

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»



Новосибирск
2020

Всероссийская научная
конференция молодых ученых

НАУКА ТЕХНОЛОГИИ ИННОВАЦИИ

Сборник
научных трудов

Часть 7

г. Новосибирск, 30 ноября-04 декабря 2020 г.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

НАУКА ТЕХНОЛОГИИ ИННОВАЦИИ

**Сборник
научных трудов**

**г. Новосибирск, 30 ноября-04 декабря 2020 г.
в 9-и частях**

Часть 7

НОВОСИБИРСК
2020

УДК 62(063)
ББК 72.5я431
Н34

Н34 НАУКА. ТЕХНОЛОГИИ. ИННОВАЦИИ //Сборник научных трудов в 9 ч. / под ред. Гадюкиной А.В. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020.

ISBN 978-5-7782-4288-3

Часть 7: – 793 с.

ISBN 978-5-7782-4295-1

В сборнике публикуются материалы по научным направлениям: *«Экономика и управление»*

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель Оргкомитета:

Батаев А.А., д.т.н., профессор, ректор НГТУ

Зам. председателя Оргкомитета:

Брованов С.В., д.т.н., доцент, проректор по научной работе НГТУ

Программный комитет:

Драгунов В.П., д.т.н., профессор, начальник ОПК ВК

Корель И.И., к.ф.-м.н., доцент, декан ФТФ

Осьмук Л.А., д.соц.н., профессор, директор ИСТР

Рева И.Л., к.т.н., доцент, декан АВТФ

Мелехина Е.А., к.п.н., доцент, декан ФГО

Саленко С.Д., д.т.н., профессор, декан ФЛА

Тимофеев В.С., д.т.н., доцент, декан ФПМИ

Аманжолова Б.А. д.э.н., профессор, декан ФБ

Хрусталева В.А., д.т.н., профессор, декан РЭФ

Вильбергер М.Е., к.т.н., доцент, декан ФМА

Тюрин А.Г., к.т.н. доцент, декан МТФ

Белоглазов А.В., к.т.н. доцент, декан ФЭН

УДК 62(063)
ББК 72.5я431

ISBN 978-5-7782-4295-1 (Ч.7)
ISBN 978-5-7782-4288-3

© Коллектив авторов, 2020
© Новосибирский государственный
технический университет, 2020

**АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИХ ВОВЛЕЧЕНИЮ
СТУДЕНТОВ В МЕРОПРИЯТИЯ НИРС**

Р.Р. Байрамов, А.С. Пихтарёва, Е.В. Драгунова
**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Aleksandrapihhtareva@gmail.com**

В данной статье представлены результаты он-лайн анкетирования студентов российских Вузов, целью которого было выявление основных причин, препятствующих вовлечению и непрерывному (регулярному) участию студентов в процессе исследовательской деятельности.

This article presents the results of an online survey conducted among students of Russian universities. The purpose of the survey was to identify the main reasons that hinder the involvement and continuous (regular) participation of students in the process of research activities.

Научно-исследовательская составляющая уже давно стала полноценной основой развития студентов в течение всего процесса обучения. Однако явно наметилась тенденция «расслоения», когда одни студенты участвуют постоянно в множестве научных мероприятий, а другие «боятся», игнорируют или «неохотно» пишут небольшие тезисы реферативного содержания относительно тематики, заданной преподавателем. Основной целью данного доклада является выявление причин (посредством проведения он-лайн анкетирования), препятствующих или ограничивающих возможности студентов относительно участия в научно-исследовательских мероприятиях. Анкетирование проводилось для студентов 1-4 курсов, в нем приняли участие 75 студентов высших учебных заведений России: НГТУ, НГУЭУ, НГПУ, СИУ РАНХиГС, СФУ, НИУ МЭИ, КемГУ, ТПУ, ТГУ.

