларусь, 23 ноября 2017 г. № 7: в ред. закона Республики Беларусь от 17 июля 2023 г. // Консультант Плюс.

4. Бизнес-демография [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/biznes-demografiya/>.

5. Предпринимательское (хозяйственное) право: учебник / Н. Н. Вознесенская [и др.]; под ред. В. В. Лаптева, С.С. Залесского. М: Волтерс Клувер, 2006. 560 с.

УДК 340

Проблемные аспекты правового положения муниципального служащего в Российской Федерации

Зарубина У.А.

Научный руководитель: Кузнецова С.О., канд. юр. наук

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Местных властей наделяет властными полномочиями закон от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об основных принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 131-ФЗ). Во многом он способствует более качественному решению отдельных вопросов на местах, носящих субъективный характер, но если рассматривать управленческую практику в целом, то она показывает, что муниципальная служба в Российской Федерации еще недостаточно организована и не в полной мере подготовлена. Такой вывод можно сделать хотя бы потому, что законодательство, регулирующее муниципальную службу, до сих пор в стадии уточнения. Федеральным законом № 131-ФЗ транслируются принципы осуществления местного самоуправления, но понятие муниципальной службы в нем не закреплено [2].

Главным регулятором деятельности лиц, поступивших на муниципальную службу, является Федеральный закон от 02.03.2007 г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 25-ФЗ). Им же гарантируются права и prerogatives муниципальных служащих, схожие по своей сути с гарантиями для государственных служащих, а также он регламентирует порядок

поступления, прохождения и прекращения муниципальной службы и положение муниципального служащего в правовом поле [4].

Относительно государственной службы понятие муниципальной службы появилось сравнительно недавно, и хорошим подспорьем для ее будущего появления стала принятая в 1993 году Конституция Российской Федерации, которая заложила состоятельную базу в регуляцию местного самоуправления и успешного внедрения его в жизнь современного общества. По моему мнению, вопросы местного значения не менее важны, чем государственные, так как они в большей степени транслируют потребности населения. Соответственно, для более эффективного местного управления необходим квалифицированный аппарат, который с должной ответственностью осуществлял бы переданные властные полномочия [5].

Третья глава Федерального закона № 25-ФЗ посвящена правовому положению муниципального служащего и согласно п. 1 ст. 10 муниципальным служащим является гражданин, исполняющий обязанности по должности муниципальной службы в порядке, закрепленном муниципальным правовым актом в соответствии с региональным и федеральным законодательством, и содержащийся за счет средств местного бюджета. По своей сути, казалось бы, он отличается от государственного служащего только уровнем выполняемых обязанностей и уровнем бюджетного содержания. Но вся суть муниципальной службы и заключается в ее муниципальном уровне. Из определения следует, что порядок службы определяется на местном уровне, но так или иначе должен соответствовать федеральному законодательству и, исходя из этого факта, одной из проблем является дублирование нормативных правовых актов, касающихся муниципальной службы. Соответственно, выходом из этой ситуации будет максимальная проработка в части адаптации федеральных и региональных положений на муниципальный уровень с учетом особенностей тех или иных муниципальных образований. Зачастую это носит лишь формальный характер, а чтобы притворить это в жизнь необходимо в каждом муниципальном образовании сформировать комплекс муниципальных актов, регулирующих все стороны муниципальной службы, с учетом требований положений более высокого уровня [6].

Также Федеральным законом № 25-ФЗ четко обозначена юридическая ответственность муниципального служащего за неисполнение и (или) ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей, что является

мощным предупреждением совершения правонарушений в процессе прохождения муниципальной службы.

Важно отметить, что в целом вопросам муниципальной службы и статуса муниципального служащего отводится немало внимания со стороны, как научных деятелей, так и государственных, но, тем не менее, отдельным аспектам, таким как подготовка кадров и повышение их квалификации, уделяется его минимальное количество. Хотя от квалификации служащего напрямую зависит эффективность управления и качественное предоставление муниципальной услуги.

Порядок принятия на муниципальную службу организован так, что ко всем претендующим на замещение муниципальной должности предъявляются одинаковые требования в соответствии с их квалификацией и умениями, а из ограничений только возраст (от 18 до 65 лет) и факт судимости. Эта доступность позволяет населению в большей степени приобщиться к осуществлению переданной власти и принять непосредственное участие в создании лучшего общества в государстве.

Необходимо отметить, что основой правового положения муниципального служащего являются его права и обязанности, которые закрепляются в уставе муниципального образования. Но, к сожалению, на данный момент региональное законодательство сводит совокупность обязанностей лиц, поступивших на муниципальную службу, к единому подобию, которые в свою очередь тесно связаны с их правами. Таким образом, отсутствие полноты в правовом обеспечении механизма практического функционирования системы прав муниципальных служащих отрицательно сказывается на устойчивости их правового статуса. Для преодоления подобных правовых проблем необходимо запустить процесс формирования и реализации эффективных правовых механизмов, которые будут напрямую способствовать установлению прав именно муниципального служащего. Чем больше вниманию будет уделяться статусу муниципального служащего, тем более привлекательным для работоспособного населения он будет, особенно для молодого поколения, которые только начинают зарабатывать трудовой стаж.

Эти действия, направленные на укрепление правового статуса муниципальных служащих и улучшение соответствующего уровня их социальной защиты, государство и муниципальное образование решают основную задачу по укреплению доверительных отношений между населением и государственным и муниципальным властям. Важным выводом из этого является то, что высококвалифицированные

муниципальные служащие с достойно денежным довольствием и высокой степенью мотивации к муниципальной службе становятся эффективным инструментом в машине муниципального управления. Правомерная и социально ориентированная деятельность лиц, заступивших на муниципальную службу, гарантирует легитимность, что однозначно является особенно значимым для решения существенных проблем жителей того или иного муниципального образования.

Конечно, нельзя сказать, что у муниципальных служащих совсем нет на данный момент особых гарантий и прерогатив, они есть, но и с их применением, однако ситуация не однозначная. Например, Федеральным законом № 25-ФЗ гарантируется обязательное медицинское страхование и обслуживание, предоставление которого никаким нормативным актом не регулируются, то есть каким образом осуществлять данную норму нигде не регламентировано. А также, несмотря на то что эта социальная гарантия диктуется законом, многие работодатели пренебрегают ей, ссылаясь на отсутствие бюджетного финансирования. Соответственно, эта гарантированность носит лишь формальный характер. Если рассматривать ответственность муниципальных служащих более конкретно, то закон не транслирует особенных черт привлечения муниципального служащего к ответственности, хотя сама служба подразумевает особые условия и специфику.

Подводя итоги, важно указать на то, что муниципальная служба в России является относительно молодой формой служебной деятельности. Несмотря на вклад государства в развитие данного направления службы, существует ряд существенных вопросов, связанных с организацией и правовым регулированием деятельности лиц, поступивших на муниципальную службу. Ключевая задача на данный момент, нуждающаяся в особом внимании, это отсутствие определения статуса муниципальных служащих в правовом поле. Данный факт приводит к негативным последствиям в служебной деятельности. Следовательно, российская правовая область нуждается в разработке и реализации основ правового статуса муниципального служащего.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. // СПС «Консультант Плюс».
2. Федеральный закон от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах местного самоуправления в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс».
3. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной

гражданской службе Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс».

4. Федеральный закон от 02.03.2007 г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс».

5. Василенко И.А. Государственная и муниципальная служба: учебник. М.: Международные отношения, 2017. 392 с.

6. Охотский Е.В. Государственная и муниципальная служба: учебник для вузов / Е.В. Охотский [и др.]; под общей редакцией Е.В. Охотского. М.: Издательство Юрайт, 2024. 400 с.

УДК 316.43

О показателях оценки деятельности высших должностных лиц и исполнительных органов субъектов Российской Федерации в области качества окружающей среды

Захарова С.А., Манаева Е.А.

*Научный руководитель: Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Актуальность темы обусловлена важностью разработки единого методического аппарата для реализации Указа Президента Российской Федерации от 04.02.2021 № 68 «Об оценке деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации» [1]. По нашему мнению, основополагающим и представляющим в настоящее время наибольшую значимость для населения критерием оценки деятельности органов власти на региональном уровне является вопрос качества окружающей среды.

Качество окружающей среды непосредственно влияет на все сферы деятельности человека, поэтому этот показатель оценки эффективности деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации важен. Можно смело говорить о том, что проблема экологии влияет на качество питания, здоровье населения, продолжительность жизни. Качество окружающей среды лежит в основе развития человечества, в связи с чем актуальность его обеспечения неоспорима.

Под качеством окружающей среды понимают степень соответствия среды жизни человека его потребностям. Окружающей человека средой

являются природные условия, условия на рабочем месте и жилищные условия. От ее качества зависит продолжительность жизни, здоровье, уровень заболеваемости населения и т.д.

Качество окружающей среды - мера соответствия окружающей среды и природных условий потребностям людей и других живых организмов. Для оценки качества окружающей среды на национальном уровне разрабатываются и утверждаются единые требования и нормативы, предъявляемые к ее состоянию и деятельности производственно-хозяйственных объектов.

Различные факторы обуславливают различную специфическую нагрузку на окружающую среду и состояние здоровья населения в каждом отдельном городе. В действующем законодательстве отсутствуют конкретные правовые нормы, устанавливающие зависимость направлений экологического и социально-экономического развития городов от проблем состояния окружающей среды в них, обусловленных как природными, так и антропогенными факторами. Неопределенность не позволяет определять требующие эффективного решения проблемы [2].

Нами предложен комплекс показателей, которые, по нашему мнению, в совокупности позволят дать всестороннюю оценку деятельности должностных лиц в области охраны окружающей среды:

1)объем затрат на охрану окружающей среды, в отчетном году в соотношении с предыдущим годом. Данный показатель определит, насколько затратные были вложения в охрану окружающей среды и поможет определить причины высоких или низких вложений. Рассчитывается по формуле (КОС₁):

$$КОС_1 = \frac{\text{Объём затрат на охрану окружающей среды в отчётном году}}{\text{Объём затрат на охрану окружающей среды в прошлом году}} \times 100\%; \quad (1)$$

2)инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное пользование природными ресурсами, в отчетном году в соотношении с предшествующим годом. Данный показатель определяет уровень вложений, направленных на обеспечение охраны окружающей среды и рациональное пользование природными ресурсами. Он рассчитывается по формуле (КОС₂):

$$КОС_2 = \frac{\text{Инвестиции в основной капитал в отчетном году}}{\text{Инвестиции в основной капитал в прошлом году}} \times 100\%; \quad (2)$$

3)количество очищенной воды в сутки при помощи использования мощностей по охране от загрязнения водных ресурсов, в отчетном году в соотношении с предыдущим годом. Данный показатель определяет уровень мощностей по охране от загрязнения водных ресурсов,

задействованных в работе. Рассчитывается по формуле (КОС₃):

$$\text{КОС}_3 = \frac{\text{Количество очищенной воды в сутки в отчётном году}}{\text{Количество очищенной воды в сутки в прошлом году}} \times 100\%; \quad (3)$$

4) количество выбросов веществ, загрязняющих атмосферу, выделяемых стационарными источниками, в отчетном году в соотношении с предыдущим годом. Показатель позволяет оценить уровень загрязнения атмосферы и будет способствовать мотивации должностных лиц к принятию соответствующих мер. Рассчитывается по формуле (КОС₄):

$$\text{КОС}_4 = \frac{\text{Количество выбросов в атмосферу веществ в отчётном году}}{\text{Количество выбросов в атмосферу веществ в прошлом году}} \times 100\%; \quad (4)$$

5) объём лесовосстановления и ухода за лесными насаждениями, в отчетном году в соотношении с предыдущим годом. Показатель определяет уровень лесовосстановления и ухода за лесными насаждениями и деятельность властей по сохранению лесных ресурсов. Рассчитывается по формуле (КОС₅):

$$\text{КОС}_5 = \frac{\text{Объём лесовосстановления и ухода за лесными насаждениями в отчётном году}}{\text{Объём лесовосстановления и ухода за лесными насаждениями в прошлом году}} \times 100\%; \quad (5)$$

6) объём земель лесного фонда в общей площади территории региона, в отчетном году в соотношении с предыдущим годом. Данный показатель определяет процентное соотношение леса к земельной площади и предоставляет информацию об уменьшении или увеличении лесных ресурсов. Рассчитывается по формуле (КОС₆):

$$\text{КОС}_6 = \frac{\text{Объём лесных земель среди общей земельной площади в отчётном году}}{\text{Объём лесных земель среди общей земельной площади в прошлом году}} \times 100\%. \quad (6)$$

Таким образом, нами предложены методические основы оценки деятельности высших должностных лиц и исполнительных органов власти по обеспечению надлежащего качества окружающей и городской среды в субъекте Российской Федерации. В качестве дальнейшего направления исследования в рамках данной предметной области нам представляется целесообразным рассмотреть возможность расширения системы показателей и введения результирующего (интегрального) показателя комплексной оценки.

Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 04.02.2021 № 68 «Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов

Российской Федерации» (в редакции Указа Президента Российской Федерации от 09.09.2022 № 620).

2. Курамшина Н.Г. Оценка состояния воздушной среды в жилой и транспортно-магистральной зонах города Уфы (советский район) / Н.Г. Курамшина, Э.С. Аминева, С.М. Измаилов // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 12(46). С. 210–212.

УДК 316.43

О показателях оценки деятельности высших должностных лиц и исполнительных органов субъектов Российской Федерации в области доверия к власти

Захарова С.А.

*Научный руководитель: Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В Указе Президента Российской Федерации от 04.02.2021 №68 «Об оценке деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации» приводится перечень показателей, которые должны лечь в основу разработки методики оценки эффективности деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации. Упомянется порядка 20 показателей, для рассмотрения возьмем один из них, например, доверие к власти.

Перед тем как перейти непосредственно к методике расчета показателя, обратимся к теории.

Доверие – это историческая, социально-психологическая и экономическая категория, характеризующаяся высокой нравственностью, ответственностью и профессионализмом, способствующая формированию эффективных взаимоотношений между различными экономическими и политическими субъектами, основанными на балансе интересов [2].

Важно отметить, что понятие доверие в политике отличается от других сфер. Так, например, в социологии и психологии доверие представляет собой уверенность в действиях другого человека, в его порядочности и доброжелательности. Доверие в экономике играет колоссальную роль. Без этой категории можно говорить об отсутствии инвестиций, об увеличении

транзакционных издержек и, в конечном счете, о спаде экономического роста. В любом бизнесе присутствует риск, поэтому доверие здесь выступает важным и необходимым элементом.

В рамках настоящей статьи под доверием будем понимать оценку соотношения ожиданий тех или иных действий(решений) группы людей(власти) с их реальными действиями.

Доверие к власти в социологии управления называют феноменом институционального доверия, в котором концентрируются элементы взаимодействия власти и населения, а уровень доверия к власти является первым показателем оценки эффективности деятельности высших должностных лиц органов исполнительной власти

Без доверия к власти в современном мире выстроить процветающую экономику трудно. Именно доверие обеспечивает привлечение инвестиций в регион, формирует экономическую социальную стабильность общества, повышает культуру ведения бизнеса и его социальную ответственность, обеспечивает обратную связь с населением. Откуда становится понятна важность включения показателя доверие к власти в оценку деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации.

Перейдем к разработке методического инструментария оценки:

1. Уровень явки на выборы. Этот показатель характеризует заинтересованность населения в выборе высших должностных лиц и отражает уровень доверия граждан к избирательному процессу и соответственно избираемым лицам (ДВ₁):

$$ДВ_1 = \frac{\text{Количество проголосовавших людей}}{\text{Количество людей обладающих правом голоса}}; \quad (1)$$

Для каждого выбора высших должностных лиц можно проводить детализацию результатов по избирательным участкам. В этой связи появляется дополняющий показатель, характеризующий доверие к власти по географическому признаку.

Доля проголосовавших людей из избирательного участка (района / области / федерального округа) в общей доли проголосовавших людей (ДПГ (по X участку)):

$$ДПГ_{\text{(по X участку)}} = \frac{\text{Проголосовавшие люди из X (района;области; федерального округа)}}{\text{Общее число проголосовавших людей}}; \quad (2)$$

Дополнительно можно рассчитать динамику для конкретного уровня выборов с целью контроля над посещаемостью выборов населением.

2. Уровень несанкционированных забастовок и митингов. Этот показатель отражает процент несогласных граждан с действующей политикой высших должностных лиц и с помощью подобных мероприятий выражает свое недоверие к ним и их политики (ДВ₂).

$$ДВ_2 = \frac{\text{Количество забастовок за год} \times \text{Среднее число участников}}{\text{Население всего}}; \quad (3)$$

Можно также рассматривать этот показатель в динамике и через факторный анализ, для понимания за счет чего изменяется этот показатель (из-за прироста недовольных или увеличения количества вопросов, по которым народ не согласен с высшими должностными лицами).

3. Уровень доверия в решении вопросов к высшим должностным лицам. Этот показатель характеризует то, насколько граждане доверяют решение своих проблем высшим должностным лицам (с учетом того, что решение этих проблем в компетенции обращаемого лица) (ДВ₃).

$$ДВ_3 = \frac{\text{Количество обращений к высшему должностному лицу}}{\text{Общее количество населения}}; \quad (4)$$

При расчете этого показателя важно учитывать уровень высшего должностного лица и закрепленное за ним территориальное образования для корректного расчета показателя.

В качестве продолжения развития этой метрики доверия к власти можно рассмотреть удовлетворенность население решением вопросов.

4. Посещаемость населением политических мероприятий, как во время предвыборной гонки, так и текущие мероприятия, посвящённые какому-либо событию. Этот показатель отражает общий интерес, как к проводимым мероприятиям, так и к высшему должностному лицу, который будет непосредственно в центре события (ДВ₄).

$$ДВ_4 = \sum \frac{\text{Пришедшие на мероприятие граждане}}{\text{Число граждан на которые было ориентировано мероприятие}}; \quad (5)$$

5. Оценка доверия к высшим должностным лицам населения (по десятибалльной шкале). Этот показатель на прямую отражает насколько граждане доверяют власти, сбор данных для этого показателя возможно через опросы на госуслугах (ДВ₅).

$$ДВ_5 = \frac{\sum \text{Балл от 1 до 10, характеризующий уровень доверия}}{\text{Население опрашиваемое на доверие}}; \quad (6)$$

6. Степень активности населения в официальном аккаунте высшего должностного лица в социальных сетях. Через этот показатель можно посмотреть следит ли население за деятельностью высшего должностного лица, то есть заинтересованность в его работе. Также можно еще рассмотреть этот показатель как доверие к информации преподносимой через медиа площадки (ДВ₆).

$$ДВ_6 = \frac{\text{Количество подписавшихся на высшее должностно лицо людей}}{\text{Общее число населения}}. \quad (7)$$

Для просчета имеет смысл использовать социальную сеть «ВК», потому что это крупнейшая социальная сеть в стране по количеству пользователей.

Далее в предлагаемой методике будет оценка показателей по шкале допустимых значение и перевод в балльную систему, с целью внедрения в систему оценивание по всем показателям оценки эффективности деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации.

Дальнейшая перспектива исследования подразумевает разработку системы перевода в балльную систему и апробацию методики на примере Ярославской области.

Подводя итог проделанной работе, можно отметить, что доверие к власти важный показатель, который отражает не только степень одобрения населением высших должностных лиц различных уровней, но и заинтересованность общества в политической жизни страны.

Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 04.02.2021 № 68 «Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации» (в редакции Указа Президента Российской Федерации от 09.09.2022 № 620).

2. Курневский А.С. Доверие населения к власти как фактор развития государства // Исследования молодых ученых: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Казань, декабрь 2019 г.). Казань: Молодой ученый, 2019. С. 61–63.

УДК 332.1

Повышение инвестиционной привлекательности Ярославского региона

Иванчикова Е.И.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Инвестиционная привлекательность региона является ключевым показателем успешности экономического развития и определяется множеством факторов. «Основой целью региональных властей является развитие инвестиционной политики региона для обеспечения эффективного развития с учетом рационального использования его экономических возможностей» [1, с. 4].

Инвестиционная привлекательность региона – это способность органов его управления привлекать инвестиции и инвесторов за счет определенных экономических, политических и социальных факторов. К ним относятся: налоговые льготы и иные преференции для инвесторов, состояние инфраструктуры (дороги, аэропорты и т.д.), наличие квалифицированной рабочей силы, доступность ресурсов, развитие технологий и др. Тем самым инвестиционная привлекательность региона отражает потенциал региона для развития экономики, обеспечивает трудовую занятость и повышает уровень жизни населения.

Ярославская область входит в число наиболее привлекательных для инвестирования регионов Российской Федерации. По последним данным (за 2022 год), Ярославская область занимает 15 место в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата [2]. Данный рейтинг оценивает усилия региональных властей по созданию благоприятных условий ведения бизнеса и выявляет лучшие практики, а его результаты стимулируют конкуренцию в борьбе за инвестиции на региональном уровне. Позиция Ярославской области в Национальном рейтинге обусловлена оптимальным сочетанием высокого инвестиционного потенциала и низкого инвестиционного риска. Область имеет ряд конкурентных преимуществ, таких как: выгодное экономико-географическое положение, развитая транспортная инфраструктура и промышленность, подготовка квалифицированных кадров и т.д.

Исходя из статистических данных, опубликованных по Ярославской области за 2023 год, можно выделить топ-3 самых привлекательных сфер деятельности: обрабатывающие производства (24146,3 млн. руб.), транспортировка и хранение (7438,4 млн. руб.), деятельность в области информации и связи (7051,1 млн. руб.). В регион активно привлекаются новые инвесторы, осуществляется работа по развитию новых секторов региональной экономики. «На территории Ярославской области реализуется ряд крупных инвестиционных проектов следующих компаний: ООО «Тепличный комбинат Ярославский», ЗАО «Угличский Завод Точного Машиностроения», ОАО «Вымпелком», ООО «Ярославский завод напитков» и др.» [3].

Важнейшими направлениями деятельности органов государственной власти Ярославской области являются стимулирование инвестиционной деятельности, обеспечение роста инвестиционной активности, способствующее ускорению темпов экономического развития области. С целью развития этого направления в 2005 году был принят закон «О государственном регулировании инвестиционной деятельности на территории Ярославской области» [4]. В Инвестиционной декларации, принятой Указом Губернатора от 16.03.2023 № 52, указываются задачи государственных властей, такие как «создание условий и установления основ реализации инвестиционной политики для опережающего инвестиционного развития Ярославской области, а также взаимодействия органов государственной власти Ярославской области с инвесторами при реализации инвестиционных проектов на территории Ярославской области» [5]. В целях реализации указа № 52 были внесены изменения в Порядок проведения мониторинга привлечения инвестиций на территории Ярославской области. Деятельность направлена на «реализацию и оптимизацию работы по сбору, накопление и систематизацию информации об инвестиционной деятельности на территории Ярославской области» [6].

Таким образом, органы государственного управления региона предпринимают активные усилия для повышения его инвестиционной привлекательности. В заключении хотелось бы отметить, что для того, чтобы привлечь больший объем инвестиций, государственной власти Ярославской области следует уделить внимание повышению качества жизни в целом. А именно, решить проблемы, которые связаны с причинением вреда экологии (выбросы загрязняющих веществ с «НПЗ имени Менделеева», слив химикатов в Волгу). Также, стоит принимать меры по развитию высокотехнологичного производства. Реализация данных мер позволит сделать Ярославский регион более привлекательным для инвестиций, способствовать экономическому росту и улучшению качества жизни жителей региона.

Библиографический список

1. Лисянский А.Б. Инвестиционная привлекательность региона. Самара: Издательство Самарского университета, 2020. 108 с.
2. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата [Электронный ресурс]. URL: https://asi.ru/government_officials/rating/?ysclid=ltl1v1ucmm433939654.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://76.rosstat.gov.ru>.

4. Закон Ярославской области 19.12.2005 № 83-з «О государственном регулировании инвестиционной деятельности на территории Ярославской области».

5. Указ Губернатора Ярославской области от 16.03.2023 № 52 «Об утверждении инвестиционной декларации Ярославской области, о внесении изменений в указ Губернатора области от 15.03.2022 № 54 и признании утратившими силу отдельных указов Губернатора области».

6. Постановление Правительства Ярославской области от 30.09.2015 № 1061-п «О порядке проведения мониторинга привлечения инвестиций на территории Ярославской области».

УДК 330

Анализ отношения молодежи к деятельности в государственном управлении

Игнатъкова В.А.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Сложные вызовы, с которыми сталкиваются органы власти и в центре, и на местах, актуализируют современные требования к госслужащим - высокой профессиональной квалификации, большей мобильности и оперативности в решении проблем [1]. В то же время немаловажным фактором, по которому молодые люди не видят себя в будущем на госслужбе, является высокая степень конкуренции структур публичного управления с коммерческим сектором [2].

С целью выявления отношения молодежи к работе на государственной и муниципальной службе, а также характерных черт образа чиновника, мы провели два опроса: среди студентов направления «Государственное и муниципальное управление», а также среди обычной молодежи (учащихся других направлений и рабочих) от 16 до 34 лет.

В первом опросе приняло участие 77 человек, обучающиеся на 1–3 курсах. Большинство обучающихся (59,7%) отметило, что данное направление подготовки они выбрали самостоятельно, исходя из собственных предрасположенностей к профессиональной деятельности и интересов. Примерно такое же общее число респондентов (53,2%) планируют в дальнейшем после окончания обучения работать по

специальности. Основными качествами, которыми, по мнению студентов, должен обладать государственный или муниципальный служащий, стали: честность, ответственность, пунктуальность, коммуникабельность, дисциплинированность, сдержанность.

Далее в анкете предлагался открытый вопрос, где респонденты самостоятельно формулировали положительные аспекты и преимущества работы на государственной и муниципальной службе. К ним участники опроса отнесли: статус/престижность/авторитет данной профессии, возможности карьерного роста, способность улучшить жизнь населения и общее положение в стране, стабильность, организованность, возможность участвовать в политической жизни общества, развитие взаимосвязей с разными людьми.

Эти результаты говорят о том, что на работу в органах власти молодые люди стремятся, прежде всего, не с материальной целью, а в целях личностной самореализации в карьере, с активной политической позицией, желанием что-то изменить в обществе, поднять как внутренний, так и внешний авторитет страны.

Говоря о негативных аспектах государственной и муниципальной службы, участники опроса, не стремящиеся к работе в данной сфере (10,4% опрошенных и 36,4% затрудняющихся в ответе), выделили несколько причин: отсутствие творческого начала в управленческой деятельности, бесперспективность, низкое материальное обеспечение по сравнению с другими сферами, ненормированный график, правовые ограничения для работы на госслужбе.

Ответы респондентов соотносятся с научными публикациями, в которых указывается, что «отпугивать» современную молодёжь в работе на государственной и муниципальной службе могут большая ответственность, многозадачность, номинальный патриотизм, сложившаяся в народе негативная репутация служащего, связанная с коррумпированностью и кумовством [3].

В целом полученные результаты по Ярославской области в 2023 году коррелируются с результатами опроса молодежи России в возрасте от 14 до 35 лет по теме «Восприятие карьерных перспектив на гражданской государственной службе РФ» исследовательского агентства «ПромРейтинг» совместно с Ассоциацией молодежных правительств Российской Федерации в 2020 году [4].

Во втором опросе приняло участие 106 респондентов в возрасте от 16 до 34 лет, где 63,2% лица женского пола и 36,8% мужского.

Соотнося вопрос о качествах государственного и муниципального служащего, можем сказать, что молодежь сходится во мнении с учащимися специального направления и выделяет примерно те же характеристики: навыки аналитической работы и планирования, ответственность, высокие интеллектуальные способности, глубокое понимание поставленных проблем и умение найти решение к ним и т.д. Здесь вопрос честного исполнения своих обязанностей и компетентности был также отмечен, как и респондентами первой группы.

У большинства опрошенных (34%) словосочетание «государственная служба» не вызывает никаких эмоций, еще 32,1% участников отметили свои положительные ассоциации, 27,4% (17% и 10,4%) скорее отрицательные или полностью отрицательные и 7 человек (6,6%) затруднились с ответом. Из этих данных можем сделать вывод о том, что в основном молодежь относится к работе в госуправлении нейтрально-положительно (рис. 1).

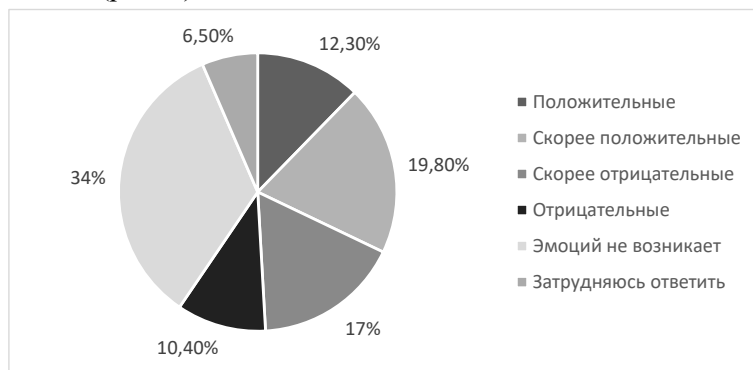


Рисунок 1. Отношение к будущей работе на государственной и муниципальной службе

При ответе на вопрос о том, что, может затруднять приток молодых кадров в эту сферу, опрошенные указали такие варианты: привязанность к нуждам государства, излишняя загруженность, неготовность современной молодежи к наемной работе при высоком авторитете и распространении работы на себя и на «удаленке», а также в числе популярных низкая заработная плата, необходимость непрерывного решения трудных задач, отсутствие творческого развития, повышенный риск попасть под санкции государства и неодобрение окружающими.

Опираясь на похожие исследования и мнения, которые мы можем встретить в исследованиях по теме, можно сказать, что данная ситуация

показывает необходимость «развенчивания» общепринятых стереотипов о работе государственного и муниципального служащего и предложения альтернатив по вхождению в сферу для заинтересованных в построении данной карьеры.

Что касается активностей для молодёжи, организуемых для ознакомления с работой в управленческих органах, можем заметить, что преобладающая масса респондентов (54,7%) в них не принимала участия. Одной из наиболее популярных форм участия в общественной жизни стали публичные опросы, в которых участвовали более 30% опрошенных. Оставшиеся молодые люди (6,6% и 3,8%) отметили свое участие в публичных слушаниях и обсуждениях.

Такие результаты могли сложиться в силу того, что многие не информированы о проведении таких мероприятий в общедоступном режиме и самостоятельно не интересуются их проведением, а также из-за излишней личной занятости и уверенности в том, что любые формы политической активности не являются реально действующими на объекты общественной жизни.

Переходя к вопросу об образовательных проектах и молодёжных движениях в сфере управления, то применимо к Ярославскому региону общим для всех является то, что практически никто из участников не смог назвать подобных или частично похожих мероприятий. По нашему мнению, такие проекты могли бы существенно помочь приобщению все большего количества молодых людей не только к данной профессии, но и к активному участию в политической жизни общества, научить лучше разбираться в аспектах управления и приобщить молодых людей к содействию по разработке и реализации общественных инициатив.

Подводя итоги, можем сказать, что наш опрос выявляет проблемы, которые молодёжь может испытывать при попытке войти в сферу государственной и муниципальной службы. Это прежде всего стереотипы о низкой заработной плате и отсутствии творческого развития. Именно эти темы нужно делать более прозрачными. Важно и то, что более половины молодых людей не участвуют в общественных проектах. Данная тенденция может привести к недостаточному представительству населения и ухудшению качества принимаемых решений на региональном и муниципальном уровнях, что ограничивает возможность реализации многих инициатив и оставляет без изменений сформированный стереотип о том, что государственное и муниципальное управление – удел избранных.

Библиографический список

1. Латышов Д.Е. Государственная служба в современной России: понятие и виды // Вестник магистратуры. 2021. № 5–4 (116). С. 87–88.
2. Смирнова К.Д. Привлекательность государственной службы на молодежном рынке труда современной России // StudNet. 2021. Т. 4. № 6. С. 2172–2183.
3. Сергеева Т. А., Савченко И. А. Проблема имиджа государственных служащих в России // Вестник ГУУ. 2020. №5. С. 32–40.
4. Всероссийское исследование: молодежь отпугивают от госслужбы волокита, низкие стартовые зарплаты и трудности с приемом на работу. URL: <https://promrating.ru/issledovaniya/rossiya/vserossijskoe-issledovanie-molodezh-otpugivayut-ot-gossluzhby-volokita-nizkie-startovye-zarplaty-i-trudnosti-s-priemom-na-rabotu/>.

УДК 342.26

Особенности публичного управления федеральной территорией Российской Федерации «Сириус»

Каширина А.В.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Площадь нашей страны представляет собой совокупность территориальных единиц, носящих название субъектов Российской Федерации. Согласно Конституции РФ, они подразделяется на следующие категории: 24 республики, 9 краёв, 1 автономная область, 4 автономных округа, 48 областей и 3 города федерального значения. Однако ст. 67.1 указывает, что «На территории Российской Федерации в соответствии с федеральным законом могут быть созданы федеральные территории» [1].

Опыт создания федеральных территорий не нов. В международной практике подобные объекты, по сути, представляют собой обособленные административные конгломераты, управление которыми осуществляется непосредственно федеральными органами власти или назначенными ими лицами, без права автономии. Они есть в Мексике, Бразилии, США. В России на данный момент образована одна федеральная территория (ФТ), расположенная в Краснодарском крае, в Имеретинской низменности, между реками Мзымта и Псоу на месте Олимпийского парка, построенного к играм в 2014 году.

Федеральный закон о создании федеральной территории «Сириус» признает ее имеющим общегосударственное стратегическое значение публично-правовым образованием, в котором «в целях обеспечения комплексного устойчивого социально-экономического и инновационного развития территории, повышения ее инвестиционной привлекательности, необходимости сохранения олимпийского спортивного, культурного и природного наследия, создания благоприятных условий для выявления, самореализации и развития талантов, реализации приоритетов научно-технологического развития Российской Федерации устанавливаются особенности организации публичной власти и осуществления экономической и иной деятельности» [2].

Научно-технологический фундамент федеральной территории «Сириус» представляет собой экосистему, которая активно развивает научные и технологические направления, способствуя повышению уровня образования и научных исследований (табл. 1).

Таблица 1. Экосистема ФТ «Сириус» [3]

Элемент	Характеристика
Образовательный центр «Сириус»	способствует обмену опытом между образовательными учреждениями Российской Федерации, содействует созданию сети контактов и обеспечивает доступ к передовым образовательным технологиям в различных областях знаний студентам и педагогам
Платформа «Сириус. Курсы»	качественный образовательный контент, направленный на углубленное изучение дисциплин, например, «Введение в программирование на языке C++», «Дополнительные главы химии. 10 класс», «Дополнительные главы геометрии. 8 класс»
Программы повышения квалификации	предлагают профессиональное развитие по направлениям: образование и педагогика, новейшие технологии, наука и исследования, искусство и культура, спорт и здоровье; носят практикоориентированный характер
Научно-технологический университет «Сириус» (НТУ)	объединяет бизнес, высшее образование, научные разработки в привлечении талантливой молодежи к решению актуальных научно-технологических задач в области естественных и точных наук, инженерии, медицины и др.
Лицей «Сириус»	включает 1–11 классы, дошкольное отделение и Колледж. Особенность образовательной программы заключается в индивидуально разработанном для каждого ученика учебного плана и программ ДПО
ИТ-колледж «Сириус»	осуществляет подготовку по 4 ИТ-специальностям и 1 по туризму и гостеприимству силами педагогов Университета, Лицея, специалистов из компаний-резидентов инновационного научно-технологического центра «Сириус»

Элемент	Характеристика
Спортивный кластер «Сириус»	предлагает спортивные программы, разработанные ведущими экспертными организациями с целью выявления, развития и дальнейшей профессиональной поддержки одаренных юных хоккеистов, фигуристов и шахматистов. Участники программ рекомендуются соответствующими спортивными федерациями
Культурный кластер «Сириус»	В качестве культурного центра выступает Парк науки и искусства «Сириус», в котором на регулярной основе реализуются культурные программы, например, мастер-класс «Основы лазерной резки», экскурсии по лабораториям, а также концерты, в т.ч. ежегодный Музыкальный фестиваль, театральные постановки и т.д.
Программы «Умного туризма»	«Умный туризм» - экскурсионные маршруты, образовательные программы и мастер-классы на федеральной территории «Сириус». Люди любых возрастов могут принимать участие. Среди них есть как платные, так и бесплатные программы: Мастер-класс «Акварельная открытка», Художественная керамика, Обзорная экскурсия по федеральной территории «Сириус» и другие.

Таким образом, федеральная территория «Сириус» одновременно является местом активного научного и образовательного взаимодействия, а также играет важную роль в подготовке нового поколения специалистов, способных к инновационной деятельности и развитию современных технологий в России.

Федеральная территория «Сириус» в Краснодарском крае управляется несколькими государственными органами и органами местного самоуправления, которые выполняют различные функции в обеспечении развития территории (табл. 2). Функционал каждого из них находит свое отражение в Уставе Федеральной территории [4].

Таблица 2. Органы управления ФТ «Сириус»

Орган управления	Полномочия
Администрация Президента Российской Федерации	Общий контроль за деятельностью Федерального научно-образовательного центра «Сириус» и координирует мероприятия по его развитию
Федеральное агентство по управлению государственным имуществом (Росимущество)	Управление государственной собственностью, в том числе управление объектами на федеральной территории
Министерство образования и науки Российской Федерации	Организация образовательных программ, научных исследований и других аспектов в сфере науки и образования на территории

Орган управления	Полномочия
Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации	Решение вопросов строительства, жилищной политики и обеспечения жилищными услугами на территории
Органы публичной власти Федеральной территории: представительный орган – Совет федеральной территории «Сириус» исполнительно-распорядительный орган – администрация федеральной территории	осуществляют свою деятельность в целях обеспечения комплексного устойчивого социально-экономического и инновационного развития ФТ; полномочия главы муниципального образования осуществляет председатель Совета федеральной территории «Сириус»; в системе органов публичной власти согласно ст.17 п.4 Устава ФТ устанавливаются государственные должности и должности федеральной государственной гражданской службы

Развитие территории с каждым годом лишь набирает позитивную динамику. В Олимпийском парке продолжается возведение концертно-театрального комплекса мирового уровня на 1200 зрителей с уникальной акустической концепцией. Открытие ожидается в конце 2024 года. Планируется, что вокруг комплекса появится Квартал дизайнера с арт-резиденциями и мастерскими.

Таким образом, управление федеральной территорией является новацией в современной истории госуправления России. Во-первых, управление ФТ «Сириус» учитывает мнение общественности, интересы студентов, преподавателей и других участников образовательного процесса при принятии стратегических решений. Во-вторых, публичное управление ориентировано на инновации, использование передовых методов и технологий в сфере образования, науки, культуры и других областей. Публичное управление федеральной территорией «Сириус» является сложным и многоуровневым процессом, требующим согласованного действия различных структур и органов власти.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 22.12.2020 N 437-ФЗ «О федеральной территории "Сириус"». Документ предоставлен СПС «КонсультантПлюс».
2. Сириус. Образовательный центр [Электронный ресурс]. URL: <https://sochisirius.ru/news/4455?ysclid=lsq9gnue7c334007461>.
3. Устав Федеральной территории «Сириус» (Утвержден решением Совета федеральной территории «Сириус» от 19 ноября 2021 г. № 1–3/16). Документ предоставлен СПС «КонсультантПлюс».

Некоторые аспекты реализации проектного подхода в системе государственного управления Российской Федерации

Мазитова Д.О.

*Научный руководитель: Шварц Д.С., преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В условиях VANI-мира, характеризующегося склонностью к быстрым изменениям, государству необходимо своевременно адаптироваться к современным вызовам и трендам, социально-экономическим проблемам, выбирая наиболее эффективный метод управления, который обеспечит его стабильное функционирование во всех сферах.

Одним из распространенных подходов для достижения приоритетных целей развития государства и решения наиболее важных задач является проектное управление. В органах государственной и муниципальной власти Российской Федерации приняты к внедрению отдельные техники проектного управления. Суть проектного подхода в государственном управлении заключается в создании последовательности мероприятий, направленных на решение выявленной проблемы и формирование портфеля задач проекта.

С целью выработки единого государственного подхода к реализации проектного управления в органах государственной власти и определения приоритетных проектов с учетом степени значимости их влияния на социально-экономические процессы было утверждено решение о внедрении проектного управления вертикального типа, учитывающего особенности каждого уровня при принятии управленческих решений. Внедрение проектного управления осуществлено в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации до 2024 года». Данный документ определяет 12 направлений стратегического развития Российской Федерации и устанавливает целевые индикаторы развития для каждого из них [1].

Достижение национальных целей развития осуществляется через реализацию проектов, которые регламентируются Постановлением Правительства Российской Федерации от 31.10.2018 № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской

Федерации». Данный документ является основополагающим в контексте государственного контроля проектной деятельности и официально определяет трактовку термина «проект» [2].

Проект представляет собой комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение уникальных результатов при временных и ресурсных ограничениях. Государство реализует следующие типы проектов: национальные, федеральные, региональные и ведомственные.

При интегрировании элементов проектного управления в систему государственного устройства важно учитывать специфику и особенности государственной службы. В ходе исследования рассмотрим преимущества и недостатки проектного управления в органах власти.

Проектное управление основано на объективном и систематическом мониторинге как внешней среды проекта, так и внутренней. «Дорожные карты» проектов позволяют систематически в режиме реального времени отслеживать достигнутые результаты проектной деятельности, повышая оперативность принятия управленческих решений. Декомпозиция проекта с возможностью промежуточного отслеживания результатов на каждом этапе с помощью установленных стандартизированных контрольных точек позволяет оказать своевременное корректирующее воздействие.

Проектный подход предполагает наличие конкретной цели проекта, установленной согласно SMART-принципу. Целевая ориентация играет ключевую роль при определении курса деятельности и дальнейшей оценке результата реализации проекта. Перед завершением проекта проводится анализ его преимуществ и недостатков.

До момента начала внедрения проектов в систему государственного устройства реализация приоритетов государства происходила в основном за счёт государственных программ, механизм реализации которых менее гибок в сравнении с механизмом проектов. Руководитель проекта имеет право вносить изменения в проект на любом этапе его исполнения, что позволяет оперативно реагировать на изменения среды и адаптироваться к новым условиям [3].

Специфика государственной службы предполагает длительный этап согласования управленческих решений вследствие сложности процесса взаимодействия ведомств и функциональных подразделений. Создание информационной системы управления проектами (ИСУП) предоставляет возможность принимать быстрые управленческие решения [5].

Проектный подход позволяет перейти от узковедомственного подхода к командному, в рамках которого все участники проекта работают на

единую цель. Также методика проектов позволяет повысить персональную ответственность и ориентирована на мотивацию на результат [6].

Важными элементами проектного подхода являются систематическая оценка и управление рисками, позволяющие в проактивном режиме выявлять потенциальные проблемы и разрабатывать меры по их минимизации. При реализации проектов формируется банк проектов, который позволяет использовать опыт реализации проектов с другими стейкхолдерами.

Принципы, лежащие в основе эффективного проектного управления, можно обозначить следующим образом:

- 1) целенаправленность – подразумевает постановку конкретных целей и задач проекта, что помогает сосредоточиться на достижении результата и определить путь к его достижению;
- 2) системность – проект должен быть выстроен как единая система для достижения поставленных целей;
- 3) комплексность – направленность на учёт всех аспектов, влияющих на реализацию и успех проекта;
- 4) экономическое обеспечение – проект требует соответствующего финансового и ресурсного сопровождения.

Несмотря на перечисленные преимущества, реализация проектного управления в государственном управлении также имеет определенные недостатки, которые следует учитывать:

1. Применение проектного подхода в деятельности государственных органов невозможно без разработки нормативно-правовой базы, которая накладывает на участников проекта определённые регламенты, делающие процесс принятия решений формализованным и менее гибким.
2. Изменение функциональной структуры с созданием новых органов не может быть приравнено к созданию командного управления.
3. Реализация проектов с положительным результатом невозможна без постоянного развития и соответствующего профессионального обучения служащих, при ведении проекта необходимы определённые компетенции.
4. Недостаточный уровень гибкости системы бюджетного финансирования и сроков разработанного комплекса мероприятий [4].

Таким образом, реализация проектного управления в государственной системе имеет свои преимущества и недостатки. Данный подход позволяет повысить эффективность работы государственных структур в рамках ограниченного времени и не является элементом долгосрочного планирования. Однако необходимо учитывать ограничения и особенности

государственного сектора в целях адаптации проектного управления под его требования и потребности.

Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.10.2018 № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации».

3. Борщевский Г.А. Управление государственными программами и проектами: учебник для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2023. 299 с.

4. Сабына Е.Н. Некоторые аспекты повышения эффективности применения проектного подхода в органах государственной и муниципальной власти // Экономика Профессия Бизнес. 2022. № 3. С. 115–120.

5. Цаллагова В.А. Проектирование «Умной» информационной системы управления проектами для повышения эффективности реализации проектов в многопроектной среде // International Journal of Open Information Technologies. 2023. № 8. С. 79–87.

6. Чаркина Е.С. Развитие проектного подхода в системе государственного управления: методология, опыт проблемы: Научный доклад. М.: ИЭ РАН, 2017. 54 с.

УДК 316.43

О показателях оценки деятельности высших должностных лиц и исполнительных органов субъектов Российской Федерации в области качества городской среды

Манеева Е.А.

*Научный руководитель: Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Актуальность темы обусловлена важностью разработки единого методического аппарата для реализации Указа Президента Российской Федерации от 04.02.2021 № 68 «Об оценке деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации» [1]. Без

наличия действующей методики оценки эффективности деятельности высших должностных субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации, которая была бы достаточной для полного анализа сегодняшней действительности по каждому показателю, невозможно сформировать целую картину о деятельности указанных органов.

Качество городской среды представляет собой социально-экономическую категорию, характеризующую уровень удовлетворения физиологических, материальных и духовных потребностей населения муниципального образования благодаря организации и функционированию этой среды [2].

Городская среда представляет собой совокупность определенных основополагающих условий, которые созданы природой и человеком на территории населенного пункта и влияют на качество и уровень жизни и деятельности населения. Городское население наиболее активно, имеет высокую профессиональную подготовку, выступает в качестве инновационной движущей силы экономики. Наибольшими конкурентными преимуществами в условиях современного общества обладают те города, которые предоставляют населению высокое качество городской среды. Комфортность и качество городской среды выступают в качестве значимого фактора формирования конкурентоспособности населенных пунктов, регионов и государства в целом.

Органы публичной власти городского уровня долгое время были ограничены количественными результатами бюджетообразующих предприятий.

Социально ориентированная экономика поставила новые задачи перед органами городской власти, включая максимальное взаимодействие с населением и независимую оценку эффективности деятельности органов местного самоуправления.

Основываясь на данных исследований перечисленных и других ученых, занимающихся вопросами управления качеством городской среды, можно выделить следующие основные признаки ее системности [2]:

- в управлении качеством городской среды, от этапа планирования до этапа контроля, должны принимать участие не только органы местного самоуправления, но и непосредственно население муниципального образования;

- должна быть сформирована целостная картина городской среды, как в территориально-отраслевом, так и социально-экономическом аспектах, на разные прогнозные интервалы и сценарии развития;

– система управления городом должна быть прозрачна для жителей города путем формирования и реализации соответствующей многоканальной информационной подсистемы, функционирующей в режиме реального времени;

– необходима четкая формулировка целей управления городом, в том числе в виде дерева решений, для определения полноты исполнения функций системы управления качеством городской среды;

– в основе оценки качества городской среды должна лежать консолидированная информация всех уровней управления городом и его смежных подразделений.

Нами предложен комплекс показателей, которые, по нашему мнению, в совокупности позволят дать всестороннюю оценку деятельности должностных лиц в сфере обеспечения качества городской среды:

1. Изношенность дорожного покрытия в регионе. Показатель характеризует степень изношенности дорожного полотна в регионе. Получившееся значение будет являться основанием для строительства и ремонта дорожного полотна. Рассчитывается по формуле ($КГС_1$):

$$КГС_1 = \frac{\text{Расстояние дорожного полотна, требующее ремонта}}{\text{Расстояние дорожного полотна во всему региону}} \times 100\%; \quad (1)$$

2. Доступность/состояние общественного транспорта. Показатель характеризует степень доступности/состояния общественного транспорта в регионе. Результаты его оценки будут являться основанием для разработки мероприятий по развитию на данной территории транспортной инфраструктуры. Рассчитывается по формуле ($КГС_{2.1}$ и $КГС_{2.2}$):

$$КГС_{2.1} = \frac{\text{Количество перевозок, которое осуществлено транспортными средствами}}{\text{Численность жителей региона}} \times 100\%; \quad (2)$$

$$КГС_{2.2} = \frac{\text{Количество транспортных средств, пришедшие в негодность в регион}}{\text{Количество транспортных средств в регионе}} \times 100\%; \quad (3)$$

3. Доступность поликлиник и больниц. Показатель характеризует степень доступности поликлиник и больниц для населения региона. Получившееся значение будет являться основанием для совершенствования и модернизации сети медицинских учреждений. Рассчитывается по формуле ($КГС_3$):

$$КГС_3 = \frac{\text{Количество поликлиник и больниц в регионе}}{\text{Численность жителей региона}} \times 100\%; \quad (4)$$

4. Количество опорно-спасательных пунктов. Показатель характеризует степень доступности опорно-спасательных пунктов на зону покрытия в регионе. Получившееся значение будет являться основанием

для строительства опорно-спасательных пунктов в каждом районе региона. Рассчитывается по формуле (КГС₄):

$$\text{КГС}_4 = \frac{\text{Количество опорно-спасательных пунктов в регионе}}{\text{Количество населённых пунктов в регионе}} \times 100\%; \quad (5)$$

5. Доля мест в дошкольных и общеобразовательных учреждениях. Показатель характеризует долю мест в дошкольных и общеобразовательных учреждениях. Получившееся значение будет являться основанием для планирования мероприятий по развитию сети дошкольных и общеобразовательных учреждений в регионе. Рассчитывается по формуле (КГС_{5.1} и КГС_{5.2}):

$$\text{КГС}_{5.1} = \frac{\text{Количество мест в дошкольных образовательных учреждениях}}{\text{Количество детей дошкольного возраста}} \times 100\%; \quad (6)$$

$$\text{КГС}_{5.2} = \frac{\text{Количество мест в общеобразовательных учреждениях}}{\text{Количество детей школьного возраста}} \times 100\%; \quad (7)$$

6. Доступная среда. Показатель характеризует степень доступности объектов окружающего пространства таким образом, чтобы люди с физическими, сенсорными или интеллектуальными отклонениями могли использовать это пространство с минимальной помощью посторонних лиц. Получившееся значение будет являться основанием для обеспечения развития системы объектов доступной среды. Рассчитывается по формуле (КГС₆):

$$\text{КГС}_6 = \frac{\text{Количество объектов, построенных в рамках программы доступная среда в регионе}}{\text{Численность жителей региона}} \times 100\%. \quad (8)$$

Таким образом, нами предложены методические основы оценки деятельности высших должностных лиц и исполнительных органов власти по обеспечению надлежащего качества городской среды в субъекте Российской Федерации. В качестве дальнейшего направления исследования в рамках данной предметной области нам представляется целесообразным рассмотреть возможность расширения системы показателей и введения результирующего (интегрального) показателя комплексной оценки.

Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 04.02.2021 № 68 «Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности исполнительных органов субъектов Российской Федерации» (в редакции Указа Президента Российской Федерации от 09.09.2022 № 620).

2. Сапрыкин А.В. Системный подход к управлению качеством городской среды // Молодой ученый. 2023. № 3 (450). С. 188–189.

Государственная политика в сфере цифровизации учреждений культуры (на примере Ярославской области)

Вердиева А.В., Мурыгина А.О.

*Научный руководитель: Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Государственная политика в области цифровизации представляет собой комплексные мероприятия, осуществляемые государством с целью развития и распространения цифровых технологий в различных сферах общественной жизни. Цифровизация затрагивает широкий спектр областей, включая экономику, культуру, здравоохранение, государственное управление и др.

Основной задачей государственной политики в области цифровизации является обеспечение стабильного и инновационного развития государства, увеличение его конкурентоспособности на мировой арене и улучшение жизни граждан. Для достижения данной цели государство устанавливает определенные приоритеты и предпринимает шаги, направленные на создание поддерживающей среды для развития цифровых технологий и их широкого использования [3].

Развитие цифровизации как одного из ведущих направлений государственной политики на современном этапе развития социально-экономической и культурной сферы имеет первостепенное значение в свете принятых в последние годы нормативно-правовых актов.