По результатам анкетирования были выявлены проблемы, решение которых будет способствовать более успешной организации научно-исследовательской работы студентов. В данной статье приведены лишь некоторые вопросы и ответы из проведенного опроса. Например, на вопрос «Есть ли у Вас желание заниматься научно-исследовательской деятельностью в университете?» практически половина учащихся ответило «Скорее «нет», чем «да» (47%). Основными причинами отрицательного ответа, в основном, являются «отсутствия мотивации» (28%) и

«недостаточная информированность о текущих проектах» (20%) (рис. 1). Подавляющее большинство студентов (71%) информацию о научных мероприятиях получают непосредственно от преподавателей. Около 78% респондентов осознают, что для формирования адаптации к рынку труда недостаточно участвовать только в учебной деятельности, однако им не хватает свободного времени для участия во внеучебной научной деятельности (18%), и необходима вовлеченность ближайшего окружения (15%).

"Если Вы не участвуете в научно-исследовательской деятельности, то укажите почему?"



Рис. 1 – Причины низкого уровня вовлеченности студентов в НИР

Основные мотивы участия в НИРС скорее относятся к внешней мотивации – это освобождение от экзамена (25%) или материальное поощрение (20%), однако ряд респондентов всё-таки отметили непосредственно увлечённость «процессом познания» (15%) (рис. 2).

Каковы Ваши основные мотивы занятия научно-исследовательской деятельностью?

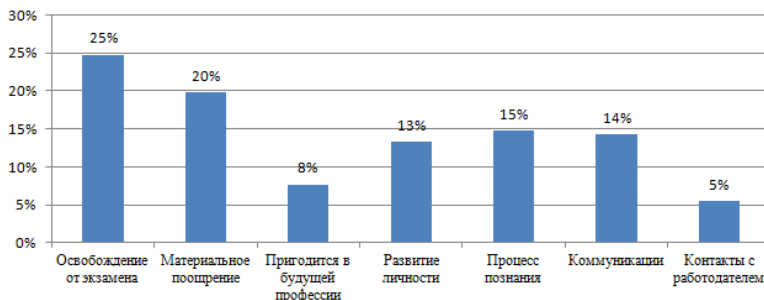


Рис. 2– Причины низкого уровня вовлеченности студентов в НИР

Анкетирование студентов кроме того позволило выявить такую проблему как многообразие информационных систем, располагающих данными о проводимых мероприятиях, которые необходимо просматривать и на которых надо регистрироваться для участия в мероприятиях. Среди наиболее часто посещаемых платформ студенты упоминали представленные на рисунке 3 сервисы.

Название платформы	Характеристика
TimePad	TimePad является сервисом №1 в России для организации событий и продажи электронных билетов. Он помогает миллионам людей проводить мероприятия любого масштаба и формата: от мастер-класса по японской кухне до международного конгресса. Эта система также подходит для мероприятий, рассчитанных на широкий круг посетителей, где вход осуществляется по билетам.
Event 4SCIENCE	Сервис организует полный цикл онлайн-сопровождения конкурсов и мероприятий, предоставляет сильную консультационную и техническую поддержку. 4science избавляет организаторов конференций от лишних трат на одноразовые сайты и экономит время на обработку данных. 4science наиболее подходит для проведения научных мероприятий, поскольку платформа разрабатывалась специально для них. Она учитывает необходимость работы с экспертами, публикации сборника тезисов и отсутствие продажи билетов.
Ломоносов	Портал «Ломоносов» — бесплатный сервис для организации конференций. На нем также можно создать страницу мероприятия с названием и описанием, датами проведения и регистрации. Можно приложить необходимые файлы. «Ломоносов» поможет справиться с подготовкой небольших конференций с узкой тематикой и четкой программой.
Eventboost	Система Eventboost предоставляет стандартные функции для организации любых мероприятий. Можно создать страницу конференции и установить на нее формы для онлайн-регистрации.
Eventicious	Eventicious — платформа для организации мероприятий с помощью мобильного приложения. Оно создается отдельно для каждого мероприятия или может включать несколько событий одного организатора.

Рис. 3 – Популярные платформы для организации мероприятий НИРС

На данный момент процесс поиска информации об интересующих мероприятиях НИРС состоит из последовательности этапов, представленных на рисунке 4 .



Рис. 4 – Процесс получения информации о мероприятиях в модели AS-IS

Обычно у студента «мотивации» хватает только на просмотр мероприятий первого блока, при условии, что информация меняется ежедневно иногда «воспоминание» о заинтересовавшем контенте и желании участвовать приходит уже в день проведения мероприятия.

Для решения выявленной проблемы, предлагается создать единую информационную систему, в которой студент может выбирать мероприятия в соответствие со своими интересами, возможностями и приоритетами. На рисунке 5 представлен усовершенствованный Процесс получения информации о мероприятиях в модели ТО-ВЕ.

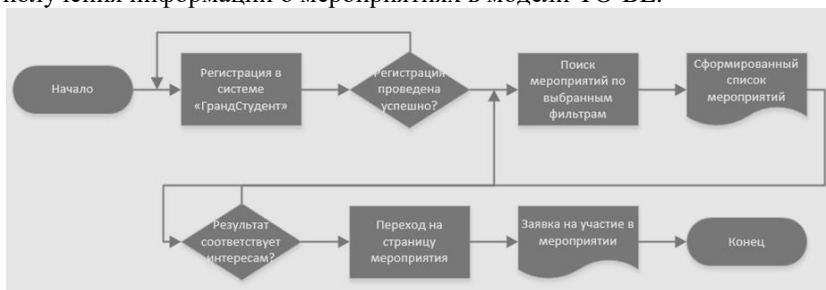


Рис. 5 – Процесс получения информации о мероприятиях в модели ТО-ВЕ

Литература:

1. Драгунова Е.В. Актуальные тенденции цифровизации научных исследований. // Е.В. Драгунова, Л.С. Драгунова/ Молодежь в науке и предпринимательстве : сб. науч. ст. 9 междунар. форума молодых ученых, Гомель, 13–15 мая 2020 г. – Гомель : Изд-во БТЭУ, 2020. – С. 13–15.

ПРИМЕНЕНИЕ ОНТОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ АРХИТЕКТУРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ВУЗА

К.Р. Верещагин¹, Н.В. Пустовалова²

¹Национальный исследовательский университет Высшая школа
экономики, Москва,

²Новосибирский государственный технический университет,
Новосибирск, NVPustovalova@gmail.com

В данной работе описан общий подход к использованию онтологий как элемента архитектуры образовательной среды вуза. Формализация объектов образовательного процесса в виде онтологии (OWL, RDF модели) позволяет создавать различные приложения для его интеллектуальной поддержки, обеспечивая единообразие архитектурных решений и дальнейшее эволюционное развитие информационной среды университета.

In this paper, a common approach for ontology using as an element of the architecture of the university educational environment is introduced. Formalization of educational process objects like ontology (OWL, RDF model) allows creating various applications for intellectual support, ensuring the uniformity of architectural solutions, and further evolutionary development of the information environment of the university.

Комплекс мер, применяемых для борьбы с коронавирусной инфекцией, повсеместно привел к усилению таких трендов как автоматизации, цифровизации, а также к взаимной интеграции сетевых сообществ и образования [1]. Образовательные организации были вынуждены форсировать внедрение и совершенствование цифровых средств и информационных систем для организации дистанционного взаимодействия между акторами образовательной среды [2]. При этом стало понятно, что информационные системы многих российских вузов находятся на начальном уровне развития, что не позволяет этим образовательным организациям эффективно осуществлять свою деятельность в современных условиях.

При этом очевидно, что необходимость в трансформации и совершенствовании информационных сред университетов не только не пропадет, но и будет усиливаться. Поэтому университеты находятся в активном поиске средств, позволяющих наращивать возможности существующей архитектуры с наименьшими затратами (использование гугл-форм и аналитики, бесплатных и учебных версий приложений, подписки, возможностей мессенджеров и социальных сетей).