Конкретизация направлений государственной политики в аспекте цифровизации сферы культуры раскрывается в Указе Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [1]. В качестве ключевых действий в сфере культуры были определены: широкое внедрение цифровых технологий в культурное пространство страны, цифровизация услуг (проведение онлайн-трансляций ключевых мероприятий в сфере культуры, экскурсий по крупнейшим выставкам), оцифровка книжных памятников и ресурсов периодической печати; создание модельных библиотек, оснащенных скоростной сетью Интернет; создание виртуальных концертных залов, выставочных проектов с цифровыми гидами.

Следует отметить, что во исполнение данного Указа Президента РФ Министерством культуры РФ разработан федеральный проект «Цифровая культура», входящий в национальный проект «Культура». Его основной задачей является создание условий для повышения доступности и возможности участия граждан в культурной жизни путем цифровизации услуг культуры и формирования информационного пространства знаний. С 2019 по 2024 год было создано около 500 виртуальных концертных залов в городах России, проведены 450 выставочных проектов, снабженных цифровыми гидами в формате дополненной реальности, проведено 600 онлайн-трансляций мероприятий, размещаемых на портале Культура.РФ, поддержаны проекты по созданию и размещению государственного контента, направленного на укрепление гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе среди молодежи почти 1000 единиц, также было осуществлено пополнение фонда Национальной электронной библиотеки 48 тыс. оцифрованных единиц [4].

Цели федерального проекта «Цифровая культура» были следующие: устранение неравенства в предоставлении доступа к музыкальным произведениям искусства мирового уровня между жителями Ярославской области; обеспечение сохранности книжных памятников и музейного фонда Ярославской области; расширение спектра услуг для посетителей музеев Ярославской области с помощью информационных технологий.

В рамках данного проекта определялись перспективные площадки, востребованные населением Ярославской области, для организации виртуальных концертных залов, создания мультимедиа-гидов. Также из числа зарегистрированных в Реестре книжных памятников отбирались документы для оцифровки и создавались электронные версии книжных памятников Ярославского края [2].

За время реализации федерального проекта "Цифровая культура" в Ярославской области достигнуты важные для деятельности отрасли результаты. Например, в районах уже оборудовано 16 современных кинозалов, жителям даже самых отдаленных территорий стал доступен формат 3D. Также открываются виртуальные концертные залы, это значит, что люди могут в режиме реального времени видеть выступления исполнителей и коллективов из лучших концертных залов нашей страны, не выезжая за пределы родного города или район.

На сегодняшний день технологии дополненной реальности внедрены в Ярославском, Рыбинском музеях-заповедниках, Угличском музее,

Ярославском художественном музее, Даниловском центре сохранения и развития культуры и в музее Максима Богдановича в Ярославле.

Кроме того, Ярославские музеи активно используют цифровую платформу «Артефакт». В приложении «Артефакт» все экспонаты можно рассмотреть в режиме дополненной реальности. В 2021 году к проекту впервые присоединились муниципальные музеи, мультимедиагид с применением технологии дополненной реальности появился на постоянной экспозиции «Белорусский поэт с берегов Волги» Дома-музея Максима Богдановича в Ярославле и на экспозиции «Живая нить традиций» историко-краеведческого отдела музея имени П.К. Шарапова в Даниловском районе. В настоящее время на виртуальной платформе «Артефакт» представлены Ярославский музей-заповедник и Ярославский художественный музей.

Таким образом, жители нашей области имеют доступ к лучшим музыкальным произведениям, к электронным версиям книжных памятников Ярославского края, к информации о музеях Ярославской области, возможность современного формата взаимодействия с произведениями искусства и музейными предметами с помощью мультимедиа-гидов. Благодаря данному проекту внедрение цифровых технологий дает возможность для творческого развития и самореализации в современных учреждениях культуры, получения детьми и молодежью всестороннего духовно-нравственного развития путем доступа к качественному интернет-контенту, предоставляет более широкий доступ к культурным ценностям.

Библиографический список

1. Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года».
2. Постановление Правительства Ярославской области от 18.12. 2020 № 974-п «Об утверждении государственной программы Ярославской области "Развитие культуры в Ярославской области" на 2021–2025 годы».
- 3.Прончатов А.О. Содержание цифровизации в сфере культуры: методологические подходы к изучению // Вестник Адыгейского государственного университета. 2022. № 3(304). С. 85–92.
4. Министерство культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://culture.gov.ru/>.

Исторические аспекты противодействия коррупции во времена великого княжества литовского

Пашковская А.О.

*Научный руководитель: Чернова О.С., старший преподаватель, магистр
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

В настоящее время одной из главных задач правоохранительных органов является борьба с коррупцией. В белорусском законодательстве коррупция определена как умышленное использование служебного положения в целях противоправного получения имущества или другой выгоды, а также подкуп должностного или приравненного к нему лица [1].

В связи с этим вызывает интерес вопрос об опыте и истории борьбы с этим явлением в древности. Показательным примером тому может стать ВКЛ в XVI в. Использование государственными должностными лицами ВКЛ своего служебного положения в корыстных целях и попытки власти бороться с ними нашли свое отражение как в законодательных актах рассматриваемого периода времени, так и в работах виднейших государственных и общественных деятелей XVI в. [2].

Формирование централизованного древнерусского государства происходило на протяжении X века путем объединения союзов восточнославянских племен под властью киевского князя. Говорить о наличии аппарата управления страной в это бурное время не приходится. Князь и несколько наиболее близких к нему дружинников олицетворяли собой всю мощь государства, соединяя в немногих лицах функции законодательной, исполнительной и судебной власти. Данные субъекты явили также и многочисленные примеры злоупотребления своими неограниченными возможностями. Основной формой осуществления власти в тот период было «полюдье», т. е. объезд князем и дружиной подвластных земель с целью сбора дани и свершения правосудия. Во время полюдья и произошли события, положившие начало коррупции в нашей стране. Речь идет о печально знаменитом сборе дани с древлян князем Игорем зимой 945 г. Киевский князь злоупотреблял своей верховной властью для выколачивания из своих подданных материальных благ для себя и дружинников. В результате первый правитель древнерусского государства может быть удостоен сомнительной чести называться родоначальником лихоимства на Руси. А действия древлян могут быть

охарактеризованы как первая известная нам операция по борьбе с коррупцией.

Великое княжество Литовское (ВКЛ) имело свои особенности в противодействии коррупции на протяжении своей истории. Некоторые исторические основы противодействия коррупции в ВКЛ могли включать следующие аспекты:

1. Законодательство и управление: ВКЛ имело достаточно развитые законы и управленческие структуры, которые регулировали поведение чиновников и наказывали за коррупцию. Например, в Литовском Статуте 1588 года присутствовали статьи, посвященные противодействию коррупции [3].

2. Назначение и обучение чиновников: Великие князья и короли ВКЛ обращали внимание на назначение компетентных и надежных чиновников, а также на их обучение и подготовку. На такие важные государственные должности должны были избираться добропорядочные и совестливые люди. Это могло быть одним из способов снижения коррупции в управлении.

3. Контроль и наказание: ВКЛ могло применять систему контроля за деятельностью чиновников, а также наказание за коррупцию, включая административные штрафы, изгнание, или лишение звания.

4. Роль общественного мнения: В определенные периоды и в определенных слоях общества внимание общественного мнения и критика со стороны государственных деятелей могли стимулировать противодействие коррупции. Мнение авторитетного лица во все времена заставляло задумываться о правильности совершаемых действий.

Изучение исторических основ противодействия коррупции в Великом княжестве Литовском может дать представление о том, какие механизмы использовались в прошлом и какие уроки можно извлечь для борьбы с коррупцией в современном обществе.

К сожалению, на сегодняшний день коррупция является серьёзной проблемой не только Республики Беларусь, но и всего мира в целом. Современные меры по противодействию коррупции улучшаются и совершенствуются, но именно благодаря изучению истории, мы знаем, как было положено начало борьбы со взяточничеством.

Библиографический список

1. Борьба с коррупцией - важнейшая задача государства. URL: <http://mas.gov.by>.

2. Коррупция и борьба с ней в Великом княжестве Литовском в XVI в. URL: <http://elib.bsu.by>.

Формирование кадровой политики в ПАО «Газпром»

Пикунов М.А.

*Научный руководитель: Проскурнова К.Ю., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В наше время эффективность большого предприятия напрямую зависит от проведения грамотной работы в области кадровой политики, так как кадры напрямую оказывают влияние на формирование деятельности и репутации предприятия.

Актуальность статьи заключается в том, что в настоящее время кадровая политика определяет не только качество предоставляемых услуг и выпускаемой продукции, а также эффективность работы всего предприятия. Совокупность этих факторов напрямую влияет на репутацию компании или предприятия. На примере ПАО «Газпром»: чем выше уровень профессионализма кадров, тем больше будет добыто и перекачено газа по трубопроводам нашей страны, тем выше будет надежность работы всех систем и оборудования, не будет нанесено вреда окружающей среде.

Кадровая политика организации – это совокупность принципов, форм, методов, через которые осуществляется реализация целей и задач управления персоналом всей компании, начиная от высшего руководства, заканчивая простыми рабочими.

Самая главная цель любой компании – это ее эффективная работа. Для достижения этой цели необходимо иметь в штате надежный, работоспособный и компетентный управляющий и рабочий персонал. Такой персонал невозможно найти «на улице», готовые варианты, как показывает практика, попадаются очень редко. Поэтому любая компания, которая хочет достигать поставленных целей, занимается обеспечением условий для раскрытия потенциала человеческих ресурсов.

Создание комфортных условий труда для работников, достойный уровень заработной платы, социальные гарантии, развитие «жестких» и «гибких» навыков, ориентированность на решение целей компании,

чувство защищенности работников – это и есть основные принципы кадровой политики.

В статье кратко рассмотрено формирование кадровой политики на примере государственной компании ПАО «Газпром». Основная кадровая цель компании – самообеспечение в настоящее время и в будущем квалифицированными сотрудниками, высоко мотивированными и талантливыми. Именно такие сотрудники смогут эффективно управлять компанией, вести ее работу и увеличивать доходность.

В основе продвижения кадровой политики и имиджа компании лежит благотворительность и реклама. Различные мероприятия охватывают перспективных работников разных возрастов, а именно: финансирование компанией детских садов, школ, проведение культурно-массовых и спортивных мероприятий у детей и их родителей. Громкое имя компании остается в подсознании ребенка и в будущем, возможно, он станет ее частью. Помимо младшей возрастной группы, ПАО «Газпром» также охватывает и взрослое поколение. Выделяет гранты и стипендии студентам ВУЗов и средних специальных учебных заведений, реставрирует аудитории и лаборатории, даёт возможность пройти оплачиваемую стажировку и попробовать себя в роли инженера или рабочего. Также стоит обратить особое внимание, что ПАО «Газпром» — это одна из немногих компаний в России, которая массово обучает детей своих работников в профильных ВУЗах и организациях СПО, заведомо готовя себе будущих специалистов, выстраивая фамильные династии работников.

После выпуска из учебного заведения компания присваивает работнику статус молодого специалиста, которому положены определенные льготы. Также молодой специалист обучается в специализированных центрах повышения квалификации, где более подробно знакомится с профессией, сдает экзамены, проходит теоретическую и практическую подготовку. Немаловажный факт, что повышают квалификацию не только молодые специалисты, но и опытные работники с периодичностью 3-5 лет.

Несмотря на это, в компании все равно присутствует постоянная текучесть кадров. Не хватает как рабочих специалистов, так и работников инженерных специальностей. К сожалению, это свидетельствует об определенных недостатках. Однако стоит отметить, что такая текучесть является общей проблемой для всех компаний нефтегазовой отрасли. Высокая зарплата не всегда является мотивацией для специалистов в связи с тяжелыми условиями труда.

Почему сотрудники увольняются, казалось бы, с такой высокооплачиваемой работы? Как показывает практика, в последние годы уровень зарплат в ПАО «Газпром» уравнился с уровнем зарплат на аналогичных должностях в регионах. Помимо этого, существует географические особенности работы в компании. Большинство офисов, добывающих и газоперекачивающих станций находятся в глухих краях, в маленьких городах или поселках. Молодое поколение стремится переехать жить в большой город, где больше возможностей для жизни и роста, где больше перспектив, переезд для молодого специалиста жить и работать в деревне – очень непростая задача. Также нередки конфликты с руководством из-за высокой напряженности работы и уровня ответственности, отсутствие перспектив карьерного роста, личностного (некоторые люди десятилетиями работают на одной и той же должности) и, как итог, потеря мотивации и интереса к работе.

В компании очень хорошо развита социальная политика, положительно влияющая на кадровую. Создаются благоприятные условия не только во время работы, но и в свободное от работы время. Компания оплачивает один раз в два года санаторно-курортное лечение для работника и его семьи, компенсирует покупку абонементов для занятия спортом, заботится о здоровье сотрудников, покупая полис добровольного медицинского страхования. А выходя на пенсию, при условии выработки определенного количества лет в компании, сотрудник получает корпоративную пенсию.

Кроме этого, в компании на регулярной основе, несколько раз в год проводится индексация заработных плат, раз в год производится выплата «тринадцатой» зарплаты, размер которой составляет зарплату работника за несколько месяцев.

Таким образом, компания ПАО «Газпром» проводит хорошую политику самообеспечения кадрами, однако необходимо продолжать улучшать стратегию управлением персоналом, например, придумать большую мотивацию для молодых сотрудников, развивать отношения внутри коллективов, обучать руководителей не только профессиональным навыкам, но и навыкам общения с подчиненными.

Библиографический список

1. ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazprom.ru/>.

2. Аксенова Е.А. Управление персоналом: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ, 2017. 560 с.

3. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: учебник. М.: ИНФРА-М, 2024. 695 с.

4. Квасницкий В. Н. Формирование кадрового потенциала России // Народонаселение. 2006. № 2(32). С. 30–37.

УДК 364.04

Анализ ключевых особенностей пенсионного обеспечения в Российской Федерации

Пухова Ю.П., Торосян А.А.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Пенсионное обеспечение у многих ассоциируется с пенсией по возрасту. В то же время его значение гораздо шире, и его можно раскрыть как одну из форм социальной защиты граждан, которые, в силу определенных обстоятельств, потеряли заработок или иной доход, получили вред здоровью и при этом нетрудоспособны.

Материальная поддержка нуждающимся со стороны государства в России имеет почти двухсотлетнюю историю. Первый Пенсионный устав был принят еще в далеком 1827 году. В последующем система пенсионного обеспечения продолжала развиваться, изменяясь в соответствии с нуждами и требованиями общества. Год назад с 1 января 2023 года Пенсионный фонд и Фонд социального страхования были объединены в единый Фонд пенсионного и социального страхования РФ (Социальный фонд России, СФР). Это позволило оптимизировать работу обеих организаций, а также повысить качество предоставляемых услуг [1]. В этом же заключается одна из ключевых особенностей пенсионного обеспечения в Российской Федерации – оно предоставляется в основном за счет средств единого внебюджетного специализированного Фонда - СФР - в виде страховой пенсии. Она формируется за счет средств, отчисляемых работодателем с заработной платы сотрудника в соответствии с российским законодательством. С 2002 по 2013 годы эти отчисления имели еще и накопительную часть, которую гражданин, их заработавший, может самостоятельно перевести в негосударственный пенсионный фонд (НПФ). Однако на деле только 8% россиян знают про накопительный и страховой компонент пенсии, говорится в исследовании

НПФ Сбербанк и «Рамблера» [2]. Многие НПФ ведут непрозрачную политику, что снижает доверие к ним со стороны граждан, имеющих накопительную пенсию.

В целом в РФ существует 4 вида пенсионного обеспечения: страховое, накопительное, пенсии по государственному пенсионному обеспечению и добровольное. Они охарактеризованы в таблице 1.

Таблица 1. Виды пенсий в РФ и их характеристика

Вид пенсии	Особенности
1. Страховая [3]	выплачивается из бюджета Фонда пенсионного и социального страхования РФ и бывает трёх видов: по старости, по инвалидности и по случаю потери кормильца, – в зависимости от страхового случая, в связи с которым они назначаются. Основное условие – наличие стажа, в течение которого работодатель начислял взносы на обязательное пенсионное страхование
2. Накопительная [4]	ежемесячная денежная выплата, исчисляемая исходя из суммы средств пенсионных накоплений. Это часть будущих выплат, которая формировалась у россиян с 2002 по 2013 годы на специальном счете из отчислений от работодателя и сейчас по желанию гражданина может быть размещена в негосударственной финансовой организации
3. По государственному пенсионному обеспечению [5]	согласно ФЗ-166 предусмотрены пять видов пенсий: за выслугу лет, по старости, по инвалидности, по случаю потери кормильца и социальная пенсия. Они финансируются из государственного бюджета. Социальные пенсии получают граждане, в силу разных обстоятельств не имеющие права на получение страховой пенсии
4. Негосударственная [6]	денежные средства, регулярно выплачиваемые гражданину в соответствии с условиями пенсионного договора с негосударственным пенсионным фондом (НПФ) на индивидуальных условиях с целью сформировать определенный объем накоплений к пенсионному возрасту.

Еще одна важная особенность в сфере пенсионного обеспечения – оно реализуется как на федеральном, так и на региональном уровнях. Так, Закон Ярославской области от 22.12.2016 № 90-з "О пенсионном обеспечении государственных гражданских служащих Ярославской области и муниципальных служащих в Ярославской области" устанавливает специальные правила и условия для пенсионного обеспечения данной категории граждан, включая порядок назначения, расчета и выплаты пенсий [7]. Указ Губернатора от 13.01.2016 № 5 (ред. от 19.10.2023) "О пенсионном обеспечении" утверждает порядок

пенсионного обеспечения лиц, замещавших государственные должности Ярославской области и должности государственной гражданской службы Ярославской области (ЯО) [8]. Постановления Правительства ЯО регламентируют отдельные вопросы пенсионного обеспечения, например, Постановление Правительства ЯО от 14.10.2009 № 991-п (ред. от 10.11.2023) "О Порядке установления региональной социальной доплаты к пенсии" [9], Постановление Правительства ЯО от 11.07.2014 № 673-п (ред. от 28.12.2022) "О ежемесячной дополнительной выплате к пенсии спасателям аварийно-спасательной службы, аварийно-спасательных формирований Ярославской области" [10] и др.

Тем самым, одной из характерных черт системы пенсионного обеспечения в Российской Федерации является ее дифференциация в зависимости от региона. С одной стороны, это снижает нагрузку на федеральный бюджет и позволяет делить ответственность по данному направлению между Российской Федерацией и ее субъектами. С другой – регионы с низкой бюджетной обеспеченностью не имеют возможностей обеспечить для пенсионеров предоставление материальных и социальных мер поддержки такого же уровня как, например, регионы-доноры. Следовательно, пенсионерам в разных уголках страны предоставляются различные варианты пенсионного обеспечения. И в этом, по нашему мнению, кроются причины острых социальных проблем. Таким образом, по итогу еще одной яркой особенностью пенсионного обеспечения РФ выступает активный дискуссионный характер и нестихающая полемика по поводу совершенствования данной системы.

Библиографический список

1. Социальный фонд России [Электронный ресурс]. URL: <https://sfr.gov.ru/>.
2. «Коварные» НПФ. Подводные камни негосударственных пенсионных фондов [Электронный ресурс]. URL: https://aif.ru/money/mymoney/kovarnye_npf_podvodnye_kamni_negosudarstvennyh_pensionnyh_fondov?ysclid=lsvthpa699110159547.
3. Федеральный закон от 15.12.2001 № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации».
4. Федеральный закон от 28.12.2013 № 424-ФЗ «О накопительной пенсии».
5. Федеральный закон от 15.12.2001 № 166-ФЗ «О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации».
6. Федеральный закон от 07.05.1998 № 75-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах».

7. Закон Ярославской области от 22.12.2016 № 90-з "О пенсионном обеспечении государственных гражданских служащих Ярославской области и муниципальных служащих в Ярославской области".

8. Указ Губернатора Ярославской области от 13.01.2016 № 5 "О пенсионном обеспечении".

9. Постановление Правительства Ярославской области от 14.10.2009 № 991-п "О Порядке установления региональной социальной доплаты к пенсии".

10. Постановление Правительства ЯО от 11.07.2014 № 673-п "О ежемесячной дополнительной выплате к пенсии спасателям аварийно-спасательной службы, аварийно-спасательных формирований Ярославской области" (с изм. и доп., вступившими в силу с 09.01.2023).

УДК 351.354

Оценка рисков реализации проектов в органах власти

Смирнов-Мальцев А.А.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Ярославский филиал*

Проектное управление широко используется в государственном управлении. На сегодняшний день в России активно реализуются национальные проекты, которые условно можно разделить на три вектора приоритетов социально-экономического развития:

1) человеческий капитал: «Здравоохранение», «Образование», «Демография», «Культура»;

2) комфортная среда для жизни: «Безопасные качественные дороги», «Жильё и городская среда», «Экология»;

3) экономический рост: «Туризм и индустрия гостеприимства», «Наука», «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», «Цифровая экономика», «Производительность труда и поддержка занятости», «Международная кооперация и экспорт», Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры.

И все они требуют грамотного подхода в оценке рисков.

Оценка рисков реализации проектов в органах власти является важной задачей, которая помогает принимать обоснованные решения и

минимизировать возможные негативные последствия. Данная статья представляет собой обзор основных аспектов оценки рисков в проектах, проводимых органами власти. Будет рассмотрено понятие риска реализации проектов, основные факторы, влияющие на его возникновение, а также методы и инструменты, которые помогают оценить и управлять рисками.

Риск при реализации проектов в органах власти — это «неопределенность, связанная с возможностью возникновения в ходе реализации приоритетного проекта неблагоприятных ситуаций и последствий для государства» [1]. Риски могут быть связаны с различными факторами, такими как политическая нестабильность, изменения законодательства, финансовые и технологические ограничения, недостаточный уровень компетенции, а также многое другое. Важно отметить, что риски при реализации проектов в органах власти необходимо рассматривать как неотъемлемую часть управления проектами.

Управление рисками – их своевременное распознавание и оценка - играет ключевую роль в успешной реализации любых проектов, особенно связанных с финансовыми затратами. Поэтому оценка рисков должна быть проведена на самом раннем этапе проекта и должна включать в себя анализ всех возможных факторов, которые могут повлиять на его успешное выполнение.

Факторы, влияющие на риск реализации проектов, могут быть как внутренними, так и внешними [2]. Внутренние факторы риска включают в себя недостаточные финансовые ресурсы для изначальной реализации проекта, неграмотное распределение уже имеющихся средств, общее неэффективное управление проектом, отсутствие ясной стратегии, планирования и контроля на различных этапах. Финансовые и управленческие просчёты приводят к снижению качества работ, задержкам в сроках выполнения и даже к необходимости прекращения всего проекта.

С другой стороны, внешние факторы риска также оказывают значительное воздействие на успех проекта. Политическая нестабильность может привести к изменениям в законодательстве или правительственной политике, что, в свою очередь, может повлиять на финансирование проекта и его реализацию в целом. Экономические кризисы также могут оказать значительное воздействие на проект, вызывая снижение инвестиций, увеличение стоимости ресурсов и прочие дестабилизирующие факторы, которые могут затруднить реализацию проекта и привести к дополнительным рискам.

Понимание и анализ этих факторов позволяют эффективно оценивать риски реализации проектов в органах власти и разрабатывать соответствующие стратегии по их управлению, что в свою очередь способствует повышению вероятности успешного завершения проекта.

Для эффективной оценки рисков существует ряд бизнес-методов, которые успешно можно применять и при реализации некоммерческих государственных проектов, в первую очередь благодаря тому, что лучшие бизнес-практики помогают выявить потенциальные угрозы и разработать стратегии их управления вне зависимости от назначения проекта. В таблице 1 представлены некоторые из основных методов оценки рисков, которые возможно экстраполировать на государственные проекты.

Применение разнообразных методов оценки рисков в органах власти позволяет создать целостную картину потенциальных угроз проекта и разработать эффективные меры по их управлению. Благодаря правильно проведенному анализу рисков участники проекта могут принимать обоснованные решения и повысить вероятность успешной реализации проекта.

Таблица 1. Основные методы оценки рисков [4]

Метод	Характеристика
SWOT-анализ	помогает выявить сильные и слабые стороны проекта, а также возможности и угрозы, с которыми он может столкнуться. Анализ SWOT позволяет лучше понять контекст проекта и принимать обоснованные решения
Метод вероятности и воздействия	определяются вероятность возникновения угроз и степень их воздействия на проект. Риски ранжируются по степени важности, что позволяет определить наиболее критические аспекты понять на каких угрозах следует концентрироваться
Дерево решений	метод визуализирует возможные последствия принимаемых решений и помогает выбрать наилучшие варианты действий. Моделирование последствий решений позволяет оценить риски на каждом шаге проекта, выбрать наиболее эффективных путь
Метод Monte Carlo	основан на статистических методах и позволяет моделировать различные сценарии развития событий, что помогает оценить вероятность возникновения рисков и предоставляет информацию для разработки стратегий управления рисками.

Оценка рисков реализации проектов в органах власти является неотъемлемым инструментом для обеспечения эффективности и устойчивости проектов [3]. Понимание и оценка потенциальных угроз

позволяют государственным организациям принимать обоснованные решения, минимизировать потери и повышать успешность своих инициатив. Факторы, влияющие на риск реализации проектов, разнообразны и требуют комплексного анализа.

Использование различных, в том числе бизнес-методов, оценки рисков в органах власти позволяет выявлять потенциальные угрозы, разрабатывать планы действий и максимально уменьшать негативные последствия. Примеры успешной оценки рисков в реализации проектов подтверждают, что правильный подход к определению и управлению рисками способствует достижению поставленных целей и задач государственных организаций.

Таким образом, оценка рисков необходима для обеспечения прозрачности, ответственности и эффективности в деятельности органов власти. Этот процесс способствует устойчивому развитию проектов, повышению качества государственных услуг и достижению общественных целей и задач. Регулярное и системное проведение оценки рисков становится важным механизмом для успешного управления проектами в государственном секторе.

Библиографический список

1. Городнова Н.В. Государственный риск-менеджмент: учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета 2016. 108 с.
2. Ежов Д.А. Потенциальные риски реализации национальных проектов 2019–2024 и пути их нейтрализации // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9. № 3(32). С. 41.
3. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 17.08.2021 № 500 «Об утверждении Методических рекомендаций по разработке и реализации государственных программ».
4. Анализ и управление предпринимательскими и финансовыми рисками [Электронный ресурс]. URL: <https://monographies.ru/ru/book/section?id=6187>.

УДК 323.2

Оценка эффективности управления муниципальным хозяйством

Чистякова Е.В.