Типовые приложения, входящие в состав архитектуры университета, можно классифицировать следующим образом (таблица 1). Для этого были выделены 4 функциональные области.

Таблица 1 – Основные типы приложений в составе информационной среды вуза

№ п/п	Область применения приложения	Типы приложений
1	Управление организацией и отношениями с внешними акторами	ERP, CRM, SIS, SCM, Information & Document Exchange system, System for QM & PM, Content & Document management system
2	Управление образовательным процессом и научной деятельностью	CRM, SIS, LMS, LCMS, RS, E-learning system, Digital library system, Social networks, пакеты для решения прикладных задач
3	Сотрудничество и коммуникация внутри организации	Типовые сервисы для обмена данными (Email, сетевые диски) Content & Document management system, EAM, System for QM & PM, BI
4	Обеспечение интеграции, технологическое сопровождение и техническая поддержка, управление информацией	Инфраструктурное ПО (ОС, протоколы связи и безопасности, сертификаты доступа), сторонние сервисы для FOG/ EDGE вычислений, Data Warehouse & Data mining, EAI, ESB, CE Ledgers

Составлено авторами по данным [3, 4]

Для решения задач, связанных с развитием архитектуры вузов, широко используются средства интеллектуальной поддержки на основе онтологий [5]. В этом случае онтология используется в качестве структурированного словаря предметной области, и, например, может быть реализована в виде специализированной базы данных (RDF и т.д.) [6, 7].

Такой подход имеет следующие достоинства:

- возможность повторного использования онтологии при формировании разных запросов на специализированных языках (SPARQL, OWL), а также при разработке новых приложений в рамках совершенствования архитектуры информационной системы вуза;
- возможность объединения онтологии предметной области с онтологиями, созданными в ходе других проектов, в рамках единых

интерфейсов, например, e-learning приложений [7] (для этого важно придерживаться единого формата описания образовательных объектов, например, LOM IEEE);

- возможность сочетать общие закономерности предметной области и практики конкретного университета, для отражения в онтологической модели.

Так, например, модель предметной области можно использовать при проектировании взаимодействий между акторами образовательного процесса (обучающий, обучаемый, тьютор). Для оказания интеллектуальной поддержки на различных этапах образовательного процесса разрабатываются e-learning приложения, основанные на совместном использовании таких средства как OWL, RDF, HTML, JSON. На рисунке 1 представлен вариант использования такой онтологий при реализации некоторых типов приложений, широко используемых непосредственно в образовательном процессе.

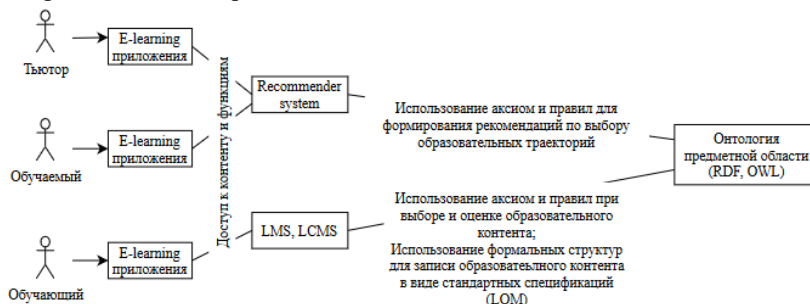


Рис. 1 – Применение онтологии предметной области для развития ИТ-архитектуры образовательной организации

Благодаря использованию модели предметной области, представленной в формальном виде, можно решать широкий круг задач по конструированию элементов архитектуры образовательной организации, а также по повышению уровня её зрелости за счет повторного использования элементов и увеличения количества и качества связей между различными представлениями объектов предметной области [АП].

Литература:

1. П. Лукша. Онлайн-курс «Образование будущего». [Электронный ресурс] / Центр трансформации образования. – Дата URL: <https://www.skolkovo.ru/programmes/14092020-obrazovanie-budushego/> (дата обращения: 09.11.2020).

2. Е.В. Драгунова, Н.В. Пустовалова, Л.С. Драгунова. Совершенствование архитектуры образовательной среды с учетом особенностей подготовки инженерных кадров // Перспективы науки, 2019, No 8.
3. Sanchez-Puchol F., Pastor-Collado J. A., Borrell B. Towards an Unified Information Systems Reference Model for Higher Education Institutions // Procedia Computer Science. 2017. Vol. 121. P. 542–553
4. Chen, S., Tang, Y. and Li, Z. (2016). UNITA: A Reference Model of University IT Architecture. Proceedings of the 2016 International Conference on Communication and Information Systems. Bangkok, Thailand, December 16 -18, 2016, pp. 73–77
5. Гаврилова, Т. А. Интеллектуальные технологии в менеджменте: инструменты и системы [Электронный ресурс]: Учеб. пособие. 2-е изд. / Т. А. Гаврилова, Д. И. Муромцев; Высшая школа менеджмента СПбГУ: Санкт-Петербург : Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2008. . 488 с. - ISBN 978-5-9924-0017-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/504514> (дата обращения: 05.11.2020). – Режим доступа: по подписке.
6. Brooks, C., McCalla, G., Winter, M.: Flexible learning object metadata. In: 3rd International Workshop on Applications of Semantic Web Technologies for E-Learning, Amsterdam, The Netherlands (2005) Held in conjunction with the 12th International Conference on Artificial Intelligence in Education.
7. Dicheva, D., Sosnovsky, S., Gavrilova, T., & Brusilovsky, P. (2005). Ontological Web portal for educational ontologies. In Workshop on Applications of Semantic Web in E-Learning (SWEL) AIED'05. Amsterdam, The Netherlands.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЧАТ-БОТОВ И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

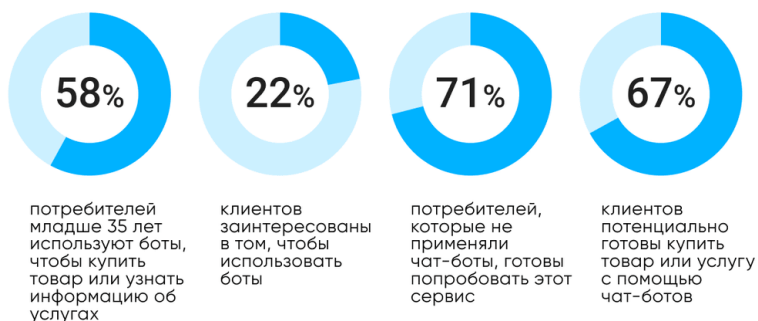
Д.А. Гольман, А.Б. Нагорский, О.В. Милёхина
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, andreynagorskiy1@gmail.com

В данной статье представлены результаты теоретического исследования цифровой трансформации в предпринимательской деятельности из-за развития технологий обработки естественного языка и машинного обучения.

This article presents the results of a theoretical study of digital transformation in entrepreneurship due to the development of technologies for natural language processing and machine learning.

Чат-боты — это программное обеспечение на базе искусственного интеллекта для облегчения общения с клиентами. Чат-боты действуют как автоматические виртуальные помощники, способные общаться с людьми с помощью текстовых сообщений в мессенджерах, форумах и локальных приложениях.

С точки зрения клиентов чат-бот компании — обычный консультант. Бот напоминает живого собеседника, может ответить на разные вопросы и найти решение проблемы. С точки зрения бизнеса чат-бот — это полноценный маркетинговый инструмент, ведущий клиента по воронке продаж.



Источник: исследование компании Retale среди 500 потребителей (2017 год)

Рис. 1 – Преимущества чат-бота

Ожидается, что объем рынка чат-ботов вырастет с 2,6 млрд долларов в 2019 году до 9,4 млрд долларов к 2024 году при среднегодовом темпе роста в 29,7% [1].