*Научный руководитель: Волгин С.И., канд. пед. наук, доцент
Ярославский государственный технический университет*

В данной статье показана роль муниципального хозяйства в эффективном управлении муниципальными образованиями, его влияние на устойчивое социально-экономическое развитие муниципалитетов.

Актуальность данной темы обуславливается тем, что муниципальное управление является одной из важнейших проблем на современном этапе развития.

Основой функционирования муниципальных образований и деятельности органов их управления выступает совокупность различных видов ресурсов, как находящихся в муниципальной собственности, так и принадлежащих муниципалитетам на правах хозяйственного ведения.

Муниципальное образование можно рассматривать в трёх направлениях. Первое направление рассматривается как место жизни с определёнными пространственно-временными характеристиками, историей заселения и освоения, тенденциями и факторами развития. Второе направление представляет собой среду жизни населения на конкретной территории. Третье направление представляет собой местное сообщество, которое представлено совокупностью групп жителей муниципального образования, структурированных по различным признакам.

В данном исследовании рассмотрение муниципального образования будет исходить из того, что оно представляет собой место жизни, среду жизни и местное сообщество, а также что оно является единой целостной системой, которая подвержена, как любая целостная система, развитию.

Муниципальное хозяйство имеет достаточно разветвленную структуру, включающую множество объектов производственной и социальной инфраструктуры муниципальных образований. Это обуславливает многочисленность субъектов, преследующих свои цели в процессе его использования и управления. На рисунке 1 представлен один из вариантов структуры муниципального хозяйства.



Рисунок 1. Структура муниципального хозяйства

Цели регулирования муниципального хозяйства муниципальных образований представлены на рисунке 2.



Рисунок 2. Цели регулирования муниципального хозяйства муниципальных образований

Неэффективное управление муниципальным хозяйством снижает не только уровень доходов местного бюджета, но и уровень бюджетного обеспечения социальной сферы муниципалитетов, финансируемой по остаточному принципу.

К наиболее распространенным проблемам в управлении муниципальным хозяйством можно отнести следующие:

- недочеты и искажения в системе кадастрового учета муниципальных земель;
- отсутствие данных о способах управления многоквартирными домами;
- неудовлетворенная потребность в улучшении жилищных условий населения муниципальных образований;
- низкий уровень квалификации кадрового персонала муниципальной службы;
- проблемы с коммунальным ресурсоснабжением (темпы подключения, качество и доступность коммунальных ресурсов, уровень оплаты и т. д.);
- наличие бесхозного, спорного или имеющего различные обременения имущества.

При муниципально-подрядной системе строительство и выполнение определенных функций ведется не службами местных органов, а частными подрядчиками, присваивающими себе часть прибавочной стоимости. Применение названной модели эффективно отражается в контрактной системе. Так, поставщики услуг населению определяются через систему муниципальных закупок, в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 22.02.2017) «О контрактной системе в сфере

закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». В связи с этим, при осуществлении муниципальных закупок органы местного самоуправления используют способы определения подрядчика (поставщика, исполнителя) путем проведения конкурса или аукциона.

При арендной системе муниципальное имущество сдается в наем частным организациям на определенных в договоре условиях, на более или менее продолжительный срок, причем местные органы отказываются от части своего дохода в пользу арендатора. Применение данной модели обусловлено невозможностью распорядиться муниципальным имуществом более выгодным способом.

Согласно решению муниципального совета Ярославского муниципального района (далее ЯМР) от 28.10.2021 № 97 «Об утверждении прогнозной программы приватизации (продажи) муниципального имущества Ярославского муниципального района на 2022 год». Основной целью приватизации муниципального имущества Ярославского муниципального района в 2022 году являлось повышение эффективности управления муниципальной собственностью и обеспечение планомерности процесса приватизации.

В соответствии с Федеральным законом от 21 декабря 2001 года № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества», положением о порядке управления и распоряжения муниципальной собственностью Ярославского муниципального района, утвержденным решением Муниципального Совета ЯМР от 30.06.2011 № 34, приватизация имущества, включенного в программу, осуществляется на основании постановления Администрации ЯМР о порядке приватизации имущества, находящегося в собственности Ярославского муниципального района.

Средства от приватизации (продажи) муниципального имущества ЯМР направляются в районный бюджет ЯМР.

Концессионная модель муниципального хозяйства применима в таких отраслях муниципальной экономики, где публичная власть не вмешивается в деятельность предприятий. Например, органы местного самоуправления могут создавать условия для обеспечения населения общественного питания, торговли и бытового обслуживания в соответствующих сферах. В данных сферах малое предпринимательство поддерживается муниципальными программами.

Таким образом, анализ приведенных моделей муниципального хозяйства в той или иной сфере города Ярославля позволяет сделать вывод,

что органы местного самоуправления самостоятельно регулируют деятельность муниципальных и иных предприятий на территории муниципального образования в рамках своей компетенции, создавая условия для развития малого предпринимательства и эффективного использования муниципального имущества, тем самым способствуя повышению доходности местного бюджета.

Библиографический список

1. Воронин А.Г. Муниципальное хозяйство и управление: проблемы теории и практики: монография. М.: Финансы и статистика, 2018. 176 с.
2. Коваленко Е.Г. Стратегическое управление устойчивым развитием муниципальных территорий: монография / Е.Г. Коваленко [и др.]. Саранск: ИП Афанасьев В.С., 2020. 168 с.
3. Кутафин О.Е. Муниципальное право Российской Федерации / О.Е. Кутафин, В.И. Фадеев. М.: Юрист, 2021. 428 с.
4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ.
5. Савина О.В. К вопросу о совершенствовании процесса управления имущественным комплексом территории муниципального образования / О.В. Савина, Н.П. Садовникова, А.С. Машакарян, С.Ю. Катерина, А.С. Гуртяков // Инженерный вестник Дона. 2022. № 4(88). С. 87–104.
6. Сидорчук В.К. Организационно-правовые основы муниципального хозяйства // Государство и право. 2012. № 10.С. 38–45.

УДК 368.914

Актуальные проблемы пенсионного обеспечения населения в Российской Федерации

Шутов С.Л.

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Пенсионная система России - это совокупность правовых, экономических и организационных механизмов, направленных на материальное обеспечение граждан в виде пенсий. В последние годы рост интереса государства и общества к вопросам социальной справедливости, материального благополучия, уровня жизни и размера пенсионной защиты

привел к увеличению интереса к анализу этой системы. Российская пенсионная система имеет ряд проблем.

Так, до сих пор сохраняется патерналистская модель пенсионной системы (государство — пенсионер), характеризующаяся отсутствием заинтересованности работодателей и работников в формировании пенсионного капитала [1]. Кроме того, растет дефицит бюджета Пенсионного фонда РФ и увеличивается его финансовая зависимость от государственного бюджета [2].

Среди других проблем - недостаточное участие социальных партнеров в управлении пенсионными фондами, а также сохраняющийся порядок теневых выплат и, как следствие, низких пенсий, что может привести к финансовым трудностям, как для самих пенсионеров, так и для государства в целом. Из-за низкого уровня финансовой грамотности население не всегда понимает, зачем нужны официальные зарплаты, и к каким последствиям «серые» или «черные» схемы расчетов приведут в будущем. Ощущается недостаток информационных мероприятий, чтобы доносить порядок начисления пенсии и необходимость учета всех нюансов в этом процессе, иными словами, сделать деятельность Социального фонда РФ более прозрачной [3].

По последним данным официальной статистики доля граждан старше трудоспособного возраста в среднем по стране составляла на 2023 год 24.5% от всего населения [4]. В этой связи, на наш взгляд, назрела необходимость пересмотра ситуации с досрочным выходом на пенсию. Если в других странах, например, в Германии, он предоставляется лишь небольшой группе профессий, то в России это право уже получили более 2 000 профессий. В ближайшие годы последствия экономического кризиса ввиду санкционного давления и ухудшение демографической ситуации скорее всего заставят рассмотреть этот вопрос более подробно.

Законодательная база пенсионного обеспечения в России имеет сложную и громоздкую структуру, которая, к сожалению, не очень эффективна. В научной литературе и экспертном сообществе даже высказывается мнение об объединении всего массива законодательных и иных нормативных актов, посвященных этой теме, в особый пенсионный кодекс. Необходимо время и ресурсы, чтобы усовершенствовать правовые основы пенсионного обеспечения в РФ. Для этого необходим комплексный подход, который позволит совместить вопросы обязательного пенсионного страхования и негосударственного пенсионного обеспечения, а также решить другие задачи развития пенсионной системы.

Сегодня для решения этих проблем государством предпринят ряд мер, в том числе стимулирование рождаемости, улучшение налогового режима для негосударственных пенсионных учреждений и повышение заработной платы в бюджетной сфере. Продолжается становление системы накопления пенсионных баллов в зависимости от трудового стажа и уровня заработной платы. Однако при этом подходе сохраняется дискриминация социально значимых, но при этом низко оплачиваемых профессий (почтальоны, библиотекари, работники социальной сферы и др.). Глубокий всесторонний анализ принципов и механизмов совершенствования пенсионной системы, учета пенсионных прав и оценки социально-экономических последствий крайне важен для обеспечения устойчивого социально-экономического развития России.

Библиографический список

1. Бушуева И. В. Современные проблемы системы пенсионного обеспечения в РФ // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 1. С. 273–282.
2. Оперативный доклад об исполнении бюджета Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации январь – июнь 2023 года [Электронный ресурс]. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/dde/gpawtmyfaorkfetnna7esb24my3mw4fr.pdf?ysclid=ltpmr1cosb464895005>.
3. Игнатенко И.В. Состояние и перспективы российской системы пенсионного обеспечения РФ // Известия Российского государственного педуниверситета им. А.И. Герцена. 2016. № 73. С. 45–49.
4. Старшее поколение [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13877>.

Секция 4. Информационные технологии и экономико-математические методы в цифровизации и информатизации современной экономики и управления

УДК 377.8

Положительные и отрицательные аспекты использования сети Интернет-технологий при обучении студентов СПО

Бородинова М.А.

Научный руководитель: Волгин С.И., канд. пед. наук, доцент

Ярославский государственный технический университет

В статье рассматривается вопрос использования сети Интернет при обучении студентов. Цель работы заключается в изучении влияния сети Интернет на обучение студентов и выявлении путей уменьшения её отрицательного влияния.

Проблема влияния сети Интернет на обучение студентов определила цель исследования: выявить положительные и отрицательные стороны использования сети Интернет при обучении студентов, найти способы уменьшения её отрицательного влияния.

Положительные аспекты использования сети Интернет при обучении рассматривались разными авторами. Использование сети Интернет значительно облегчает процесс поиска информации, помогает технологиями дистанционного образования, быстрым обменом информацией, это и образовательные форумы, блоги, сообщества, образовательные порталы и др.

Помимо всех положительных сторон в данном контексте появляется не меньше и проблем. Студенты практически перестали пользоваться печатными учебниками, приходить на консультации к преподавателям. На наш взгляд, это одна из самых больших проблем образования в настоящее время.

Другая проблема связана с общением на различных форумах помощи студентам. Отметим, что данные форумы несут больше положительного результата, но есть и отрицательный аспект, связанный с тем, что те же профессионалы без разъяснений решают студентам задачи, заданные им для самостоятельного выполнения.

Мы провели анкетирование среди студентов 1-3-х курсов ГПОУ ЯО Ярославский торгово-экономический колледж. В анкетировании приняли участие 166 респондентов (табл. 1).

Анкета включала следующие вопросы:

1. Используете ли Вы информацию, найденную в сети Интернет, при выполнении различных учебных заданий?

2. Кроме информации, найденной в сети Интернет, используете ли Вы информацию из других источников?

3. Устраивает ли Вас информация, найденная в интернете по Вашему запросу:

а) да, меня устраивает информация, найденная в интернете;

б) нет, меня не всегда устраивает информация, найденная в интернете.

Таблица 1. Количество опрошенных студентов

Курс	Количество, чел.
1-й курс	71
2-й курс	59
3-й курс	36
Всего	166

4. Обращаетесь ли Вы за помощью на форумы при решении задач:

а) да, я обращаюсь за помощью на различные форумы;

б) нет, на форумы не обращаюсь, но ищу решение через поисковые системы;

в) нет, не обращаюсь за помощью в интернет, выполняю задания самостоятельно.

Анализ результатов ответов на третий вопрос показал: менее половины студентов ответили, что информация, найденная в интернете, не всегда их устраивает ввиду своего устаревания и поверхностности - 48% (рис. 1).



Рисунок 1. Анализ результатов ответов на третий вопрос

На четвёртый вопрос ответили утвердительно 15% студентов, большая часть написала, что иногда ищут решение через поисковик, их оказалось 55%, еще 30% респондентов ответили, что пытаются решить самостоятельно (рис. 2).

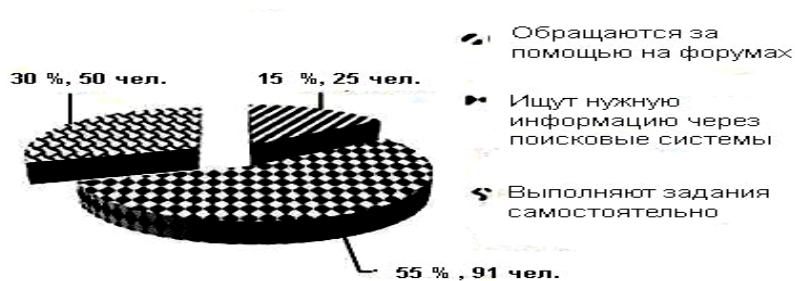


Рисунок 2. Анализ результатов ответов на четвертый вопрос

Выполняют задания самостоятельно. Результаты опроса студентов на вопрос 4 (а, б, с) представлены в таблицах 2–4.

Таблица 2. Результаты опроса студентов (вопрос 4а)

Курс	Общее число опрошенных студентов	Кол-во студентов, обращающихся за помощью на форумы
1-й	71	1
2-й	59	6
3-й	36	5

Таблица 3. Результаты опроса студентов (вопрос 4б)

Курс	Общее число опрошенных студентов	Кол-во студентов, ищущих решение через поисковые системы
1-й	71	54 (83 %)
2-й	59	37 (69 %)
3-й	36	18 (50 %)

Таблица 4. Результаты опроса студентов (вопрос 4с)

Курс	Общее число опрошенных студентов	Кол-во студентов, не обращающихся за помощью в интернет
1-й	71	6
2-й	59	6
3-й	36	8

Таким образом, исходя из результатов исследования, можно сказать, что широкое распространение глобальной сети интернет и его использование в средне профессиональном образовании вызвало к жизни не только преимущества, но и целый ряд проблем:

1. Первой из них является широкое копирование обучающимися

результатов учебных заданий.

2. Вторая проблема состоит в том, что в случае появления новых учебных заданий и их широкого распространения, результаты будут немедленно опубликованы в сети интернет.

3. Разработка учебных пособий по новым дисциплинам, будет приводить к тому, что эти пособия будут сразу выкладываться в сеть. Что может приводить к обесцениванию лекционных занятий, проводимых активными методами.

4. Использование сети интернет, для которой характерно размещение не проверенной и часто не достоверной информации может приводить к тому, что учащиеся будут использовать данную информацию в процессе своего обучения, что негативно скажется на качестве их подготовки как таковой.

Библиографический список

1. Балаклеец Н.А. Интернет-технологии в современном образовании: проблемы и перспективы // Электронное обучение в непрерывном образовании 2018: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Ульяновск, 2018. С. 122–129.

2. Голубчиков С.Н. Образование или интернет-образование? // Энергия: экономика, техника, экология. 2015. № 11. С. 45–50.

3. Гузенко А.Ю., Утюганов А.А. Интернет и образование: особенности интеграции // Философия образования. 2018. № 3. С. 66–73.

4. Канатникова Е.А. Интернет-технологии в образовании и проблема плагиата // Russian Agricultural Science Review. 2015. № 6–3. С. 155–160.

5. Мартишина Н.И. Место системы «Антиплагиат» в саморегуляции научной деятельности // Высшее образование в России. 2018. № 6. С. 50–57.

УДК 387.147

Развитие образования в условиях цифровой экономики

Арефьева А.С., Эртман Д.В.

*Научный руководитель: Веренич Г.Д., старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет*

Понятие «цифровая экономика» все больше внедряется в нашу жизнь и становится важным для многих сфер человеческой деятельности. Это является результатом стремительного развития цифровых технологий и

глобализации экономических процессов, где ключевую роль играет информация в качестве ресурса.

Образование, как и многие другие сферы, претерпевает существенные изменения. Внедрение технологий в различные области человеческой жизни стало причиной для пересмотра и переоценки существующих образовательных парадигм и убеждений.

Повсеместное использование информационных технологий повлияло не только на способы коммуникации и работы, но также привело к ряду существенных изменений в области образования.

Интерактивные платформы, облачные технологии, машинное обучение, алгоритмы персонализированного обучения — все это уже не футуристические видения, а вполне осязаемые компоненты современного образовательного процесса.

Актуальность исследования заключается в том, что традиционные методы образования больше не являются подходящими для поколений, родившихся в эпоху цифровых технологий. Главная задача современного общества - адаптация существующих методов образования для обучения новых поколений с учетом их особенностей мышления и восприятия [1].

В данной статье раскрывается важность исследования образования с точки зрения внедрения цифровизации в эту отрасль деятельности. Поскольку в настоящее время разного рода инновации внедряются во все области системы образования, важно понимать последствия развития информационных технологий, чтобы использовать их для решения проблем, с которыми сталкиваются учебные заведения.

Внедрение цифровых технологий в образование улучшает организацию учебных процессов. Например, электронный школьный дневник облегчает процесс коммуникации между учителями и родителями, а также упрощает процесс записи домашнего задания. А в высших учебных заведениях появляется возможность генерировать индивидуальное расписание для большого количества студентов, учитывая их личные предпочтения.

Цифровые технологии значительно упрощают процесс образования и делают его более удобным как для преподавателей, так и для студентов. Внедрение гибридного обучения дает возможность дистанционно присутствовать на занятии (подключаться удаленно из дома) студентам, которые не могут прийти физически, например, из-за болезни. Это помогает избежать большого количества пропусков [2]. Возможность смешанного обучения, сочетающего традиционные занятия и цифровые технологии, способствует индивидуализации обучения: более

продвинутым студентам предоставляются более сложные темы, а менее успешным — поддержка в освоении трудных тем. А полностью онлайн-программы позволяют учиться и сдавать экзамены дистанционно, находясь где угодно.

Онлайн-формат дает возможность использовать более разнообразный контент по сравнению с традиционным. Существуют онлайн-платформы, на которых размещены курсы ведущих университетов мира, которые позволяют человеку из любой точки мира прослушать лекции, например Гарварда или МГУ. До появления подобных платформ такая возможность была лишь у студентов соответствующих вузов, но не у всех есть возможность туда поступить. Сейчас разные вузы могут включать в свои программы готовые курсы лекций других ведущих университетов [3].

Канадский ученый Дон Тапскотт выделил несколько моментов, которые ожидают студенты в процессе обучения:

- 1) свобода самовыражения;
- 2) доступ к большому объему информации для более глубокого изучения тем;
- 3) получение удовольствия от учебы и работы;
- 4) скорость и оперативность в поиске ответов и общении;
- 5) возможность персонифицировать цифровые устройства под себя;
- 6) открытость во взаимодействии с преподавателями и другими людьми;
- 7) сотрудничество с коллегами посредством сети;
- 8) ориентация на новые технологии.

Несмотря на то, что человечество ощущает твердую необходимость в модернизации образования, такие изменения в то же время нередко приводят к сопротивлению в обществе.

Это может происходить по нескольким причинам:

1. Страх перед неизвестным и отказ от принятия новой реальности. Большинство людей могут испытывать неопределенность по отношению к новым методам обучения и чувствовать дискомфорт при переходе на цифровые платформы. Это может быть связано с отсутствием необходимых знаний и опасением, что технологии не смогут эффективно заменить личное взаимодействие.

2. Цифровое неравенство. Существует вполне обоснованное мнение, что введение информационных технологий в образовательную среду может усугубить существующее неравенство в образовании. К сожалению, до сих пор не все студенты имеют равный доступ к необходимым технологиям и бесперебойному интернету. Это может усиливать разницу

между различными социально-экономическими группами. Такое цифровое разделение может послужить препятствием на пути к внедрению цифрового образования.

3. Сомнения по поводу качества и эффективности образования. Скептики часто ставят под сомнение тот факт, что обучение с использованием ИТ является эффективным в той же степени, что и традиционное обучение. Свои опасения они обосновывают возможным снижением вовлеченности студентов и школьников, трудности в оценивании знаний и академической честности в цифровой среде.

4. Потеря личного взаимодействия. Одним из наиболее серьезных опасений является потенциальное снижение личных взаимодействий между преподавателями и студентами. Противники внедрения ИТ настаивают на том, что элементы непосредственного общения, такие как язык тела и мгновенная обратная связь, являются неотъемлемой частью учебного процесса, который не может быть полностью воспроизведен в цифровых условиях.

5. Интернет-безопасность. Сбор интернет-данных и повышение онлайн-активности обостряет вопросы конфиденциальности и сохранности данных. Родители, студенты и преподаватели выражают беспокойство по поводу утечки информации или недобросовестном использовании персональных данных, так как это может нанести серьезный урон личной безопасности.

6. Чрезмерная зависимость от технологий. Существуют определенные опасения, что использование ИТ в образовании может привести к регрессу в критическом мышлении и навыках решения проблем. Удобство получения информации через современные ресурсы может снизить необходимость в глубоком и детальном изучении информации, а также препятствовать развитию навыков независимого исследования.

7. Технические неполадки. Технические сбои, баги программного обеспечения и проблемы с соединением могут стать причиной нарушения учебного процесса.

Однако несмотря на все проблемы, современная образовательная система нуждается в реформировании и модернизации. Потенциальная польза, которая может быть достигнута с помощью внедрения информационных технологий в образование, значительно превосходит опасения, и решение этих проблем может привести к более устойчивой и эффективной образовательной среде.

Библиографический список

1. Строков А.А. Цифровизация образования: проблемы и перспективы // Вестник Мининского университета. 2020.Т. 8, № 2. С. 15.

2. Образование для цифровой экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://dt.bsuir.by/jour/article/view/62/54>.

3. Что такое цифровизация образование и зачем она нужна [Электронный ресурс]. URL: <https://skillbox.ru/media/education/chto-takoe-tsifrovizatsiya-obrazovaniya-i-zachem-ona-nuzhna/>.

УДК 65014.1

Значение информационной системы организации для бизнеса

Атаманова Л.М.

*Научный руководитель: Карташева О.В., канд. пед. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Информационные системы выполняют разнообразные назначения в современном мире. Они являются неотъемлемой частью работы организаций и обеспечивают эффективное функционирование и управление информацией. Вот более подробное описание основных назначений информационных систем:

Управление информацией: информационные системы помогают организациям эффективно управлять информацией, обеспечивая ее актуальность, достоверность и доступность. Они позволяют хранить и организовывать большие объемы данных, обеспечивают быстрый доступ к информации и способствуют ее эффективному использованию. Благодаря информационным системам организации могут легко отслеживать и управлять своей информацией, включая данные о клиентах, продуктах, операциях и финансах [3].

Принятие решений: информационные системы предоставляют руководителям и другим заинтересованным сторонам необходимую информацию для принятия стратегических и оперативных решений. Они анализируют данные, выявляют тенденции и предоставляют отчеты и статистику, которые помогают оценить текущую ситуацию и определить дальнейшие шаги. Информационные системы обеспечивают достоверные данные и аналитические инструменты, которые помогают руководителям принимать обоснованные решения на основе фактов и анализа [1].

Автоматизация бизнес-процессов: информационные системы упрощают и автоматизируют выполнение рутинных операций и бизнес-процессов. Они сокращают время, затрачиваемое на выполнение задач, и повышают производительность сотрудников. Информационные системы автоматизируют различные бизнес-процессы, такие как учет, управление запасами, обработка заказов, финансовое моделирование и другие операции. Это позволяет сотрудникам сосредоточиться на более важных задачах и повышает эффективность работы организации в целом.

Улучшение коммуникации и сотрудничества: информационные системы облегчают обмен информацией и сотрудничество между различными участниками организации. Они предоставляют средства для эффективного общения, совместной работы над проектами и обмена документами и данными. С помощью информационных систем сотрудники могут легко общаться, делиться информацией, сотрудничать над проектами и координировать свои действия.

Мониторинг и контроль: информационные системы позволяют организациям мониторить и контролировать различные процессы и операции. Они предоставляют инструменты для отслеживания показателей эффективности, контроля качества, управления ресурсами и других аспектов деятельности организации. Информационные системы собирают и анализируют данные, позволяя организациям следить за выполнением задач, контролировать процессы и принимать меры для улучшения результатов и достижения поставленных целей [2].

Понимание назначений информационных систем поможет организациям осознанно выбирать и использовать соответствующие системы для достижения своих целей. Однако, важно учитывать потенциальные вызовы и проблемы, такие как безопасность данных, поддержка системы и обучение сотрудников, чтобы обеспечить эффективное функционирование информационных систем.

Библиографический список

1. Информационные технологии в юридической деятельности: учебник для вузов / П.У. Кузнецов [и др.]; под общей редакцией П.У. Кузнецова. М.: Издательство Юрайт, 2024. 436 с.
2. Информационные системы и технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 1: учебник для бакалавриата и специалитета / ответственный редактор В.В. Трофимов. М.: Издательство Юрайт, 2019. 375 с.
3. Карташева О.В. Современные информационные технологии в экономике и управлении: учебное пособие. М.: Прометей, 2024. 100 с.

Информационная война в середине XX века (из истории Курской битвы)

Баланин П.А.

*Научный руководитель: Кабанова Л.В. канд. ист. наук, доцент
Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны*

Сегодня становится нормой междисциплинарный подход в исследовании проблем. Тема нашего исследования возникла на стыке информатики и истории. Информатика имеет непосредственное отношение к победе в Великой Отечественной войне. Известно, что Курская битва или битва на Курской дуге состояла сразу из нескольких оборонительных и наступательных операций советских войск против немецко-фашистских захватчиков. Целью битвы был срыв крупного наступления сил вермахта и разгром его стратегической группировки. Курская битва стала одним из ключевых сражений Великой Отечественной войны. Военные операции битвы длились с 5 июля по 23 августа 1943 года.

Курская дуга — это выступ глубиной до 150 и шириной до 200 километров, обращенный в западную сторону, который образовался в центре советско-германского фронта в ходе наступления Красной армии и последовавшего контрнаступления вермахта на Восточной Украине. Вермахт решил провести стратегическую операцию на Курском выступе. Для этого в 1943 году гитлеровцы разработали военную операцию под кодовым названием «Цитадель». Было принято решение о целесообразности перехода советских войск к обороне с последующим контрнаступлением. В ходе оборонительного сражения должны были ослабить группировки фашистов для перехода советских войск в контрнаступление, которое перешло бы в общее стратегическое наступление.

Какую всё-таки связь имеет информатика с данной военной операцией? Машина «Bombe», разработанная британским математиком Аланом Тьюрингом, имела огромное значение в ходе Второй Мировой войны. Изобретение Тьюринга помогло взломать закодированные легендарной машиной Enigma немецкие сообщения. Машина Тьюринга существенно увеличила скорость декодирования перехваченных немецких сообщений. Это позволило силам союзников реагировать на секретные данные в течение нескольких часов, а не недель. Многие известны о

гениальности Тьюринга, его беспокойной личной жизни и трагически ранней смерти. В Голливуде даже был снят фильм о нем, но как много мы знаем о машине, которую он создал, о принципе взлома машины, и о влиянии, которое она оказала на ход войны?

На самом деле гениальное изобретение Тьюринга, машина Bombe, является продолжением работы польских математиков Мариана Реевского, Генрика Жигальского и Ежи Розыцкого. Польская Bombe преуспела благодаря дефекту немецкого шифрования, который дважды шифровал первые три буквы в начале каждого сообщения, позволяя взломщикам кода искать шаблоны. Как работала именно машина Bombe, остаётся загадкой, но при использовании шести таких машин параллельно, важнейший Enigma Ringstellung (порядок расположения кодирующего кольца) мог быть обнаружен всего за пару часов.

В какой-то момент немецкие шифровальщики обнаружили и устранили слабость двойного шифрования. Тогда британцам потребовалось более продвинутое решение, и к работе подключился Тьюринг и его команда. Используя информацию, предоставленную поляками, Тьюринг начал взламывать сообщения Enigma с помощью своего собственного «компьютера». Его методы основывались на предположении, что в каждом сообщении содержится шпаргалка - известный фрагмент немецкого открытого текста в знакомом месте сообщения.

В одном примере это был прогноз погоды в Атлантике, который каждый день записывался в одном и том же формате. Оборудование для определения местоположения на прослушивающих станциях позволило взломщикам кода определить, откуда исходит сообщение, и, если оно совпадает с расположением метеостанции, вполне вероятно, что слово «wettervorhersage» (прогноз погоды) будет присутствовать в каждом сообщении. Другой любопытной подсказкой для Тьюринга была неспособность Enigma закодировать букву как саму себя. То есть S никогда не могла быть S.

После того, как машина Enigma была взломана, 211 машин Bombe были построены и работали круглосуточно. Они были размещены в разных местах по всей Британии, на случай возможных взрывов, которые могли уничтожить эти очень сложные и дорогие образцы. Из-за нехватки захваченных машин Enigma британские шифровальные машины Турех были преобразованы в работающие машины Enigma. Полностью расшифрованные сообщения переводились с немецкого на английский, а затем передавались британской разведке.

На своём пике машина Bombe могла взламывать до 3000 немецких сообщений в день. К концу войны она справилась с 2,5 миллионами сообщений, многие из которых дали союзникам жизненно важную информацию о позициях и стратегии Германии. Предполагается, что эти знания сыграли важную роль в ключевых битвах. По мнению многих экспертов, изобретение Тьюринга позволило сократить войну на два года.

Информация, полученная с помощью машины, становилась известна разведке Великобритании, но Советской Армии союзники не спешили информацией сообщать. Однако англичане не знали, что один из руководителей их собственной разведки Ким Филби и шифровальщик Джон Керкрос работают на Советский союз в составе так называемой «Кембриджской пятёрки». Они передали бесценные сведения и помогли узнать состав танковой брони гитлеровцев накануне Курской битвы и приблизить нашу победу.

Библиографический список

1. Антонов В. Символы профессионализма // Родина. 2010. № 12. С. 81–82.

УДК 004.738.5, 379.85

Рейтинги и отзывы в интернете как факторы, влияющие на выбор средства размещения туриста

Вихляева А.Е.

*Научный руководитель: Даишкова О.Д., канд. ист. наук, доцент
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова*

Развитие информационных технологий существенно повлияло на все сферы деятельности человека: интернет стал важным источником информации для принятия решений о путешествиях. Перед выбором средства размещения все больше туристов обращается к онлайн-откликам уже совершивших поездку. Поэтому, безусловно, попытки изучить этот ценный источник информации уже предпринимались как в отношении туристских дестинаций [1], так и собственно средств размещения [3].

Цель исследования – проанализировать влияние рейтингов и отзывов как факторов, влияющих на выбор средства размещения туриста.

Еще до повсеместной цифровизации данных люди обменивались мнениями о продуктах, услугах и других предметах потребления. С конца XX века рейтинги и отзывы стали размещаться в глобальной

компьютерной сети. Появились специализированные веб-сайты и платформы для фиксации и изучения мнений потребителей товаров и услуг, в том числе отзывы туристов о средствах размещения.

Отметим, что рейтинг – это числовая или графическая оценка, выражающая уровень качества или значимости того или иного объекта [2]. Она устанавливается на основе суммы отметок, выставленных пользователями, и может быть выражена, например, в баллах или звездах. Рейтинги позволяют пользователям быстро оценить объект и принять решение, исходя из мнения предыдущих пользователей.

Отзывы – это высказывания, которые пользователи оставляют о конкретном объекте или услуге. Они содержат более детальную информацию о впечатлениях и опыте пользователя, могут быть положительными, отрицательными или нейтральными. Отзывы позволяют получить достаточно подробную информацию о конкретном объекте и принять более обоснованное решение.

Для того чтобы выявить, насколько потенциальные клиенты средств размещения обращают внимание на оценки и отзывы других пользователей в интернете, оценить степень их вовлеченности в процесс чтения и публикации отзывов, выяснить, насколько они доверяют этому источнику информации, нами было проведено анкетирование.

Опрос проводился в феврале 2024 года среди респондентов в возрасте от 18 лет через форму Google среди жителей Курской и Ярославской областей. Анкета включала 15 вопросов, 8 из которых были закрытыми (содержат один или несколько вариантов возможных ответов, из которых должен выбирать респондент) и 7 полузакрытыми (кроме стандартизированных вариантов ответа, присутствует дополнительный – «другое», благодаря чему предоставляется возможность написать собственный короткий ответ, если ни один из предложенных вариантов не подошел).

Итогом анкетирования стал анализ ответов 150 респондентов: 103 женщин и 47 мужчин. По виду деятельности они распределились следующим образом: 38% специалистов/служащих, 28% студентов/аспирантов, 17% бизнесменов, 10% безработных/домохозяек, а также 7% пенсионеров.

Исследование показало, что более половины опрошиваемых выбирают средство размещения самостоятельно, опираясь на рейтинги и отзывы в интернете, также 55% проголосовали, что отзывы определенно точно влияют на их выбор и 39% ответили «скорее да», то есть большинство респондентов признают, что низкие рейтинги и отзывы могут изменить их

планы поездки. 44% участников выделяют на анализ отзывов перед выбором средства размещения несколько дней, и ни один опрошиваемых не выбрал вариант «не читаю отзывы», что показывает значимость онлайн-отзывов. Стоит отметить, что чуть больше половины респондентов предпочитает фотообзоры с подробным текстом, возможно, благодаря фотографиям в отзывах, люди отличают «фейковые» отзывы от настоящих, так как 82% считают, что смогут найти отличия. Так же это свидетельствует о значительном влиянии визуальной информации на принятие решения о выборе места размещения.

На вопрос «Как думаете, в интернете больше честных отзывов о средствах размещения или от заинтересованных лиц?» мнения респондентов разделились в основном на две группы: первая группы считает, что больше настоящих отзывов, а вторая, что примерно одинаково настоящих и фейковых отзывов. Несмотря на наличие недостоверных отзывов, у 43% опрошиваемых планы поездки «иногда» меняются из-за низких рейтингов места, две четверти респондентов отмечают – это происходит «часто».

В вопросе относительно интернет-ресурсов для размещения отзывов примерно одинаково люди доверяют материалам на сервисах с отзывами и форумах и на сервисах и порталах для бронирования средств размещения. Отзывы на сайтах и в социальных сетях самого средства размещения, а также на Яндекс Картах не пользуются доверием.

40% участников опроса оставляют отзывы в том случае, если средство размещения понравилось, а 27% если средство размещения вызвало негативные эмоции – эти результаты подчеркивают важность обратной связи для индустрии гостеприимства. Качество обслуживания и уровень удовлетворенности клиентов играют важную роль в привлечении новых клиентов и сохранении существующих. Предоставление позитивного и негативного опыта может влиять на принятие решений потенциальными клиентами.

На вопрос «Что может замотивировать Вас написать отзыв о средстве размещения?» одинаковое количество участников ответили, что мотивируют либо бонусы от средства размещения, либо искреннее желание гостя оставить отзыв. Учет этих факторов поможет развивать эффективную стратегию мотивации и улучшения качества обслуживания.

Таким образом, анализ свидетельствует, что все участники опроса читают отзывы и смотрят рейтинги средства размещения перед поездкой, более половины опираются на самостоятельный анализ отзывов, что подчеркивает их большую значимость. Учитывая рейтинги и отзывы,

турист может принимать более информированные решения при выборе средства размещения. Это помогает уменьшить риск разочарования во время путешествия. Подобные материалы дают возможность узнать о реальном опыте других пользователей во время их пребывания в конкретном средстве размещения. Они позволяют туристу получить представление о качестве обслуживания, условиях проживания, питания и других факторах, которые могут существенно влиять на уровень удовлетворенности.

Итак, рейтинги и отзывы играют важную роль в стимулировании предприятий в сфере гостеприимства к повышению качества услуг. Отзывы предоставляют обратную связь, которая может быть использована для внесения улучшений и выявления областей, требующих внимания. Это способствует развитию и улучшению всей отрасли. Исходя из полученных выводов, можно рекомендовать средства размещения уделять большее внимание онлайн-репутации, предоставлять дополнительные бонусы за оставленные отзывы, улучшать качество обслуживания и активно взаимодействовать с гостями для сбора конструктивной обратной связи. В целом, учет рейтингов и отзывов при выборе средства размещения помогает туристам принимать более информированные решения, повышает качество предоставляемых услуг и создает более удовлетворительный опыт путешествия.

Библиографический список

1. Дашковская О.Д. Интернет-отзывы как инструмент формирования туристского образа региона (на примере Ярославской области) // Общество в условиях современного медиапространства: сборник научных трудов. Санкт-Петербург, 2016. С. 226–230.

2. Золотарева О.А. Некоторые аспекты построения рейтингов и оценки их качества // Экономические стратегии. 2023. № 5(191). С. 126–131.

3. Ктет М.А., Кметь Е.Б. Управление неудовлетворенностью гостей: анализ ответов отелей на отрицательные отзывы [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-neudovletvorennostyu-gostey-analiz-otvetov-oteley-na-otritsatelnye-otzyvy/viewer>.

УДК 338.48

Развитие цифровой экономики в сфере туризма

Горбач Т.П., Иванюшина А.А.

Научный руководитель: Веренич Г.Д., старший преподаватель

В современных условиях цифровизация является процессом, который имеет место, как в профессиональной, так и повседневной жизни человека. Использование искусственного интеллекта привело к ряду изменений в таких сферах, как транспорт, банк, торговля, туризм, здравоохранение и другие.

С приходом цифровых технологий изменился сам способ социального взаимодействия, институты и экономические отношения. Мобильные устройства и большие данные (big data) приняли в этом непосредственное участие. В связи с появлением новых способов взаимодействия и коммуникаций возникли совершенно инновационные методы ведения бизнеса и партнерства.

В мировом масштабе и на национальном уровне невозможно представить развитую экономику страны без успешного ведения дел в сфере туризма. Развитие туризма приносит выгоды всем экономическим агентам [1].

На данный момент онлайн-бронирование, аналитика туристических сайтов и мобильные приложения являются ключевыми аспектами в ведении успешного туристического бизнеса. Современному человеку доступно путешествие в любую точку мира благодаря преимуществам интернета, социальных сетей и мобильных приложений. Рассмотрим процессы использования искусственного интеллекта в туризме.

Впервые в 50-е годы 20 века появилось система бронирования авиабилетов под названием GDS (глобальные системы бронирования). Через некоторое время функционал системы расширился: присоединилось бронирование отелей. Стали популярны GDS-системы: «Galileo/Apollo», «Amadeus», «Worldspan» и «Sabre». Главной задачей этих систем является поддерживание связи между гостиницей и её жильцами. Связь осуществляется через туристические агентства. По этой причине GDS являются одними из самых дорогих каналов дистрибуции, и, соответственно, удовлетворяют потребности самых состоятельных представителей сегмента. Причиной высокой цены является то, что при бронировании через эти системы гостиница должна платить трем посредникам, а именно: агенту, который осуществил бронирование, самой системе, а также посреднику, который заносит отель в систему [2].

В 90-е года возникли ADS или IDS интернет-системы бронирования. Среди самых популярных интернет-систем можно выделить «Expedia.com», «Orbitz.com» и «Travelocity.com». Задача этих систем –

бронирование авиаперелётов, но при этом сохранились прежние функции: забронировать гостиницу через них остается возможным.

С развитием технологий туристы стали все больше полагаться на мобильные приложения и онлайн-бронирование для планирования своих поездок. По данным исследований 65% пользователей-туристов предпочитают планировать маршрут своих поездок с помощью мобильных приложений [3]. Мобильные приложения позволяют туристам искать информацию о местах, достопримечательностях и маршрутах, а также бронировать отели, авиабилеты и экскурсии. Кроме того, мобильные приложения делают путешествия более выгодными и комфортными, так как пользователи имеют возможность получать уведомления о выгодных предложениях и скидках. Онлайн-бронирование, в свою очередь, позволяет туристам сравнивать цены и выбирать наиболее бюджетные предложения. Онлайн-бронирование также стало стимулом для развития конкуренции на рынке туризма.

Важную роль в развитии туризма играет исследование туристических веб-сайтов. Благодаря проводимым исследованиям веб-сайтов различные туристические агентства и организации изучают предпочтения гостей и их поведенческие характеристики, что позволяет оказывать персонализированные услуги. Появление искусственного интеллекта упростило туристическим учреждениям процесс исследования приоритетов и нужд клиентов. Искусственный интеллект позволяет находить новые решения проблем и представляет инновационные услуги, которые подстраиваются к нынешним реалиям и меняющимся потребностям потребителей туристических услуг [4].

Развитие цифровой экономики кардинально изменило индустрию туризма. Интенсивно внедряющиеся цифровые технологии повысили результативность продаж и маркетинговой стратегии, увеличили качество обслуживания, способствовали развитию новых видов и форм туризма.

Социальные сети и рейтинговые платформы, используемые в туризме, непосредственно ведут прямую связь с аудиторией, заинтересованной в путешествиях, что помогло преобразовать туризм и улучшить его возможности. Они позволяют посетителям делиться своим опытом и рекомендациями о местах, отелях, ресторанах и достопримечательностях. Это предоставляет полезную информацию другим туристам при выборе приемлемого места для пребывания и просмотра. Туристические компании

от платформ получают отзывы посетителей, которые помогают и дальше совершенствовать сферу туризма.

Успешным примером применения цифровых технологий в туристической индустрии с 2008 года является Airbnb. Это онлайн-площадка, предлагающая путешественникам возможность арендовать жилье у местных жителей по всему миру. Площадка помогает подобрать жилье пользователям по их предпочтениям, условиям и бюджету, опираясь на оценки бывших постояльцев [5].

Другой пример цифровой площадки - TripAdvisor, сайт для путешествий, позволяющий пользователям спланировать свою поездку в любую точку мира. Сейчас TripAdvisor - одна из крупнейших платформ для путешествий. Она насчитывает 463 миллиона пользователей. [6]

В ближайшем будущем использование цифровых технологий позволит модифицировать туристические путешествия. Например, предполагается развитие кибертуризма и виртуального туризма. Онлайн-путешествия позволяют познавать мир, не выходя из дома. Люди смогут совершать экскурсии по музеям, знакомиться с городами и виртуально посещать разные страны и континенты.

Цифровая экономика раскрывает новые возможности для развития и внедрения инноваций в индустрии туризма. Аналитика данных, онлайн-площадки и виртуальная реальность помогут повысить уровень обслуживания и удовлетворенность клиентов.

С учетом существующих тенденций в сфере туризма и глобальной цифровизации можно сказать, что новые технологии и инновации, такие как искусственный интеллект, рейтинговые платформы и мобильные туристические приложения, позволяют туристическим компаниям предлагать более персонализированные и инновационные услуги, что приведет к повышению лояльности, выходу на новые источники заработка и привлечение дополнительных ресурсов в сфере туризма.

Библиографический список

1. Туризм как особый вид экономической деятельности и его влияние на развитие региона [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-kak-osobyiy-vid-ekonomicheskoy-deyatelnosti-i-ego-vliyanie-na-razvitie-regiona/viewer>.

2. Рынок интернет-бронирования гостиниц в современной России: особенности и актуальные тенденции развития [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-internet-bronirovaniya-gostinits-v-sovremennoy-rossii-osobennosti-i-aktualnye-tendentsii-razvitiya/viewer>.

3. Анализ рынка мобильных приложений в туристической индустрии [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynka-mobilnyh-prilozheniy-v-turistskoy-industrii/viewer>.

4. Как искусственный интеллект используется в туризме [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/1553166/alena-svetunkova/put-iistinniy-kak-iskusstvennyi-intellekt-ispolzuetsia-v-turizmeviewer>.

5. Что такое Airbnb и как пользоваться платформой [Электронный ресурс]. URL: <https://www.airbnb.ru/help/article/2503>.

6. RU Press Center [Электронный ресурс]. URL: <https://tripadvisor.mediaroom.com/RU-about-us>.

УДК 519.6

О пределах применимости формул Лапласа в вопросах определения вероятности стрельб

Гречихин П.А., Животков Н.А.

Научный руководитель: Мурашов А.А., д-р техн. наук, доцент

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны

Важность данной работы заключается в том, что эффективность применения любого вида оружия определяется его точностью. С точностью тесно связано понятие «вероятность», которое напрямую зависит от результата попадания в цель, то есть, чем выше точность, тем больше вероятность поразить цель противника. Причем при выполнении серии выстрелов в одинаковых боевых условиях эта вероятность рассчитывается по формуле Бернулли [1]. С другой стороны, при большом числе выстрелов (больше 20) расчеты по этой формуле являются трудно выполнимыми, если не использовать компьютерные программы. Эту задачу в 18 веке, когда не было компьютеров, решил Лаплас, предложив свою известную формулу [1]. В данной работе определяются условия, когда формула Лапласа дает результаты, близкие к формуле Бернулли.

Первый рассматриваемый ученый Якоб Бернулли - швейцарский математик, которого считают одним из основателей математической науки. Родился в 1654 году в городе Базель. В числе его основных достижений - формула Бернулли, которая записывается в виде:

$$P\{x_i = k\} = C_n^k * p^k * q^{n-k}, \quad (1)$$

где с точки зрения теории стрельб; p - вероятность попадания одной ракеты; $q = 1 - p$ - вероятность непадания одной ракеты; k - количество

ракет, попавших в цель; n – кол-во выпущенных ракет; C_n^k - количество способов выбора k ракет из n ракет, которое определяется формулой [2]:

$$C_n^k = \frac{n!}{k!(n-k)!} \tag{2}$$

Вторым ученым является Маркиз де Лаплас, родился 23 марта 1749 года в норвежском городке Боман-он-Ож. Переехал в столицу Франции в 1766 году. Известен работами в области небесной механики, дифференциальных уравнений, один из создателей теории вероятностей. Предложил следующую формулу, которая является приближенным аналогом формулы Бернулли:

$$P_n(k) = \frac{1}{\sqrt{n \cdot p \cdot q}} * \varphi(x), \tag{3}$$

где $\varphi(x)$ -функция Гаусса, которая определяется выражением:

$$\varphi(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} * e^{\frac{-x^2}{2}}, \tag{4}$$

$$x = \frac{k-n \cdot p}{\sqrt{n \cdot p \cdot q}}. \tag{5}$$

Формула Бернулли (1) является точной математической формулой и при ее использовании в случае, когда $n > 20$, использовались вычислительные средства среды *MathCad12*. Формула Лапласа (3) является приближенной, но зато для вычислений достаточно таблицы функции Гаусса, которую можно найти в любом учебнике или справочнике по теории вероятностей.

В таблице 1 приведены вариантов расчетов, когда результаты использования формул Бернулли и Лапласа имеют небольшие расхождения.

Таблица 1

p/n	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
0.1	k=1 3,897%	2<k<4 ≤9,031%	0<k<6 ≤8,175%	k=4 2,124%	k=5 1,697%	k=6 ≤1,413%	k=7 1,21%	k=8 1,058%	k=9 0,94%	k=10 0,846%
0.2	k=2, k=4 ≤4,438%	4<k<6 ≤9,415%	3<k<9 ≤9,199%	4<k<12 ≤4,788%	5<k<15 ≤1,182%	12<k<18 ≤4,281%	14<k<21 ≤7,256%	k=16 0,548%	k=18 0,487%	k=20 0,438%
0.3	2<k<5 ≤8,419%	2<k<10 ≤7,289%	6<k<12 ≤6,173%	8<k<16 ≤4,699%	10<k<20 ≤3,061%	12<k<24 ≤1,323%	14<k<28 ≤1,524%	16<k<32 ≤2,771%	18<k<36 ≤4,282%	20<k<40 ≤6,254%
0.4	1<k<7 ≤7,456%	4<k<12 ≤3,512%	6<k<18 ≤5,9%	12<k<24 ≤7,966%	15<k<25 ≤2,188%	18<k<30 ≤1,537%	21<k<35 ≤0,852%	24<k<40 ≤1,02%	27<k<45 ≤1,471%	30<k<50 ≤1,914%
0.5	1<k<9 ≤5,317%	4<k<16 ≤5,505%	9<k<21 ≤0,837%	12<k<28 ≤1,205%	15<k<35 ≤3,379%	18<k<42 ≤5,656%	21<k<49 ≤8,015%	32<k<48 ≤0,625%	36<k<54 ≤0,527%	40<k<60 ≤0,421%
0.6	3<k<9 ≤7,456%	8<k<16 ≤3,512%	12<k<24 ≤5,9%	16<k<28 ≤7,966%	25<k<35 ≤2,188%	30<k<42 ≤1,537%	35<k<49 ≤0,852%	40<k<56 ≤1,02%	45<k<63 ≤1,471%	50<k<70 ≤1,914%
0.7	5<k<8 ≤8,419%	10<k<18 ≤7,289%	18<k<24 ≤6,173%	24<k<32 ≤4,7%	30<k<40 ≤3,061%	36<k<48 ≤1,323%	42<k<56 ≤1,524%	48<k<64 ≤2,771%	54<k<72 ≤4,282%	60<k<80 ≤6,254%
0.8	k=8 4,438%	14<k<16 ≤9,415%	21<k<27 ≤9,199%	28<k<36 ≤4,788%	35<k<45 ≤0,879%	42<k<54 ≤5,417%	49<k<56 ≤7,256%	k=64 0,548%	k=72 0,487%	k=80 0,438%
0.9	k=9 8,544%	16<k<18 ≤9,031%	24<k<30 ≤8,175%	k=36 2,124%	k=45 1,697%	k=54 1,413%	k=63 1,21%	k=72 1,058%	k=81 0,94%	k=90 0,846%

В таблице 2 приведены вариантов расчетов, когда результаты использования формул Бернулли и Лапласа имеют значительные расхождения.

Таблица 2

p/n	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
0.1	$k \geq 4$ $\geq 74,61\%$	$k \geq 8$ $\geq 96,206\%$	$k \geq 9$ $\geq 80,26\%$	$k \geq 12$ $\geq 90,082\%$	$k=0, k \geq 15$ $\geq 95,01\%$	$k=0, k \geq 18$ $\geq 97,49\%$	$k=0, k \geq 21$ $\geq 98,74\%$	$k=0, k \geq 24$ $\geq 99,36\%$	$k=0, k \geq 27$ $\geq 99,68\%$	$k=0, k \geq 30$ $\geq 99,84\%$
0.2	$k \geq 7$ $\geq 83,77\%$	$k \geq 12$ $\geq 88,3\%$	$k=0, k \geq 15$ $\geq 77,95\%$	$k=0, k \geq 20$ $\geq 87,69\%$	$k=0, k \geq 25$ $\geq 93,12\%$	$k=0, k \geq 30$ $\geq 96,16\%$	$k=0, k \geq 35$ $\geq 97,85\%$	$k=0, k \geq 32$ $\geq 75,88\%$	$k=0, k \geq 36$ $\geq 80,33\%$	$k=0, k \geq 40$ $\geq 83,95\%$
0.3	-	$k=0, k=18$ $\geq 80,63\%$	$k=0, k=24$ $\geq 85,85\%$	$k=0, k=28$ $\geq 81,24\%$	$k \leq 1, k \geq 35$ $\geq 87,7\%$	$k \leq 1, k \geq 36$ $\geq 71,73\%$	$k \leq 1, k \geq 42$ $\geq 77,38\%$	$k \leq 1, k \geq 48$ $\geq 81,9\%$	$k \leq 1, k \geq 45$ $\geq 85,52\%$	$k \leq 1, k \geq 60$ $\geq 88,41\%$
0.4	-	$k=0, k=20$ $\geq 406,7\%$	$k=0, k=30$ $\geq 2082\%$	$k \geq 36$ $\geq 106,21\%$	$k \geq 45$ $\geq 176,7\%$	$k \geq 54$ $\geq 271,8\%$	$k \geq 63$ $\geq 400\%$	$k \geq 72$ $\geq 573\%$	$k \geq 81$ $\geq 806\%$	$k \geq 90$ $\geq 1119\%$
0.5	$k=0, k=10$ $\geq 74\%$	$k=0, k=20$ $\geq 750\%$	$k \geq 27$ $\geq 161\%$	$k \geq 36$ $\geq 319\%$	$k \geq 45$ $\geq 575\%$	$k \geq 48$ $\geq 73,12\%$	$k \geq 56$ $\geq 96,45\%$	$k \geq 64$ $\geq 123\%$	$k \geq 72$ $\geq 153\%$	$k \geq 80$ $\geq 187,4\%$
0.6	-	$k=0$ $\geq 407\%$	$k=0, k \geq 27$ $\geq 102\%$	$k \geq 36$ $\geq 106\%$	$k \geq 45$ $\geq 176,5\%$	$k \geq 54$ $\geq 271\%$	$k \geq 63$ 400%	$k \geq 72$ $\geq 573\%$	$k \geq 81$ $\geq 71,4\%$	$k \geq 90$ $\geq 86\%$
0.7	-	$k=20$ $\geq 73,7\%$	$k=30$ $71,3\%$	$k=40$ $\geq 81,2\%$	$k \geq 45$ $\geq 88\%$	$k \geq 54$ $\geq 71\%$	$k \geq 63$ $\geq 77\%$	$k \geq 72$ $\geq 82\%$	$k \geq 81$ 86%	$k=90$ $\geq 88\%$
0.8	$k \leq 3$ $\geq 61,4\%$	$k \leq 8$ $\geq 88,3\%$	$k \leq 15, k=30$ $\geq 78\%$	$k \leq 20, k=40$ $\geq 87,7\%$	$k \leq 25, k=50$ $\geq 93\%$	$k \leq 30, k=60$ $\geq 96\%$	$k \leq 42, k=70$ $\geq 70,4\%$	$k \leq 48, k=80$ $\geq 75,9\%$	$k \leq 54, k=90$ $\geq 80,3$	$k \leq 60, k=100$ $\geq 84\%$
0.9	$k \leq 6$ $\geq 74,6\%$	$k \leq 12$ $\geq 96,2\%$	$k \leq 1$ $\geq 80,3\%$	$k \leq 28$ $\geq 90,1$	$k \leq 35, k=50$ $\geq 95\%$	$k \leq 42, k=60$ $\geq 97,5\%$	$k \leq 49, k=70$ $\geq 98,7\%$	$k \leq 56, k=80$ $\geq 99,4\%$	$k \leq 63, k=90$ $\geq 99,7\%$	$k \leq 70, k=100$ $\geq 99,84\%$

Выводы:

1. Формула Лапласа хотя и является приближенной для вычисления вероятности стрельб, но для многих случаев, приведенных в таблице 1, дает достаточно точные результаты.