Чат-боты используют алгоритмы обработки естественного языка (NLP) и передового машинного обучения (ML), чтобы учиться на аналитических данных.

Когда дело доходит до NLP в чат-ботах, здесь задействованы 2 процесса [3]:

1. Понимание естественного языка (NLU) — это позволяет боту понимать человека, преобразовывая текст в структурированные данные.

2. Генерация естественного языка (NLG) - преобразует структурированные данные в текст.

Есть три разных типа чат-бота [4]:

- Чат-боты на основе правил

Работают на основе правил ответа на заранее прописанные вопросы, что делает выбор пользователя ограниченным.

- Интеллектуально независимые чат-боты

Эти чат-боты используют машинное обучение, чтобы учиться на вводах и запросах пользователей. Со временем эти боты могут научиться понимать все больше и больше запросов.

- Чат-боты на базе искусственного интеллекта

Такие чат-боты представляют собой комбинацию двух других видов ботов. Эти боты используют ML, AI и NLP для понимания и запоминания контекста разговора и предпочтений пользователя.

Теперь мы знаем, что такое чат-боты, поэтому давайте посмотрим, как они меняют цифровой маркетинг:

Чат-боты могут:

- проводить рассылки с читаемостью до 90%;
- опрашивать и сегментировать пользователей;
- оказывать техническую поддержку;
- принимать и автоматически обрабатывать заявки;
- интегрироваться с системами аналитики сайта и CRM;
- делать таргетированные предложения на основе поведения пользователя;

Основные преимущества:

- Поддержка 24/7

Никто не любит ждать решения. Когда у клиента возникает проблема с товарами или услугами, он быстро теряет терпение, если вы не сможете исправить проблему своевременно. В отличие от службы поддержки, чат-ботам не нужен сон. Когда клиенту требуется помощь, они всегда рядом даже в нерабочее время.

- Снижение стресса для потребителей

Исследование Helpshift [2] показало, что большинство потребителей «боятся» обращаться в службу поддержки компании. Тот же опрос также показал, что 79% людей предпочитают чат в реальном времени другим каналам, а 55% предпочли бы использовать чат-ботов, если бы он был доступен. Многие считают, что это более быстрый, эффективный и индивидуальный способ решения проблемы.

- Снижение стоимости лида

При правильно составленной логике поведения бота достаточно однажды получить целевого посетителя на своем ресурсе, чтобы он попал в воронку продаж и постоянную рассылку. Так при общении с чат-ботом один лид может реализоваться несколько раз с апсейлами на основе его поведения [5].

- Автоматизация продаж

Чат-боты могут функционировать как самостоятельный интернет-магазин, с каталогом, FAQ, оформлением заказа, оплатой и т.д., так и в интерактивном окне на сайте интернет-магазина, он может стимулировать посетителей сайта регистрироваться, предлагать участие в акциях, давать советы и подсказки в зависимости от их поведения на сайте.

Кроме интернет-магазинов чат-боты находят применение и в других сферах бизнеса:

- Торговые и развлекательные центры – активно растущая область применения ботов, с их помощью посетители могут воспользоваться интерактивными картами, узнавать об акциях и скидках, использовать полезный функционал, вроде вызова охраны, администратора, врача и т.д.

- Рестораны, салоны красоты, отели и т.д. – подобные заведения помимо всего вышесказанного могут осуществлять запись клиентов бронирование мест, предоплату и многое другое, практически любой бизнес, предоставляющий услуги, может сильно сэкономить на общении с клиентами.

- Доставка еды, заказ такси – такие сервисы удобно реализовать в формате диалога по типу «Где вы находитесь > что вы хотите заказать > ваш заказ придет в течение получаса». Главное преимущество в том, что клиенты делают это из привычного интерфейса мессенджера без необходимости устанавливать дополнительное приложение.

Это далеко не все области применения чат-ботов, и они скорее ограничиваются креативом маркетолога, чем технически.

Стоимость разработки варьируется от 10 тысяч рублей за бота на основе правил до миллионов рублей за сложные на базе искусственного интеллекта. Помимо сложности логики на цену влияет функционал

предоставляемы ботом и количество интеграций с различными базами данных и системами управления.

Использование машинного обучения для взаимодействия с потребителями, без сомнения, будущее маркетинга, в котором продвижение продуктов подстраивается под каждого клиента индивидуально и это будущее уже наступило. Многие компании уже используют эти технологии в своем бизнесе, а остальным стоит обратить на них внимание и развиваться в ногу с цифровизацией маркетинга.

Литература:

1. Рынок чат ботов // [Электронный ресурс] URL: <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/global-chatbot-market-anticipated-to-reach-9-4-billion-by-2024-robust-opportunities-to-arise-in-retail-ecommerce-1028759508> (Дата обращения 14.11.2020)
2. Customer Service Chatbots // [Электронный ресурс] URL: <https://www.helpshift.com/blog/the-beginners-guide-to-customer-service-chatbots-and-ai/> (Дата обращения 14.11.2020)
3. Понимание естественного языка // [Электронный ресурс] URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Natural_language_processing (Дата обращения 14.11.2020)
4. Типы искусственного интеллекта ботов // [Электронный ресурс] URL: <https://vc.ru/services/46901-pochemu-ai-ml-na-primere-dialoga-s-mashinoy-na-estestvennom-yazyke> (Дата обращения 14.11.2020)
5. Автоматизация продаж с использованием чат-ботов // [Электронный ресурс] URL: <https://vc.ru/services/64638-chat-boty-avtomatizaciya-prodazhi-segmentaciya> (Дата обращения 14.11.2020)

РАЗРАБОТКА ПРИЛОЖЕНИЯ "ПОРТФЕЛЬ ИНВЕСТОРА НА ФОНДОВОЙ БИРЖЕ"

А.В. Горин, М.Ш. Муртазина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, andreygor0502@yandex.ru**

В докладе представляются результаты разработки приложения для учета активов инвестора на фондовом рынке. Данное приложение помогает вести финансовый анализ компаний, которые являются эмитентами ценных бумаг.

The report presents the results of the development of an application for accounting for investor assets in the stock market. This application helps to conduct financial analysis of companies that are issuers of securities.

На настоящий момент на рынке программных средств не так много продуктов, специализирующихся на учете активов инвестора, особенно ощущается нехватка бесплатных несложных в освоении продуктов данного класса [1,2]. Среди популярных продуктов данного направления можно выделить: Тинькофф Инвестиции, БКС, Сбербанк инвестор. Но их функционал решает проблему учета активов не в полной мере, т.к. нет возможности вести объем денежных поступлений и историю сделок за все время. К тому же в этих решениях нет возможности посмотреть статистику по финансовым показателям компаний в рамках одной отрасли, например. Поэтому многие миноритарные инвесторы вынуждены вести учет в программе MS Excel, испытывая при этом ряд проблем, поскольку данный продукт не является специализированным для указанной задачи. В связи с чем требуются хорошие знание данного инструмента и глубокое понимание решаемой задачи, чтобы учет был информативным и автоматизированным.

Для решения вышеназванной проблемы необходимо приложение, не требующее длительного ознакомления с интерфейсом, и которое выполняет необходимые задачи по учету имущества.

Приложение будет состоять из следующих компонентов:

- база данных под управлением СУБД MS SQL Server,
- графический интерфейс пользователя,
- приложение на языке Python.

Схема базы данных приложения представлена на рисунке ниже (см. рис 1).