2. Формула Лапласа не может использоваться в случаях, приведенных в таблице 2. При этом могут использоваться программные средства, например, *MathCad12*.

Библиографический список

1. Гмурман В. Е. Теория вероятностей и математическая статистика: учебник для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2024. 479 с.
2. Новиков Ф.А. Дискретная математика для программистов: учебник для вузов. СПб: Питер, 2009. 384 с.

УДК 621.317

Анализ структуры временных затрат на формирование
операционной информации при оперативном восстановлении
технологического оборудования в процессе производстве пива

Зюзин Г.М., Чернышев А.С.
Научный руководитель: Сенченко М.А., канд. с.-х. наук, доцент
ФГБУ ВО «Ярославский государственный аграрный университет»

Одним из путей повышения эксплуатационных показателей таких сложных технических комплексов, как производство пива, является сокращение времени восстановления технологического оборудования (ТО), используемого в процессе производства пива за счет развития интеллектуальных возможностей средств автоматизации системы информационной поддержки (СИП) в составе автоматизированной системы управления технологическими процессами (АСУТП). Это объясняется тем, что в процессе восстановления таких изделий наряду с автоматически выполняемыми операциями, имеется значительное число «ручных» (трудно автоматизируемых) операций, требующих непосредственного участия сотрудников дежурной смены (ДС) по контролю и управлению технологическим процессом производства пива.

Использование СИП способствует сокращению времени восстановления ТО, за счет своевременного предоставления необходимой операционной информации о неработоспособных изделиях и их комплектующих, составе и местонахождении необходимых ресурсов и т.п. Таким образом, совершенствование СИП при оперативном восстановлении РЭА способствует сокращению значения времени T_B восстановления и приводит к повышению величины коэффициента выполнения требований надежности оборудования, используемого в производстве пива. Это определяет важное практическое значение исследований, направленных на уменьшение времени информационной поддержки операций и действий по оперативному восстановлению ТО пивного производства за счет совершенствования средств информационной поддержки АСУ ТП, и обосновывает их актуальность.

Возможность сокращения времени T_B за счет уменьшения времени $t_{\text{и}}$ информационной поддержки предлагается оценить на основе анализа структуры временных затрат [1] по формированию операционной информации (рис. 1), а также анализа возможностей, предоставляемых СИП, используемыми в АСУ ТП. В работе под операционной информацией понимается информация о процессах и результатах деятельности, необходимая сотрудникам ДС для оперативного руководства мероприятиями по оперативному восстановлению технологического оборудования пивного производства. Используемая в работе трактовка этого понятия не противоречит его определению, используемому при осуществлении деятельности по выполнению, мониторинга (контроля выполнения) и управлению различными процессами для разных предметных областей [2; 3; 4].

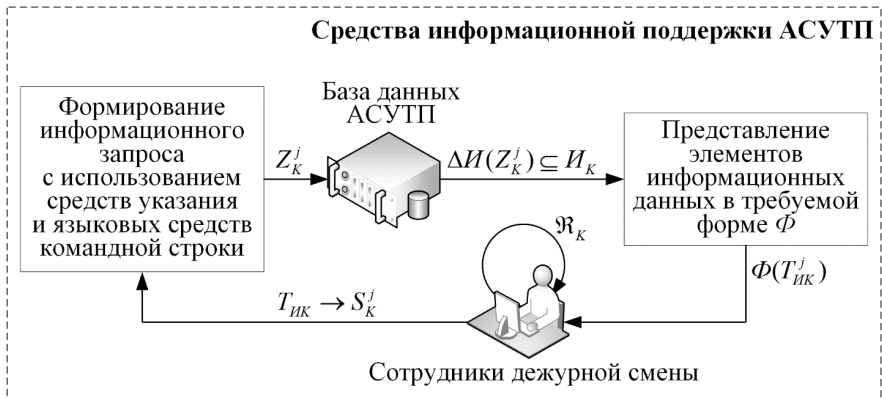


Рисунок 1. Формирование операционной информации в СИП АСУТП

Временные составляющие затрат в работе рассматриваются применительно к одному действию D_K , $K = \overline{1, m}$ процесса восстановления P . Получение операционной информации I_K для подготовки решения $\mathfrak{R}_K$ при выполнении всякого действия D_K осуществляется в СИП АСУТП посредством формирования и выполнения последовательности запросов $Z_K = \{Z_K^1, Z_K^2, \dots, Z_K^{N_{Ki}}\}$ сотрудниками дежурной смены. В каждом запросе Z_K^j определяются требования T_{IK} к информационным элементам ΔI_K , которые содержатся в базе данных ИАСУ и используются при формировании ответа на этот запрос. Эти требования представляются в виде совокупности признаков данных $T_{IK} \rightarrow S_K^j = \langle S_K^{j_1}, S_K^{j_2}, \dots \rangle$, так, что необходимый информационный элемент $\Delta I_K = \Delta I_K(Z_K^j)$, определяемый этими признаками, связывается с результатом выполнения соответствующего запроса Z_K^j :

$$\Delta I_K = Z_K^j(T_{IK}) = Z_K^j(S_K^{j_1}, S_K^{j_2}, \dots). \quad (1)$$

Формально операционная информация I_K , формируемая личным составом дежурной смены ЦСУ для подготовки решения $\mathfrak{R}_K = \mathfrak{R}(I_K)$ при выполнении всякого действия D_K , может быть представлена, как совокупность разнородных информационных элементов данных $\Delta I_K(Z_K^j)$, содержащихся в базе данных АСУТП и удовлетворяющих требованиям запросов Z_K^j :

$$I_K = \bigcup_{j=1}^{N_{Ki}} \Delta I_K(Z_K^j). \quad (2)$$

Формирование информационных элементов данных $\Delta I_K(Z_K^j)$ по всякому запросу Z_K^j связано с формированием этого запроса, извлечением соответствующих данных из базы данных АСУТП и предоставлением этих данных сотрудникам дежурной смены. Поскольку выполнение таких операций характеризуется соответствующими временными затратами, время $t_{\Delta I_K}^j$ формирования одного элемента $\Delta I_K(Z_K^j)$ можно записать в следующем виде:

$$t_{\Delta I_K}^j = t_{QK}^j + t_{EK}^j + t_{MK}^j. \quad (3)$$

В этом выражении t_{QK}^j – время формирования запроса Z_K^j , а t_{EK}^j и t_{MK}^j – время извлечения и время предоставления данных, соответствующих запросу Z_K^j .

Формирование запроса Z_K^j в СИП выполняется сотрудниками дежурной смены вручную, а извлечение данных по запросу и их предоставление осуществляется автоматически средствами системы управления АСУТП. Поэтому между временными параметрами в формуле (3) выполняются соотношения: $t_{QK}^j \gg t_{EK}^j$ и $t_{QK}^j \gg t_{MK}^j$. Это позволяет для оценки времени $t_{\Delta I_K}^j$ использовать следующее выражение:

$$t_{\Delta I_K}^j \approx t_{QK}^j. \quad (4)$$

Тогда в соответствии с формулой (2) общее время t_{IK}^j формирования операционной информации I_K может быть записано следующим образом:

$$t_{IK}^j = \sum_{j=1}^{j=N_K} t_{\Delta I_K}^j \approx N_K t_{QK}^j. \quad (5)$$

Это означает, что временные затраты на формирование операционной информации личным составом ДС в ИАСУ, в основном, определяется временем формирования запросов, содержащих требования ко всем информационным элементам, необходимым для выполнения всякого действия в цикле восстановления. При большом количестве запросов N_K , как видно из формулы (5), время формирования оперативной информации t_{IK}^j может быть значительным, а величина $t_{ДК} * t_{IK}^j \gg 1$.

Это означает, что сокращение времени T_B может быть достигнуто за счет уменьшения времени формирования операционной информации t_{IK}^j при выполнении всякого действия $Д_K$ оперативного восстановления.

Формулы (1) и (2) учитывают возможности средств информационной поддержки, реализованных в используемых запросно-ответных

технологиях работы с базами данных АСУТП на основе графических и языковых интерфейсов при автоматизированном доступе к данным и их предоставлении сотрудникам дежурной смены пивоваренного производства. Использование таких технологий в СИП АСУТП обеспечивает возможность формирования запросов, определяющих требования к необходимой операционной информации с помощью традиционных средств указания (мышь и клавиатура) либо с помощью языковых средств командной строки.

Таким образом, потенциал уменьшения времени восстановления в значительной степени связан с автоматизацией формирования операционной информации, необходимой дежурной смене для подготовки решения при выполнении различных действий процесса восстановления. Это обосновывает необходимость развития методов и средств формирования операционной информации с целью обеспечения дежурной смены разнородной операционной информацией в процессе оперативного восстановления технологического оборудования пивоваренного производства.

Библиографический список

1. Анисимов О.В., Игнатьев С.В., Курчидис В.А. Модели радиоэлектронной аппаратуры как основа организации информационных интерфейсов в системах автоматизации технической эксплуатации / монография. М.: ООО «Норд», 2013. 88 с.
2. Банк В.Р., Семенов С.К. Организация и бухгалтерский учет банковских операций: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2004. 352 с.
3. Ивашкевич В.Б. Бизнес-задачи, решения и расчеты в управленческом учете: учебное пособие. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015.
4. Ложе И. Информационные системы: методы и средства. М.: Издательство МИР, 1979. 632 с.

УДК 004.94

Information Technologies of the Future in Medicine

Kikun N.A.

*Academic advisor: Shevchenko N.V., senior lecturer
Belarusian National Technical University*

In the modern world currently information technologies are characterized by rapid development and active implementation in practice in various areas of society. It is difficult to find an area in which information technologies are not currently used. One of the leading areas for the implementation of information technologies is healthcare. The basis of modern technologies in medicine is medical equipment and industry-specific software that automates all work processes. The functioning and development of information technologies in medicine is dictated by the increasing volume of information, the need for rational use of the labor of medical workers and the prompt provision of medical services. Thanks to information technologies medicine today has reached a new level and acquired new features. The improvement and study of new information technologies in the healthcare system has led to the introduction of unique innovative technologies, medical equipment, and new methods of organizing medical activities and prevention.

In the Republic of Belarus the introduction and application of new information technologies in medicine is complex [1]. At the same time work is underway not only to develop digital technologies, but also to study their safety and effectiveness, and protect the personal data of every citizen. A centralized health information system has been developed and is functioning, which is the basis for the work of all hospitals and clinics in our country. It includes a healthcare portal, a patient's personal account, an electronic prescription, electronic medical records and an electronic medical record, making an appointment with a doctor, calling a doctor at home, receiving online consultation and other functions. Many programs (applications) have been developed for phones that help monitor human health and prevent poor health and negative consequences in a timely manner. To search for medicines in pharmacies in Belarus there is an application tabletka.by. Relatively recently online pharmacies began operating in Belarus which allows you to find a wide range of medical products, compare prices, and order goods to your home at any convenient time. The introduction of modern medical equipment - computer technology, video monitors, ultrasound diagnostic devices, X-ray machines, etc. increases the efficiency of medical care. Issues of healthcare informatization are among the priority development tasks of our state. Electronic healthcare in Belarus is an objective reality. The introduction of information technology ensures not only the achievement of health goals, but also the efficient use of financial resources. A lot has already been done, but the pace of implementation of information technologies in medicine in our republic is insufficient.

Cybersurgery and telemedicine are under active development throughout the world. Manually controlled robots, robotic assistants, robotic remote control

systems with instrument fixation, controlled at a distance - these are just some of the cybersurgical equipment devices that are used in medicine. A unique innovative development for the treatment of many diseases is the CyberKnife radiosurgery system. This robotic method of radiation therapy, which includes special software, has accuracy, targeting, and versatility in the treatment of cancer tumors. Telemedicine involves remote communication with a patient through computer and telecommunications technologies. Making an appointment, communicating with a doctor, establishing treatment and diagnosis occurs exclusively through telemedicine communications. Cybersurgery and telemedicine are the healthcare segments that are being effectively implemented and are growing the fastest around the world. These areas of information technology can reduce the risk of illness in people, improve the patient's quality of life, minimize errors during surgery, and save time for the patient and the doctor [2].

Science does not stand still; new inventions are appearing which are the basis for further innovative projects that will make it possible to take a step forward in medicine. The issues of information storage in DNA are currently being studied. Research by scientists has confirmed that DNA molecules have a phenomenal density for recording and an incredible duration of storage of information. In the near future, a data storage system based on DNA will be the solution for humanity, which creates huge amounts of information. Therefore, scientists are striving to find optimal ways to store and transmit information using DNA. The innovative development of artificial human blood has become a phenomenon in the field of medicine. At the moment, experimental research is underway on its production and introduction into the human body. The creation of artificial blood is a chance for recovery for hundreds of thousands of people. Medicine is the main area of application of neural interface technology. This communication system allows a person to control external devices using "brain power" - brain waves, without the use of hands and voice commands. It will help to cope with the treatment of neurological diseases, track psychological health, the entire functioning of the human brain, and even restore speech to the mute. Scientists have learned to print human organs on a 3D printer. At this stage, printing of bone and cartilage implants is already underway [3]. The future of bioprinting is growing the necessary organs individually for the patient. 3D printing of medicines is an innovative and economic technology that will allow the printing of medicines in accordance with the individual needs of a person. Innovation in the modern world in the field of healthcare is an indicator of a powerful state.

Thus, all of the above mentioned technologies are breakthrough technologies, the foundation of future medicine. They will make a great contribution to the development of science and create the basis for quality medical services.

References

1. Healthcare of the Republic of Belarus [Electronic resource]. URL: <https://president.gov.by/en/belarus/social/healthcare>.

2. Medical Technology [Electronic resource]. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6153631/>.

3. Medical Technology Development: An Introduction to the Innovation-Evaluation Nexus [Electronic resource]. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK235486/>.

УДК 336.7

Технология blockchain в банковской сфере

Сакович У.С., Кобяк Н.А.

*Научный руководитель: Максимович А.А., преподаватель
Беларусский национальный технический университет*

В современном мире в процессе глобализации все большую популярность приобретают инновационные технологии. Экономика как неотъемлемая часть повседневности постоянно видоизменяется, т.к. на данный момент непосредственно связана с инновациями. Блокчейн (blockchain), являясь передовой технологией, революционизирует экономику, а в особенности, банковскую сферу. Идея блокчейна не нова, однако малоизучена, чем вызывает скептицизм со стороны активных пользователей.

В данной статье основной целью является рассмотрение преимуществ и перспектив использования технологии blockchain в банковской сфере. Так, в последние годы можно отметить активное развитие рынка банковских и финансовых услуг, связанных с блокчейном. Ожидается, что совокупный годовой темп роста (CAGR) рост рынка составит 54,6% с \$4,61 миллиардов в 2023 году до \$7,12 миллиардов в 2024 году [1].

Блокчейн – распределенная база данных, хранящая информацию обо всех транзакциях, которые проводились участниками системы. Информация отображается в виде цепочки блоков, каждый из которых содержит определенное число транзакций, что представлено на рисунке 1.

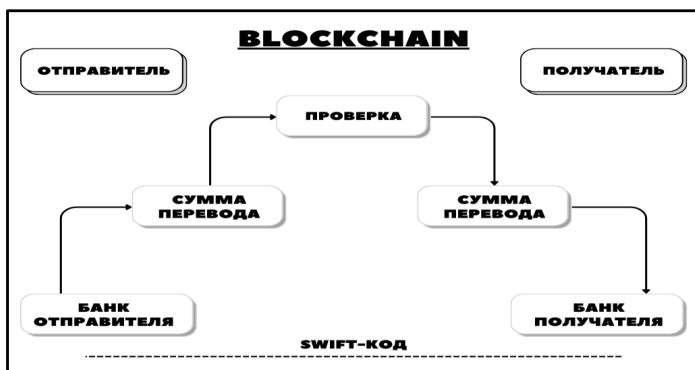


Рисунок 1. Графическое изображение цепочки блокчейн

Данная технология способна полностью модернизировать финансовую отрасль, в которой в последние годы наблюдаются фундаментальные изменения. Можно отметить, что, а рынок становится все более зрелым, а преимущества цифровых технологий уже невозможно игнорировать, так как их использование существенно упрощает проведение операций и банкам, и их клиентам.

Среди многочисленных плюсов блокчейна приоритетным для потребителей, коими являемся, и мы сами, становится повышение безопасности платежей. Пользователи стремятся защитить свои данные от посягательств мошенников. Блокчейн предоставляет доступ к данным системы только зарегистрированным лицам, тем самым ограждает пользователей от несанкционированного использования личных данных в преступных целях.

Также немаловажным аспектом для потребителей является скорость транзакций, которая значительно повышается за счет отсутствия ненужных посредников.

Таким образом, банки получили толчок к развитию новых продуктов и услуг. К числу наиболее ожидаемых направлений внедрения технологии блокчейн банковскими и финансовыми организациями можно отнести следующие:

- оптимизация трансграничных платежей. Трансграничные транзакции традиционно связаны с многочисленными проблемами, включая высокие комиссии, медленное время транзакций и сложные посреднические процессы. Однако технология блокчейн предлагает децентрализованное и прозрачное решение. Так, например, Ripple разработала систему на основе блокчейна, которая позволяет осуществлять расчеты и переводы денег между финансовыми учреждениями в режиме

реального времени, значительно сокращая затраты и время, связанные с трансграничными транзакциями.

– предотвращение кибермошенничества. Кибермошенничество особенно актуальная проблема в финансовом секторе. В свою очередь возможности технологии блокчейн позволяют обеспечить надежную защиту. Это главным образом связано с прозрачностью осуществляемых операций, что облегчает мониторинг подозрительных транзакций в режиме реального времени и позволяет своевременно принимать меры для предотвращения мошенничества.

– подтверждение личности. Проверка личности в обычных банках часто является обременительной процедурой. В свою очередь блокчейн предлагает новый подход к процедуре идентификации личности пользователя. Децентрализованная природа криптографической системы позволяет значительно повысить безопасность цифровых идентификаторов пользователей.

– технология смарт-контракт. Смарт-контракт – это самоисполняющаяся компьютерная программа, которая хранится в блокчейне и автоматически выполняет действие при определенных заданных условиях. Так, технология блокчейн позволяет устранить необходимость ручного вмешательства, снижает количество человеческих ошибок и повышает эффективность финансовых транзакций.

– одноранговый (P2P) перевод. P2P-перевод – это прямой перевод денег или активов между двумя физическими лицами без привлечения центрального посредника, такого как банк или другое финансовое учреждение [2]. Так, в 2013 году цифровое одноранговое кредитование достигло 3,5 миллиардов долларов и ожидается, что к 2025 году оно должно достичь 1 триллиона долларов [3].

Таким образом внедрение блокчейн-технологии может совершить революцию в банковской сфере. Данная инновация, благодаря своей прозрачности, безопасности и эффективности, открывает огромный спектр возможностей для взаимодействия банка с клиентами, внедрения новых разработок, привлечение иностранного капитала, улучшения качества проводимых операций и снижения рисков потери финансов. Несмотря на то, что блокчейн все еще до конца не изучен, его вклад в развитие цифровой экономики неоспорим.

Библиографический список

1. Blockchain In Banking And Financial Services Global Market Report 2024 [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/blockchain-in-banking-and-financial-services-global-market-report>.

2. Blockchain Facts: What Is It, How It Works, and How It Can Be Used [Электронный ресурс]. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/blockchain.asp>.

3. Value of global peer to peer lending from 2012 to 2025(in billion U.S. dollars) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/325902/global-p2p-lending/>.

УДК 004.056.55

Электронная цифровая подпись: понятие и назначение, компоненты

Косоурихина А.С., Савельчикова А.В.

*Научный руководитель: Карташева О.В., канд. пед. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В последние годы мы привыкли решать многие проблемы удаленно. Это удобно, поскольку избавляет от необходимости собирать кучу бумаг, стоять в очередях или тратить время на дорогу. Однако, чтобы выполнить любое действие через интернет, необходимо быть уверенным, что его совершили именно вы, а не злоумышленник от вашего имени. Эту задачу выполняет электронная подпись. Электронные подписи не только упрощают получение услуг и совершение сделок, но и позволяют удаленно взаимодействовать с государственными органами. Если простые подписи легко подделать, то электронные практически невозможно взломать.

Назначение электронной цифровой подписи заключается в обеспечении безопасности и конфиденциальности электронных данных, проверке личности отправителя и целостности передаваемой информации. Это позволяет избежать фальсификации, изменения и отрицания подписанных документов или сообщений.

Компоненты электронной цифровой подписи включают в себя:

1. Цифровой сертификат - специальный электронный документ, выдаваемый доверенным центром сертификации, который подтверждает личность владельца сертификата.

2. Частный ключ - конфиденциальный ключ, используемый для создания цифровой подписи. Он должен храниться в безопасном месте и недоступен для посторонних лиц.

3. Публичный ключ - открытый ключ, который распространяется для проверки цифровой подписи. Он может быть доступен широкому кругу пользователей.

Использование электронной цифровой подписи позволяет обеспечить доверие к электронным документам и сообщениям, упростить процессы подписания и обмена документами, а также повысить безопасность электронной коммуникации.

Однако использование электронных подписей имеет как преимущества, так и недостатки, и важно учитывать оба, прежде чем принимать решение о том, следует ли их использовать.

Плюсы использования электронной цифровой подписи:

1. Безопасность: электронная цифровая подпись обеспечивает высокий уровень безопасности и защиты данных, так как подпись связана с уникальным частным ключом, который сложно подделать.

2. Достоверность: подпись позволяет удостоверять личность отправителя документа или сообщения, обеспечивая доверие в подлинность и целостность передаваемой информации.

3. Удобство: процесс подписания электронных документов с помощью цифровой подписи может быть автоматизирован и упрощен, что экономит время и ресурсы.

4. Эффективность: электронная цифровая подпись устраняет необходимость физического присутствия для подписания документов, что ускоряет процессы подписания и обмена информацией.

Минусы использования электронной цифровой подписи:

1. Технические требования: для использования электронной цифровой подписи требуется доступ к специальным технологическим средствам, таким как программное обеспечение для создания и проверки подписей, что может создавать дополнительные затраты и сложности.

2. Безопасность ключей: Частный ключ, используемый для создания цифровой подписи, должен быть храниться в безопасном месте, чтобы предотвратить его утечку или утерю. Если частный ключ попадает в чужие руки, это может привести к возможному злоупотреблению.

3. Непривычность: для некоторых пользователей использование электронной цифровой подписи может быть непривычным и требовать времени на освоение новых способов работы.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что электронная цифровая подпись — это современный, надежный юридический инструмент, позволяющий практически мгновенно, вне зависимости от времени суток и расстояний, заключить юридически полноценную сделку,

а также в случае необходимости однозначно и без сомнений решить самые разнообразные споры, в том числе и в судебном порядке.

Библиографический список

1. Танимов О.В. Электронный документ и электронная цифровая подпись как юридические фикции // Информационное право. 2015. № 3. С. 7–9.

2. Гарибян А. Электронная цифровая подпись: правовые аспекты // Российская юстиция. 2016. № 11. С. 12–13.

УДК 658.846.5

Повышение эффективности продаж шинной продукции на основе интернет-маркетинга

Круглов А.Е.

*Научный руководитель: Несиоловская Т.Н., д-р тех. наук, профессор
Ярославский государственный технический университет*

В современном мире, сбыт продукции через маркетплейсы стал неотъемлемой частью бизнес-стратегии многих компаний. В этом смысле развитие электронной коммерции и возникновение онлайн-площадок для продажи товаров принесли революционные изменения в сфере торговли, включая сегмент шинной продукции.

Маркетплейсы стали незаменимыми инструментами для продавцов и производителей шин, позволяя им добраться до огромного числа потенциальных покупателей по всему миру. Эти онлайн-платформы предлагают широкий выбор шинных товаров, различные бренды и модели, а также информацию о качестве и характеристиках каждой позиции.

Начнем с того, что российский рынок шин, покрышек показал беспрецедентную тенденцию максимизации объемности импорта, при этом отмечается корректировка структурности ассортимента и рост стоимости продукции на рынке ввиду существенного ценоповышательного тренда. В то же время согласно данным маркетингового исследования «Рынок шин, покрышек (с видами) в России с прогнозом 2027», проведенного маркетинговым агентством Роиф, Эксперт в 2023 году, стоимостный объем импорта шин, покрышек увеличился до рекордных значений, а импорт из Китая вырос на колоссальные 680 млн. долларов. За шесть месяцев 2023 года объем рынка шин РФ увеличился на 5% [1].

ООО «ТАЕРЛЭНД» является молодым предприятием на рынке автомобильных покрышек, сбытовая деятельность которого только развивается. Начнем с того, что в отрасли наблюдается жёсткая конкуренция, которая постоянно усиливается за счёт появления новых потребностей покупателей в основном в областях качества. Большую роль играет сезонность продаж. Спрос на продукцию возрастает два раза в год, когда покупатели меняют летнюю резину на зимнюю, и наоборот, зимнюю на летнюю. В пик сезона выручка от продаж увеличивается в несколько раз.

Условно, хозяйственную деятельность ООО «ТАЕРЛЭНД» можно разделить на три направления: розничная и оптовая торговля через склад-магазин и интернет-торговля через маркетплейс «ЯндексМаркет».

На первый взгляд, магазин по продаже исключительно шин выглядит высокорентабельным. Во-первых, шины нужны всем автовладельцам. Во-вторых, они относительно быстро изнашиваются, вынуждая к повторным покупкам. На практике магазинов, торгующих исключительно шинами, практически нет: параллельно там продают колесные диски, автоаксессуары и расходники, оказывают услуги по сезонному хранению колес, этим ООО «ТАЕРЛЭНД» также может отличаться. Оптовая продажа осуществляется крупными партиями автошин юридическим лицам, компаниям – партнерам через электронный документооборот.

Соответственно, структуру продаж ООО «ТАЕРЛЭНД» можно назвать комбинированной, в этом есть свои плюсы и минусы.

Чтобы выжить в условиях жёсткой конкуренции, придётся представить в магазине огромный ассортимент шин, а это требует больших денежных затрат. Второй путь достижения успеха – создание интернет-магазина (с помощью площадки для торговли «ЯндексМаркет») как дополнительного инструмента для поиска клиентов и увеличения продаж.

К слову, Рынок e-commerce (на котором действует площадка Яндекс маркет) продолжит расти. По данным Nasdaq, к 2040 году до 95% всех покупок будут совершать в интернете. Другими словами, магазины стремятся сделать процесс покупки не только максимально быстрым и комфортным, но еще и увлекательным [2]. Это, помимо прочего, становится вызовом для классического маркетинга. Электронная торговля берет курс на персонализацию: за счет «умного» поиска и подбора товаров, персональных рекомендаций, онлайн-стилистов и прочих инструментов.

Направление интернет-продаж для ООО «ТАЕРЛЭНД» является относительно новым направлением развития и повышения эффективности

продаж шинной продукции, показавшим высокие результаты работы в 2023 году.

Каким же образом можно увеличить продажи, работая с помощью инструментов маркетплейса «Яндекс Маркета»?

В качестве основного товара можно продавать новые и б/у шины для легковых и грузовых автомобилей или мотоциклов. С продажи новых шин наценка составляет 10%, с б/у – около 30%. ООО «ТАЕРЛЭНД» осуществляет прямые поставки новой шинной продукции и является официальным дилером ведущих китайских шинных производителей, например, SAILUN.

Шины нужны всем автовладельцам, а значит, это перспективная ниша с неограниченной аудиторией потенциальных покупателей. Следовательно, это подтверждает актуальность будущих исследований.

Основными же инструментами продвижения и увеличения продаж по текущему ассортименту ООО «ТАЕРЛЭНД» выделяются:

1. Создание и редактирование товарных карточек шинной продукции с описаниями товарных групп, размещение видеороликов и фотографий.

2. Отслеживание цен, управление акциями на товары и рейтингом магазина.

3. Взаимодействие с клиентами (ответы на отзывы, консультирование, включая допродажи).

4. Привлечение внешнего трафика на маркетплейс с помощью рекламной сети.

5. Мониторинг изменений в правилах работы маркетплейса.

6. Обеспечение поставок: определение количества наиболее востребованных на площадке товаров, сроков отгрузки и складов, контроль за приёмом продукции на склад.

7. Общение с техподдержкой маркетплейса для решения текущих экономических и организационных проблем.

8. Анализ показателей продаж, генерирование идей о том, как масштабировать прибыль и оборот.

9. Анализ активности конкурентов (в частности, их ценовой политики и стратегий).

Преимущество использования маркетплейсов для сбыта шинных продуктов состоит в том, что покупатели могут легко найти и сравнить товары разных брендов, проанализировать отзывы других пользователей и выбрать наиболее подходящую опцию. Более того, маркетплейсы позволяют покупателям сравнивать цены и проводить сделки сразу у

нескольких продавцов, что создает конкурентную среду и стимулирует продавцов предлагать выгодные условия.

Сбыт шинной продукции через маркетплейсы – это стратегия, которая принесет выгоду как продавцам, так и покупателям. Для продавцов это возможность широкого присутствия на рынке, увеличения продаж и привлечения новых клиентов. Для покупателей – доступ к широкому ассортименту товаров, возможность сравнения и выбора оптимальных условий.

Более того, эффективная работа на маркетплейсе требует активного участия в маркетинговых акциях и расширении ассортимента продукции. Регулярное обновление предложений и наличие акций позволяют привлекать новых клиентов и удерживать существующую аудиторию ООО «ТАЕРЛЭНД».

Таким образом, использование маркетплейсов для сбыта шинных продуктов является эффективным инструментом в современном мире онлайн-торговли. Важно только добиться высокой видимости и поддерживать качественное представление своего товара на платформе, чтобы привлечь внимание и доверие потенциальных покупателей.

Совершенствуя управление продажами, внедрение и реализация инструментов направления работы с маркетплейсом позволит решить ряд наиболее актуальных проблем не только для ООО «ТАЕРЛЭНД», но и для всех предприятий шинной сферы в целом:

1. Низкие показатели товарооборота в «несезонный» период деятельности.
2. Низкий спрос на отдельные разновидности и размеры товара.
3. Низкая оборачиваемость товаров на складе в «несезонный» период деятельности.

Библиографический список

1. Обзор рынка шин, покрышек (анализ/исследование) в России отражает максимальные + 680 млн. китайские поставки [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/blogs/32702/40797>).

2. Цифровизация бизнеса: почему все дороги ведут в онлайн [Электронный ресурс]. URL: <https://retailer.ru/cifrovizacija-biznesa-pochemu-vse-dorogi-vedut-v-onlajn/>.

Digital navigation: the study of virtual cards and their impact on the modern economy

Мартинович Л.В.

*Научный руководитель: Прибыльская Г.В., старший преподаватель
Беларусский национальный технический университет*

More and more entrepreneurs prefer to manage their business from a smartphone. It helps to always be in touch with employees and partners, remotely monitor business processes and keep accounting records. And with the help of a mobile bank, you can now issue invoices, check counterparties, manage company finances and even issue virtual bank cards [1].

A virtual car is a bank card without a material carrier (that is, without plastic), which is linked to the current account of an individual entrepreneur or LLC. This is a convenient alternative to plastic cards, which can be added to a virtual wallet on the user's phone. To receive an electronic card, you need to scan the QR code or click on the link, as well as fill out a questionnaire. You can place the code on POS materials, on the website, on social networks or by sending an e-mail to all contacts in the customer base. This way it is much easier to use the map. The customer shows the cashier the card on the phone before paying for the order. There is no situation when a customer forgets or loses a card, which makes it impossible to apply a personal discount. The card is always with you!

The virtual card is ready for use immediately after release and works the same way as the usual plastic: you can use it to pay for purchases online (by card number) or at retail outlets after you link it to Apple Pay, Google Pay or Samsung Pay.

As a rule, the services make it possible for the owner to create 2 types of cards – a discount and a bonus one. Gaze Wallet additionally provides a bonus discount and chop card. Gaze is a designer of virtual loyalty cards for small and medium-sized business segments, which is convenient to use [2].

The discount card allows customers to make purchases economically, which attracts them to come back to you again and again. You can also set up a cumulative discount system.

The bonus card allows you to receive and save bonuses from each check for further partial or full implementation. The owner sets the percentage of cashback and the percentage for payment with purchase bonuses independently in his personal account during the creation of the card.

The bonus and discount card combines the functions of both types of cards. To begin with, the discount is calculated, and then bonuses are credited. This type of card allows the client to pay part of the amount with bonuses.

The Chop card provides customers with a token when they purchase a certain product. After accumulating a certain number of tokens, the buyer has the opportunity to exchange them for 1 product, which is defined in the loyalty system. This type of card is especially popular among restaurant business owners, as it allows you to hold promotions following the example of business lunches [3].

Thanks to the electronic loyalty service, attracting customers becomes more accessible for small and medium-sized businesses. According to statistics, the transition to virtual cards entails: 1) reducing the cost of communication with customers by 90%; 2) reducing the cost of attracting customers by 78%; 3) 75% reduction in advertising costs%; 4) At the same time, the customer return rate increases by 56%!

Progress is moving forward. Today, the use of virtual cards allows you to increase customer loyalty in a more affordable and comfortable way. Due to the use of electronic cards, it becomes easier to communicate with customers. You do not need plastic cards or download additional applications. Using the IOS (Apple Wallet) and Android (Google Play) system applications allows you to make the necessary information available at any time, since the smartphone is always nearby.

Thus, virtual cards are really useful, as customers can receive updated information about the discount percentage, the number of bonuses and be aware of special offers and promotions at any time, which guarantees the trust of customers. Therefore, I consider that virtual cards aren't a short-term trend, they are permanent assistants for all consumers.

References

1. Morten L. Bech, Bart Hobijn, Federal Reserve Bank of New York. Staff Report No 260. «Technology Diffusion within Central Banking: The Case of Real-Time Gross Settlement», September 2006.
2. Biagio Bossone and Massimo Cirasino, «The Oversight of the Payments Systems: A Framework for the Development and Governance of Payment in Emerging Economies», World Bank, July 2001.
3. Massimo Cirasino, Global Trends in Payment and Settlement systems vis-à-vis the new Standards", World Bank Global Payment Systems Survey, World Bank, 2010.

Электронные денежные системы и проблемы информационной безопасности, связанные с их использованием

Савельчикова А.В., Козлова М.А.

*Научный руководитель: Карташева О.В., канд. пед. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

В современном мире использование электронных денежных систем становится все более популярным в контексте повседневных финансовых операций. Это вызвано развитием цифровых технологий, предоставлением услуг онлайн-банкинга, электронной коммерции, а также распространением мобильных платежных систем. Однако с увеличением популярности электронных денежных систем возрастает их уязвимость перед угрозами информационной безопасности.

Проблемы информационной безопасности, связанные с эксплуатацией электронных денежных систем, становятся объектом все более серьезного внимания исследователей, а также представителей банковской и финансовой отраслей. Такие угрозы, как кибератаки, фишинг, кража персональных данных, а также мошенничество при проведении онлайн-транзакций, являются повсеместными и требуют надежных мер по защите информации и активов клиентов.

Электронные денежные системы (ЭДС) представляют собой инновационные механизмы для совершения цифровых финансовых операций. Они обеспечивают возможность проведения платежей, переводов средств, покупок товаров и услуг через интернет или с использованием мобильных устройств. ЭДС часто работают в реальном времени и обеспечивают удобство и доступность для пользователей, независимо от их местоположения.

Электронные денежные системы могут включать в себя различные формы, включая электронные кошельки, предоплаченные карты, цифровые платежные системы, криптовалюты и другие цифровые формы оплаты. Каждая из этих систем имеет свои отличительные черты, но их основная цель – обеспечить удобство и безопасность при проведении финансовых транзакций.

С развитием технологий и изменением потребительских предпочтений электронные денежные системы становятся все более

распространенными как среди потребителей, так и среди предприятий. Они упрощают процесс оплаты, снижают затраты и позволяют осуществлять транзакции более эффективно.

Однако, несмотря на все их преимущества, электронные денежные системы также сталкиваются с вызовами информационной безопасности, регулятивным контролем и необходимостью обеспечения доверия со стороны пользователей. В связи с этим, развитие и совершенствование методов обеспечения информационной безопасности является важным аспектом для устойчивого развития сферы электронных денежных систем.

На данный момент рынок электронных денежных систем достаточно разнообразен, тем не менее не прекращает расширяться и развиваться по сей день. Современные гаджеты и интернет позволяют пользователям осуществлять финансовые операции в любой точке мира, не выходя из дома.

К самым современным и удобным платежным системам следует отнести: PayPal, Apple Pay, Google Pay, Visa Mastercard, Bitcoin, Ethereum, Skrill и Neteller. Среди российских примеров электронных денежных систем можно отметить: Яндекс.Деньги, WebMoney, QIWI, Сбербанк Онлайн.

Все они предоставляют пользователям возможность осуществлять платежи, переводы, пополнение мобильного телефона, оплату услуг и многие другие финансовые операции через интернет или с помощью мобильного приложения.

Эти примеры представляют собой лишь часть широкого ассортимента предлагаемых электронных денежных систем, и они привлекают внимание пользователей различных категорий, предоставляя различные способы управления финансами в цифровой среде.

Ситуация в сфере электронных денежных систем (ЭДС) в настоящее время демонстрирует значительный рост и изменения в реакции на развитие цифровых технологий и изменение потребительских предпочтений. Несмотря на пользу и удобство, которые предоставляют ЭДС, существует несколько ключевых вызовов и опасностей, с которыми эти системы сталкиваются.

Одним из основных вызовов является обеспечение информационной безопасности. Взломы данных, кражи личной информации и мошенничество становятся все более распространенными и угрожают надежности и доверию к электронным денежным системам. Кибератаки на финансовые институты и онлайн-платежные системы также создают реальные риски для клиентов и предприятий.

Другой вызов связан с необходимостью обеспечения прозрачности и соблюдения регулятивных требований. Во многих странах электронные денежные системы подвергаются строгому контролю со стороны регуляторов, что требует постоянного соответствия законодательству и стандартам безопасности.

С учетом этих вызовов становится ясной важность разработки и применения эффективных методов обеспечения информационной безопасности в сфере ЭДС. Это включает в себя улучшение аутентификации пользователей, внедрение многоуровневых систем защиты, использование криптографии и постоянное обновление системных мер безопасности.

Для современных электронных денежных систем необходима инновационная и адаптивная стратегия информационной безопасности, которая учитывает постоянно меняющиеся угрозы и обеспечивает защиту данных клиентов и финансовых операций.

Использование электронных денежных систем нередко сопровождается рядом информационных проблем, которые могут оказать влияние на пользователей и финансовые институты. Вот несколько из них:

1. Конфиденциальность и безопасность: рост электронных денежных систем увеличивает необходимость обеспечения конфиденциальности и безопасности финансовых транзакций. Неправомерный доступ к личным данным и финансовым операциям может привести к утечкам информации и финансовым потерям.

2. Фишинг и мошенничество: электронные денежные системы могут стать объектом различных видов мошенничества, таких как фишинг (выманивание конфиденциальной информации через поддельные сообщения или веб-сайты) и фарминг (направление пользователя на поддельные веб-сайты для кражи данных).

3. Транзакционная прозрачность: несмотря на повышенные усилия по обеспечению конфиденциальности, некоторые электронные денежные системы могут быть подвержены проблемам транзакционной прозрачности, в частности, в случае использования криптовалют, где некоторые транзакции могут быть анонимными.

4. Потеря доступа к счетам: в случае утери пароля или других средств доступа, пользователи могут столкнуться с проблемой доступа к своим электронным счетам, что может привести к финансовым потерям и неудобствам.

5. Технические проблемы: технические сбои и неполадки в системах оплаты могут привести к задержкам или ошибкам в обработке транзакций,

что в свою очередь может повлечь за собой проблемы для пользователей и поставщиков услуг.

Решение этих проблем требует улучшения систем безопасности и защиты данных, а также обеспечение обучения пользователей правилам безопасности в электронных денежных системах. Разработка и внедрение соответствующих нормативных правил и стандартов также могут способствовать минимизации информационных рисков при использовании электронных денежных систем.

Библиографический список

1. Кузьмина О.Ю., Коновалова М.Е. Цифровая валюта центрального банка как новая форма денег // Креативная экономика. 2023. № 4. С. 1347–1366.

2. Шумихина А.С. Электронные денежные средства в платежной системе Российской Федерации // Молодой ученый. 2020. № 48 (338).

3. Электронные деньги. Финансовая грамотность в вузах. Федеральный сетевой методический центр. [Электронный ресурс]. URL: <https://finuch.ru>.

4. Электронные деньги. Banki.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://www.banki.ru/wikibank/elektronnyie_dengi/.

УДК 316.324.8

Информатизация и ее социально-экономические аспекты

Зинчук В.А., Салова М.А.

*Научный руководитель: Карташева О.В., канд. пед. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Информатизация является одним из ключевых процессов современного мира, оказывающим огромное влияние на социальную и экономическую сферы общества. В наше время информационные технологии играют все более значимую роль. С появлением компьютеров и развитием интернета информационные технологии стали неотъемлемой частью повседневной жизни людей, проникая во все сферы деятельности - от общения и работы до развлечений и образования. Они открыли новые возможности для обмена информацией, ускорили процессы передачи данных и организации работы, а также привели к появлению новых форм бизнеса и трансформации экономических моделей.

Однако информатизация также создает и свои проблемы, связанные с приватностью, доступностью и цифровым неравенством.

Эта трансформация приводит к появлению новых социально-экономических аспектов, которые существенно влияют на жизнь людей и развитие общества.

Информатизация тесно связана с быстрым развитием технологий. Интернет вещей, искусственный интеллект, автоматизированные системы - эти технологические инновации переписывают правила игры в различных сферах, от производства до медицины. Мы становимся свидетелями перехода к цифровой экосистеме, где данные являются ключевым ресурсом, а инновации формируют повседневную жизнь.

Информатизация — это процесс внедрения информационных технологий (ИТ) в различные сферы деятельности с целью улучшения эффективности, автоматизации процессов, улучшения обмена информацией и повышения общей производительности. Этот термин также означает создание и развитие информационного общества, в котором информационные технологии играют ключевую роль в повышении, производительности, эффективности и качества жизни.

Информатизация охватывает такие области, как экономика, образование, здравоохранение, государственное управление, транспорт, коммуникации и другие.

Социально-экономические аспекты информатизации оказывают влияние на различные сферы жизни общества и могут иметь как положительные, так и негативные последствия.

Существует ряд положительных аспектов информатизации, который стоит рассмотреть и учесть: экономический рост, увеличение доступности информации, улучшение общественных услуг, развитие цифровой экономики.

Вместе с положительными аспектами существует определенные отрицательные моменты информатизации, которые важно принять во внимание: расширение цифрового неравенства, кибербезопасность, изменение рабочих мест, распространение информационной неграмотности, распространение зависимости от технологий, снижение личной коммуникации.

В целом, информатизация имеет свои преимущества и недостатки. Эти аспекты подчеркивают необходимость балансировки между положительными и отрицательными последствиями с целью максимизации ее пользы для общества при минимизации возможных

рисков и негативных эффектов и сохранением социально-экономического благосостояния общества.

Общественное осознание и грамотное управление процессом информатизации позволяют максимально использовать потенциал информационных технологий и достичь положительных результатов для людей и организаций.

Таким образом, информатизация имеет огромное значение для развития экономики и общества в целом. Она имеет ряд положительных и отрицательных социально-экономических аспектов. Информатизация позволяет оптимизировать процессы производства, повышать эффективность работы предприятий, улучшать качество услуг и другое. Но, к сожалению, одними из основных проблем информатизации являются неравномерное распределение доступа к информационным технологиям и возможность кибератак. Информатизация предоставляет уникальные возможности людям и является важным фактором развития современного общества и экономики. Однако, ее внедрение должно быть осуществлено с учетом социальных и экономических аспектов, а также с достижением баланса между доступностью и безопасностью информационных технологий и экономической эффективностью и социальной справедливостью.

Библиографический список

1. Каныгин Ю.М., Маркашов В.Е. Информатизация: социальный аспект [Электронный ресурс]. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf>.

2. Информатизация общества: ключевые аспекты и влияние на нашу жизнь [Электронный ресурс]. — URL: <https://nauchniestati.ru/spravka/informatizacziya-obshhestva/>.

УДК 338.001.36

The Role of Digitalisation in Sustainable Economic Development of the Republic of Belarus

Стыну Е.А.

Научный руководитель: Сласси Мутабир С.А., старший преподаватель Белорусский национальный технический университет

Digitalisation plays a significant role in the economic growth of various states around the world. The Republic of Belarus is also adhering to this trend. In recent years, the Belarusian government has been introducing all sorts of digital technologies into different areas of human life in order to improve

competitiveness, support sustainable growth and accelerate the development of the country's economy. This article will examine the impact of digitalisation in the economic space of the Republic of Belarus and analyse its impact on key parameters of the national economy.

Access to digital infrastructure with high quality is a special element of digitalisation. As far as the Republic of Belarus is concerned, stable growth and development can be seen in the information and communication technology sector. At the beginning of 2023, according to the National Statistical Committee of the Republic of Belarus, the share of households that have access to the Internet was more than 80%, which shows a high level of Internet technology penetration among the country's population. Social networks account for approximately 50% of all traffic of Belarusians, while messengers account for around 40%. According to the research, the main activity of users fluctuates in such age group from 15 to 35 years old. Also, the growth of mobile traffic has increased by 69%, while desktop traffic has decreased by 21%.

The overall share of information technology use in the Republic of Belarus is only increasing every year.

Over the last five years, according to the Ministry of Economy of the Republic of Belarus, the volume of production of IT services and software has increased by 30%. Also, the state has shown itself to be one of the most dynamic and developing IT countries in Europe. According to 2019 data, the country is home to approximately 3,300 companies and employs more than 70,000 IT professionals. Researchers also estimate that another 40,000 professionals are developing in the field of economy, introducing new technologies and making their activities markedly different from others. Many world-leading companies have their branches and development centers in the Republic of Belarus, such as Yandex, Rakuten, Google, Playtika and many others.

In most cases, the following types of digitalisation are distinguished in different spheres of the Belarusian economy:

- online services in the era of new technologies and computers provide people with the opportunity to make any purchase or payment at their convenience. For example, Beltelecom has introduced the Smart Home service into its range of services. Since the service was put into operation, the number of users has totalled more than 70 thousand people. In 2023, another 28 thousand users will be added;

- Internet commerce is also a key form of digitalisation that contributes to the development of the country's economy. It accounts for 10 per cent of all retail turnover in the Republic of Belarus in 2023. This form uses digital platforms and does not require intermediaries, which leads to significant changes in the

behavioural patterns of consumers, sellers and producers, sales technologies, marketing, etc. In addition to all this, there are 5 systems of internet commerce: B2C, G2B, B2B, C2C and B2G.

-electronic payments are an integral part of such a form of digitalisation as online services. And according to the results of 2023, they account for more than 30% of all payments made in the country. Thus, a service and settlement system, was created, with the help of which payments are made quickly and with high efficiency;

There is also online advertising, electronic document management and many other forms.

Digitalisation opens up various opportunities for innovation and entrepreneurship through which the number of high-tech sectors and start-ups is increasing. On the global stage, the introduction of computer technology into the production process increases the ability of enterprises to compete and gives them a significant advantage among world leaders. According to the World Economic Forum's Global Competitiveness Index 2023, Belarus was ranked 3rd in the Digital Readiness Index.

The analysis of some data confirms the significant role of all digitalisation in the development of sustainable economic growth in Belarus.

The improvement of the business environment, the continuous growth of the digital economy and infrastructure, the improvement of strategy development in exports and the increase in labour productivity indicate that the state is successfully taking development steps in these areas of digitalisation.

Bibliography

1. Ivan Liashkevich, Vitaliy Balyk, Iryna Shchurko Digital Transformation of Business in Belarus. 2023.

2. National Statistical Committee of the Republic of Belarus [Electronic resource]. - Access mode <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika>.

3. Lanshina T.A., Barinova V.A., Loginova A.D., Lavrovsky E.P., Monday I.V. (2023) Experience of localisation and implementation of sustainable development goals in the countries - leaders in this field // Bulletin of International Organisations. T. 14. № 1. C. 207-224.

4. State Programme "Digital Development of Belarus" for 2021-2025 // Ministry of Communications and Informatisation of the Republic of Belarus. [Electronic resource]. Access mode <https://mpt.gov.by/sites/default/files/gos-programma.docx>.

Влияние цифровых технологий на рынок турагентств в России

Яцкевич А.В.

*Научный руководитель: Даишкова О.Д., канд. ист. наук, доцент
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова*

Цифровые технологии продолжают развиваться. Они играют все более значимую роль в повседневной жизни и коренным образом трансформируют различные отрасли – от здравоохранения до индустрии развлечений. С распространением и развитием цифровых технологий изменения в мировой экономике стали протекать быстрее и кардинальнее. Это означает, что в современном мире ведение успешного бизнеса требует регулярного вмешательства эффективного менеджмента по выстраиванию стратегии развития. Туризм в свою очередь предполагает модель развития, где центральным звеном туристской деятельности является удовлетворение потребностей клиента. Для этого важно применять в работе самые актуальные инструменты. Именно поэтому туристская отрасль является одной из наиболее гибких и технологичных сфер, быстро подстраивающейся под новые условия.

Цель исследования – выявление возможных рисков для бизнеса в сфере турагентских услуг в условиях развития цифровых технологий, изучение которых позволит сохранить туристским предприятиям высокую адаптивность и конкурентоспособность на рынке.

На мировом рынке турагентских услуг существует две важных тенденции сферы цифровых технологий, определяющие вектор развития всей отрасли: персонализация (или персонализированный маркетинг) и интернет-сервисы. Эти тенденции также характерны и для российского рынка.

Персонализация и интернет-сервисы значительно изменили туристскую индустрию за последние два десятилетия. Изменилось поведение и продавцов, и потребителей туристских услуг. Малообеспеченные клиенты перешли в самостоятельный туризм, расширив свои возможности. Для слоев населения среднего и выше среднего достатка стало доступным совершать путешествия с максимально приближенными условиями к личным предпочтениям. Развитие персонализации в туризме также в значительной степени влияет на рост

туристского потока. Персонализированный подход улучшает опыт путешествия и приводит к росту количества туристов.

Персонализация может проявляться в различных формах: от персонализированных предложений по туристским продуктам и рекомендаций на основе предыдущих поисковых запросов до индивидуально настроенных туристских пакетов, которые учитывают интересы каждого конкретного туриста.

Крайне эффективно в персонализации проявляют себя технологии искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения. Многие международные туристские компании уже используют ИИ для улучшения процессов бронирования, подбора туров и оптимизации бизнес-процессов. Наиболее распространенная область применения ИИ в туризме – это системы рекомендаций. Они могут использоваться для анализа больших объемов данных о пользователе, включая его предпочтения, бюджет и прошлый опыт путешествий, чтобы предложить наиболее подходящие туры. Собирав воедино всю информацию о пользователе, сервис предлагает самые подходящие варианты. Использование технологий ИИ может сократить время поиска тура в десятки раз. На сегодняшний день онлайн-инструмент ChatGPT американской компании OpenAI уже способен создавать актуальную программу поездки с учётом всех условий по одному запросу.

Сегодня технологии искусственного интеллекта являются одними из самых быстроразвивающихся современной науки. За 11 лет развития сферы цифровых технологий количество научных статей на тему ИИ выросло более чем в 2,3 раза и достигло в 2021 году свыше 496 тысяч публикаций во всем мире [1]. Благодаря развитию технологии ИИ работа с огромными объемами данных упрощается и ускоряется в сотни раз. В результате компоновка тура, предполагающая анализ большого массива данных, станет возможной за счет лишь открытых онлайн-ресурсов.

Если говорить о развитии интернет-сервисов, то они показывают значительный и стабильный рост в потребительском сегменте. Например, количество запросов в России в поисковой системе Google с 2010 по 2022 год увеличилось в 4,76 раз [2].

Интернет-сервисы (или онлайн-сервисы) в туризме – это специализированные сайты, которые предоставляют услуги по планированию и организации путешествия, вбирая в себя всю наиболее актуальную информацию по определённому направлению.

Онлайн-сервисы в сфере туризма могут представлять собой отдельные компоненты, выполняющие определенные функции, такие как:

бронирование и оплата гостиниц (Sutochno.ru, 101hotels, ostrovok.ru), поиск и бронирование авиабилетов (Aviasales, Купибилет), онлайн-бронирование туров (Ozon Travel, Onlinetours), аренда автомобилей (Яндекс.Драйв, Делимобиль) и другие.

Однако в России роль онлайн-сервисов на рынке туристских услуг остается незначительной. На 2016 год доля бронирования и покупки номеров в отелях через интернет составила 16%, лишь 3% пришлось на продажи туров в онлайн-сегменте. В 2021 году доля онлайн-продаж туров составила уже 12%, но это тоже достаточно низкие показатели. Согласно оценке экспертов сервиса «Яндекс Путешествия», рынок онлайн-бронирования в России достигнет 50% только по истечении 10 лет, то есть примерно к 2031 году [3]. То есть это означает, что стоит ожидать роста значения онлайн-продаж в сфере туризма в будущем. Таким образом, в России тенденции спроса на турагентские услуги в условиях развития цифровых технологий в среднесрочной перспективе остаются положительными, но в долгосрочном планировании возможны те же процессы, что протекают сегодня за рубежом.

Стоит отметить, что прогнозирование рынка в России на большие сроки затруднено риском замедления цифровизации и развития в целом российского туристского сектора на фоне санкционного режима на внешнеполитической арене, а также серьезных колебаний экономики. Ограничительные меры затронули все сферы жизни, и уже в 2022 году повлекли за собой реструктуризацию туристских потоков с падением глубины бронирования, количеством туристских направлений, въездных туристов. Из этого следует, что падение востребованности турагентских компетенций на фоне развития цифровых технологий в среднесрочной перспективе в России маловероятно.

Библиографический список

1. Artificial Intelligence Index Report 2023 [Электронный ресурс]. URL: https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2023/04/HAI_AI-Index-Report_2023.pdf.
2. Динамика популярности [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.google.ru/trends/explore?date=2010-01-01%202023-04-30&geo=RU&q=%D1%81%D0%BD%D1%8F%D1%82%D1%8C%20%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%80&hl=ru>.
3. Уйдут ли продажи туров в онлайн, и будут ли нужны турагенты // Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/57202.html>.

Развитие системы здравоохранения в условиях цифровой экономики***Кошель А.Ю., Тюминкина М.Н.****Научный руководитель: Веренич Г.Д., старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет*

В настоящее время в современном мире происходят стремительные перемены, вызванные непрерывным развитием в области информационных технологий, что приводит к полному изменению всех сфер человеческой жизни. Влияние информационных технологий на экономику и повседневную жизнь людей растет с каждым годом. С внедрением информационных технологий открываются новые перспективы для повышения эффективности экономики и качества жизни. Рост цифровой экономики не только отражает прогресс, но и становится движущей силой социальных преобразований. Такие сферы, как образование, здравоохранение, производство, научные исследования и даже государственное управление, радикально меняются под воздействием новых технологий.

На долю ИТ-сектора приходится около 5,5% мирового ВВП, при этом не менее 15% мирового рынка ИТ приходится на электронное здравоохранение, т. е. создание и использование информационно-коммуникационных технологий в интересах здравоохранения и смежных отраслей [1].

Цифровая экономика – это экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях и инновационных решениях, которые являются основополагающими факторами производства и гарантируют повышение эффективности бизнеса. К цифровой экономике в основном относятся предприятия финансового, страхового и коммерческого секторов (включая электронную коммерцию) [2].

Тем не менее, стремительное развитие цифровой экономики оказывает значительное воздействие и на здравоохранение, открывая новые возможности для диагностики и лечения пациентов, внедрения современного оборудования, оснащенного искусственным интеллектом. Актуальность данного исследования обусловлена потребностью определить влияние цифровых технологий на структуру здравоохранения, повышение эффективности медицинского обслуживания, расширение

доступности к медицинским услугам и оптимизации управления здравоохранением в условиях быстро меняющегося цифрового мира.

Анализ современных технологических тенденций в цифровой экономике, таких как искусственный интеллект, интернет вещей и облачные вычисления, позволяет понять масштаб и глубину изменений, которые могут повлиять на функционирование системы здравоохранения. К новейшим разработкам в данной сфере относятся:

1. Электронные медицинские записи, которые используются для улучшения доступности и обмена медицинской информацией.

2. Телемедицина и консультации в реальном времени, которые позволяют расширить границы медицинского обслуживания, предоставляя возможность удаленных консультаций и мониторинга состояния пациентов.

3. Использование больших данных (Big Data), которые помогают анализировать информацию, выявлять тенденции, грамотно диагностировать заболевания и оптимизировать процессы функционирования системы здравоохранения.

Интеграция вышеуказанных цифровых технологий позволяет повысить точность диагностики, персонализировать лечение и улучшить общее качество медицинского обслуживания.

В качестве успешного внедрения цифровых технологий в развитие здравоохранения можно привести следующие примеры:

1. Система электронных медицинских записей (Electronic Health Records, EHR) в США является одним из самых крупных проектов по цифровизации здравоохранения. Данная система позволила повысить доступность медицинской информации, сократить время на доступ к истории болезни пациента, и улучшить координацию между различными учреждениями [3].

2. Электронное здравоохранение в Великобритании известно проектом NHS Digital, который представляет собой единую цифровую платформу для всех видов медицинских данных, включая электронные медицинские карты, рецепты и т.д. Данный проект позволяет пациентам и врачам активно обмениваться информацией и повышает эффективность работы системы здравоохранения [4].

3. В Беларуси успешно внедрена система электронной медицинской карты. Она позволяет цифровизировать и хранить медицинскую информацию о пациентах, включая историю болезни, результаты обследований и лечения, значительно упрощая доступ к медицинским данным для врачей и пациентов, а также способствуя повышению

эффективности медицинского обслуживания и координации между различными медицинскими учреждениями.

Внедрение цифровых технологий в здравоохранение активно поддерживают некоторые общественные и частные организации. К примеру, компания Google запустили проект «Google Health» по разработке персонализированных рекомендаций по здоровью на основе анализа медицинских данных, которые пользователь мобильного телефона может непосредственно получить от ведущих медицинских организаций.

Всемирная организация здравоохранения и Международный комитет Красного Креста также активно поддерживают развитие цифровых систем здравоохранения, финансируя исследования и проекты в этой области.

Такие примеры показывают, что цифровые технологии в здравоохранении не только возможны, но и уже успешно применяются в различных странах по всему миру, принося значительные выгоды, как пациентам, так и медицинским учреждениям.

Беларусь также достигла высоких результатов в области информационного здравоохранения, однако, на сегодняшний день все еще существует потребность в ее дальнейшем развитии с целью сравняться с лидерами в этой области – Эстонией и Южной Кореей.

На данный момент развитие информатизации здравоохранения в Беларуси ориентировано на создание и совершенствование следующих видов медицинских информационных систем: автоматизации клинических и поликлинических учреждений, системы поддержки принятия решений врачами, эпидемиологические и клинические регистры. При этом основное внимание сосредоточено на создании единого информационного пространства системы здравоохранения Беларуси, что позволит обеспечить информационное взаимодействие, национальную систему хранения медицинской информации и оперативный обмен данными. Следует отметить, что до последнего времени этой задаче уделялось недостаточно внимания, но в настоящее время она стала приоритетной для многих ИТ-специалистов и органов государственного управления. Создание единого информационного пространства системы здравоохранения преследует цели повышения качества медицинской помощи, удовлетворенности населения медицинским обслуживанием и экономической эффективности здравоохранения.

Исходя из вышеизложенного, можно предположить, что в ближайшем будущем развитие искусственного интеллекта, машинного обучения, носимых устройств и сенсоров поможет улучшить качество медицинского

обслуживания посредством сбора биометрических данных, прогнозирования и предотвращения заболеваний.

Таким образом, стремление к инновациям становится неотъемлемой частью современного общества, а цифровая экономика играет ключевую роль в формировании образа будущего здравоохранения.

Развитие цифровой экономики в здравоохранении открывает новые перспективы для повышения качества жизни, предоставляя средства для создания более эффективной и доступной медицинской помощи.

Обращая внимание на этические вопросы и вопросы безопасности в процессе цифровой трансформации, здравоохранение может стать одним из лидеров в использовании инновационных технологий для повышения благосостояния общества.

Библиографический список

1. Электронное здравоохранение Беларуси: состояние и перспективы [Электронный ресурс]. URL: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2019/09/pdf-2.pdf>.

2. Что такое цифровая экономика и где ей обучиться [Электронный ресурс]. URL: <https://hsbi.hse.ru/articles/chto-takoe-tsifrovaya-ekonomika-i-gde-ey-obuchitsya/>.

3. Цифровая медицина завоевывает Америку [Электронный ресурс]. URL: <https://www.osp.ru/medit/2016/02/13048560.html>.

4. В Великобритании хотят создать единый аналитический сервис для организации здравоохранения [Электронный ресурс]. URL: <https://evercare.ru/nhs-digital-analytics>.

УДК 330

Роль цифровых технологий в создании региональной системы утилизации отходов

Уппина А.Е.

Научный руководитель: Несиоловская Т.Н., д-р техн. наук, профессор Ярославский государственный технический университет

Мир движется к ситуации, когда нехватка первичных ресурсов приведет к резкому росту стоимости материалов и полному загрязнению окружающей среды. Отходы являются одной из наиболее существенных глобальных экологических проблем современности. Количество образующихся и перерабатываемых отходов является не только

показателем экономического потенциала общества, но и характеризует уровень его развития.

Проблему утилизации отходов может решить переход к модели циркуляционной экономики, которая демонстрирует управление потоками возобновляемых ресурсов (рис. 1).

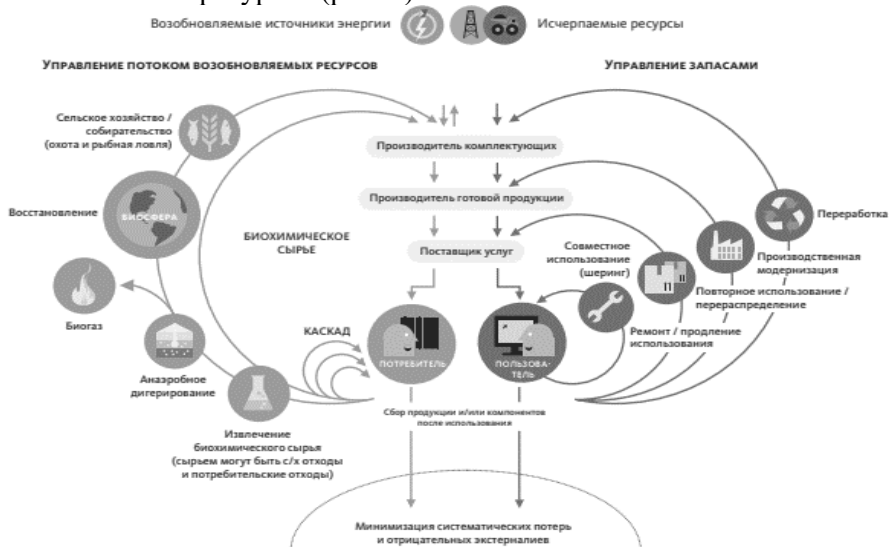


Рисунок 1. Модель циркуляционной экономики [1]

В соответствии с данной моделью предлагаются следующие основополагающие принципы решения проблемы утилизации отходов:

- повторно использовать и перерабатывать ценные компоненты отходов в качестве вторсырья;
- при невозможности повторной переработки отходы необходимо использовать как вторичные энергетические ресурсы;
- когда вышеназванные способы неприемлемы, отходы могут быть определены для полигонного захоронения.

Ситуация с утилизацией отходов в Ярославской области остается очень сложной. Растут отрицательные экстерналии (ресурсные, экологические) связанные с ростом количества отходов в регионе. Связано это в первую очередь с тем, что отсутствует системный подход к решению проблемы утилизации отходов.

Ключевую роль в настоящее время приобретают цифровые технологии, позволяющие сформировать масштабную экосистему, характеризующуюся высокой эффективностью операций по мониторингу,

сбору и переработке отходов. Тем самым будет происходить переход к модели циркуляционной экономики, в которой в систему по окончании срока службы возвращаются переработанные отходы, что позволяет избежать дефицита ресурсов и улучшить экологическую ситуацию в регионе.

Актуальность работы заключается в системном решении региональных проблем утилизации отходов.

Целью работы является изучение возможности использования цифровых технологий для повышения эффективности создания региональной системы утилизации отходов.

Для достижения этой цели необходима реализация следующих задач:

1. Выявление основных проблем, связанных с переходом в Ярославской области от традиционной модели экономики, приводящей к образованию неиспользуемых отходов, к модели циркуляционной модели, основанной на использовании отходов в качестве вторичных ресурсов.

2. Оценка лучших практик применения цифровых решений для реализации модели циркуляционной экономики на уровне региона.

3. Разработка предложений по применению цифровых решений при переходе к модели циркуляционной экономики, заключающейся в создании замкнутой цепочки: производство продукции - использование продукции - сбор отходов - переработка отходов - использование переработанных отходов в производстве в качестве вторичных материальных ресурсов.

По паспорту федерального проекта "комплексная система обращения с ТКО" для Ярославского региона, количество обрабатываемых отходов должно постоянно возрастать и к 2024 году превысить 80% (рис. 2).

СТАТИСТИКА ОБРАБОКИ ОТХОДОВ 2022-2024ГГ

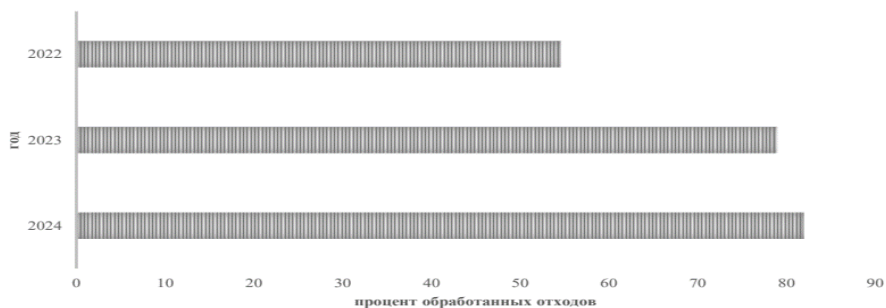


Рисунок 2. Показатели уровня обработки отходов для Ярославля [2]

Главными препятствиями на пути к достижению этой цели в регионе являются неразвитость инфраструктуры и сферы услуг, недостаток информации об объемах собираемых и перерабатываемых отходов.

Преодоление этих препятствий возможно за счет следующих основных тенденций рынка цифровой трансформации:

- производство смарт-систем для сбора отходов («умные контейнеры» с установленными на них датчиками);
- оптимизация логистических цепочек и оснащение автопарка специализированным программным обеспечением и датчиками («умные мусоросборники»);
- производство и внедрение интеллектуальных систем переработки и утилизации твердых бытовых отходов;
- разработка и применение облачных технологий и пользовательских интерфейсов.

«Умные контейнеры» представляют собой мусорные баки, оснащенные специальными датчиками, которые передают коммунальным службам (контролирующему лицу или региональному оператору, отвечающему за вывоз отходов) информацию о том, что контейнер полностью заполнен и его необходимо забирать. Это позволяет создавать эффективные логистические цепочки за счет оптимизации транспортных маршрутов, значительного сокращения времени работы мусоровозов, уменьшения затраты на топливо и контролирования факта вывоза мусора.

Использование беспилотных летающих аппаратов (БПЛА) позволяет осуществлять контроль объемов отходов на свалках и соблюдение кадастровых границ полигонов. Инфракрасная съемка с БПЛА позволяет проводить температурный мониторинг полигонов, снижая риск возгораний. Дистанционный контроль увеличивает частоту проверок качества воды, почвы и воздуха на полигоне, способствуя улучшению экологической ситуации. Создание сервиса управления отходами объединяет компании-поставщиков отходов, транспортные и информационные посредники, а также переработчиков вторичного сырья. Применение технологий дополненной реальности позволяет проверять работу технологий по переработке отходов и прогнозировать количество ценных материалов, получаемых при переработке. Индустрия переработки отходов претерпевает значительные изменения благодаря внедрению цифровых технологий. Это создает новые возможности для повышения эффективности и прозрачности операций по мониторингу, сбору и переработке отходов. Развитие партнерских отношений между ИТ-компаниями и мусороперерабатывающими компаниями является

ключевым драйвером цифровизации. Благодаря грамотным цифровым решениям создается экосистема, которая позволяет перестроить инфраструктуру утилизации и переработки отходов.

Таким образом, применение цифровых технологий позволяет сформировать региональную систему утилизации отходов, характеризующуюся высокой эффективностью операций по их мониторингу, сбору и переработке.

Библиографический список

1. Пахомова Н.В. Циркуляционная экономика. Самое полное руководство по переходу к экономике замкнутого цикла // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2017.

2. Переработка отходов в Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://76.ru/text/gorod/2023/03/14/72131945/?ysclid=lnpvrzv3cw>.

УДК 33.06

Технология смарт-контракт в экономике

Харитонюк П.В.

*Научный руководитель: Максимович А.А., преподаватель
Белорусский национальный технический университет*

В настоящее время ключевую роль в автоматизации большого количества процессов в экономике выполняют информационные технологии. Развитие технологии блокчейн привело к возникновению новой технологии - смарт-контракт, которая набирает все большую популярность в 2024 году.

Смарт-контракты – это компьютерные программы, которые хранятся в блокчейне и служат для автоматизированного выполнения соглашения при осуществлении определенных условий. В процессе реализации смарт-контракта можно выделить 4 этапа.

Первый этап – создание контракта: подразумевает запись юридических условий соглашения контракта в код. Все условия контракта должны иметь программное описание и ясную логику исполнения. После того как код будет написан, он загружается в блокчейн.

Второй этап – триггер контракта: как только контракт попадает в среду блокчейн, он готов к исполнению одним из участников. Триггером в смарт-контракте может быть широкий спектр действий, в зависимости от

характера конкретного контракта. Например, в договоре купли-продажи триггером может быть совершение покупателем платежа.

Третий этап – исполнение контракта: когда контракт срабатывает, он автоматически выполняется в соответствии с кодом, который был написан на первом этапе. Исполнение контракта может включать, например, перевод средств, регистрацию транзакции или любое количество других действий. Выполнение осуществляется с помощью блокчейна, что гарантирует точность и прозрачность совершаемых действий.

Четвертый этап – завершение контракта: как только контракт выполнен, он считается завершенным. Результаты контракта записываются в блокчейн, обеспечивая постоянную, неизменяемую запись осуществленной транзакции [1].

Технология смарт-контракт обладает рядом преимуществ. Поскольку в основе технологии смарт-контракт лежит технология блокчейн, то все характерные для него преимущества будут характерны и для смарт-контрактов. А именно:

- высокая степень защиты данных, что связано с распределенностью среди участников сети блокчейн
- неизменность внесенных данных
- отсутствует необходимость в наличии посредников в виде банков, юристов и др. в процессе исполнения смарт-контракта
- быстрая скорость выполнения смарт-контракта

Кроме того, внедрение этой технологии так же позволяет избежать дополнительной бумажной работы [2].

Выявленные преимущества технологии смарт-контракт объясняют ее внедрение в различные отрасли экономики.

В банковской сфере эта технология применяется для снижения финансовых рисков, сокращает расходы и издержки, осуществляет финансовые услуги более эффективным путем. Кроме того, смарт-контракты позволяют снижать транзакционные издержки, упрощают процесс ведения учета, помогают проводить более выгодные международные платежи.

Смарт-контракты так же используются в страховании с целью оптимизации ведения страхового учета, обработки страховых претензий и других процессов страхования.

Технология смарт-контракт находит широкое применение в экономике совместного потребления (sharing economy), которая основана на одноранговых транзакциях. Так как экономика совместного потребления

уже успела проявить себя в транспортной, пищевой и гостиничной сферах, ее слияние со смарт-контрактами имеет перспективу развития.

Так, в настоящее время технология смарт-контракт находит применение в различных сферах: страхование, налогообложение, здравоохранение, медицинские исследования, логистика, международная торговля, судебные процессы, финансы, кредитование, ритейл, выборы и голосования, энергетика и др. [3].

Таким образом, в результате исследования технологии смарт-контракт можно сделать вывод о том, что в настоящее время эта технология имеет огромный потенциал. Широкий круг преимуществ такого контракта позволяет использовать его в различных сферах и отраслях, в первую очередь, в сфере экономики и финансах. Однако существуют определенные риски, связанные с ранней стадией развития данной технологии, главным образом из-за того, что нормативно-правовое регулирование смарт-контракта находится в стадии становления.

Библиографический список

1. Что такое смарт-контракты (умные контракты) на базе блокчейна? [Электронный ресурс]. URL: <https://mining-cryptocurrency.ru/umnye-smart-kontrakty/>.

2. TarA., Smart Contracts, Explained [Электронный ресурс]. URL: <https://cointelegraph.com/explained/smart-contracts-explained>.

3. Осмоловская А.С. Смарт-контракты: функции и применение [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/smart-kontrakty-funktsii-i-primeneniye>.

УДК 623.09

Система контроля управления доступом с биометрическим входом (БСКУД)

Эвуйа Сержио Жордан Эшли, Демократическая Республика Конго
Научный руководитель: Матвеев И.Д., канд. техн., наук
Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны

В настоящее время широко используются системы контроля и управлением доступом на различные объекты, например, секретные подразделения и военные организации, научные лаборатории, банковские хранилища и другие, основанные на использовании биометрической информации отпечатков пальцев руки. Существует большое количество

БСКУД (от автономных, типа электронных замков, противоугонных систем, до сложных сетевых и распределенных СКУД), при создании которых использован один отпечаток пальца [1]. Примером необычного применения БСКУД подобного рода является ее использование для аутентификации отпечатков, взятых у матери и младенца сразу после родов для исключения подмен и потерь [2].

Такой подход достаточно прост и нагляден, однако он не обеспечивает высокое качество распознавания и аутентификации, особенно при низком качестве отпечатка. Аналитические методы в свою очередь требуют достаточно большого объема вычислений и связаны с использованием ЭВМ.

Таким образом, одной из основных задач при проектировании БСКУД является повышение достоверности и точности распознавания отпечатков при контроле доступа к защищаемому объекту. При этом необходимо учитывать тот факт, что получение отпечатков пальцев является контактным методом и на его применение оказывают влияние различные факторы, снижающие качество отпечатка: загрязнение пальцев, искажение рисунка линий из-за повреждений кожи (ожоги, травмы). Подобные дефекты затрудняют распознавание отпечатка, его аутентификацию, увеличивают время обработки и принятия решения о разрешении или запрете доступа.

Преимуществом предлагаемой БСКУД является повышение защищенности объекта от несанкционированного доступа за счет использования дополнительной информации об отпечатках пальцев и алгоритмов ее обработки. Для этого необходимым условием доступа является увеличение количества вводимых отпечатков (два и более), а дополнительным средством повышения защищенности является использование алгоритма их обработки. Например, в случае использования двух разных отпечатков из десяти пальцев обеих рук, возможное число их сочетаний равно 45, что значительно повышает надежность защиты объекта (по сравнению с вводом одного отпечатка) и снижает риск случайной или преднамеренной ошибки ввода.

В режиме «Подготовка», администратор вводит/удаляет пары отпечатков лиц, имеющих право доступа, в таблицу отпечатков, находящуюся в памяти устройства. После чего переключает систему в режим «Работа». В режиме «Работа» вводимые персоналом пары отпечатков сопоставляются с таблицей отпечатков и после их идентификации разрешается доступ.

Устройство, реализующее данный подход, выполнено на базе микропроцессорного комплекта Arduino и модуля ввода отпечатка пальцев. ПО разработано на языке программирования МК Arduino (C++) и библиотек, а также среды программирования Delphi.

С учетом малых размеров и потребляемой мощности, диапазон использования устройства довольно широк, как автономно (умный замок, противоугонная система), так и в составе сетевой системы контроля доступа.

Технические решения, положенные в основу предлагаемой БСКУД, обеспечивают улучшение распознаваемости отпечатков, повышение достоверности аутентификации доступа и более высокую степень защиты объекта.

Библиографический список

1. Кондратьев Д.Р. Биометрические устройства для СКУД, ч. 2 // Системы безопасности, февраль-март 2004, С. 58–63.
2. Komlen G Lalovic Patent Overview: Device For Fingerprint Identity Guarantee. Faculty of Management Economy and Finance. Belgrade Republic of Serbia, email: komlen@mef.edu.rs.

МОЛОДЕЖЬ, НАУКА, ПРАКТИКА

Научное издание

*Сборник научных трудов
64-й Международной научно-практической конференции
студентов, магистрантов и аспирантов, посвященной
105-летию Финансового университета*

Том 1

22 марта 2024 года

Компьютерная верстка Монахов И.А.

ISBN 978-5-6048031-8-9



Подписано в печать 19.04.24. Формат 60х90/16.
Усл. печ. л. 29,125. Тираж 90 экз. Заказ № 2185.

Отпечатано в ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС»
150062, г. Ярославль, пр-д Доброхотова, д.16, кв.158
Тел.: (4852) 58-76-33, 58-76-37
E-mail: kancle2007@yandex.ru