В схеме таблицы делятся на два типа: ключевые и вспомогательные. Ниже дано описание ключевых таблиц. Для сохранения перечня акций и облигаций, которые котируются на бирже, предназначена таблица «SecurityList». Подробное описание акций и облигаций содержится в таблице «ShareDetails» и «BondDetails» соответственно. Таблица «Issuer» хранит информацию об эмитенте. Благодаря таблице «Industry», пользователь может узнать, в какой отрасли эмитент ведет свой основной бизнес. Помимо этого, в схеме содержится таблица «FinancialIndicators», в которой хранится базовая финансовая информация о компании. Сущности «Value» и «ValueCurrency» содержат информацию о цене валют в различные дни. В «Income» находятся все денежные поступления от дивидендов и купонов облигаций. Для отслеживания всех сделок создана сущность «Deals».

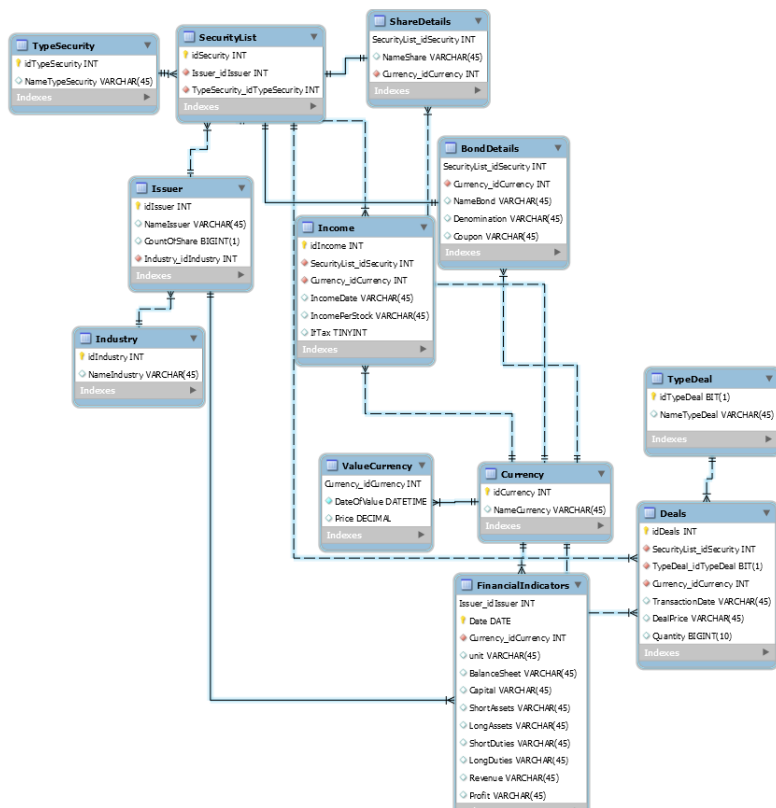


Рис.1 – Схема базы данных

Центральный банк предоставляет ряд сервисов, благодаря которому разработчики могут свободно использовать информацию, предоставляемую ЦБ, в своих продуктах [3]. В разрабатываемое приложение был разработан скрипт, реализованный с помощью библиотеки «requests» в Python, который берет данные по актуальным ценам валют с помощью API сайта Центрального банка РФ и обновляет данные в БД.

Графический интерфейс пользователя реализован с помощью модуля «eel» языка Python. Этот модуль позволяет использовать HTML и CSS для создания интерфейса в десктопном Python-приложении.

Пользователь приложения получает следующий функционал:

1. Доступ к акциям/облигациям, которые котируются на Московской фондовой бирже

2. Возможность посмотреть наиболее важные финансовые показатели эмитентов
3. Ведение учета сделок (покупка/продажа)
4. Стоимость валюты на различные даты
5. Отслеживание поступлений от дивидендов/купонов от облигаций.

Таким образом, инвестор, используя данное приложение, сможет вести корректный учет своих активов, денежных поступлений и получать наиболее важную информацию финансового характера об эмитентах, чтобы принимать наиболее рациональные решения.

Литература:

1. Иштуганов Р.А. Разработка веб-приложения для оптимизации портфеля ценных бумаг // Журнал. – 2020. №. 1 – С. 196-200
2. Дображинская А.А. Формирование оптимального портфеля ценных бумаг // Журнал. – 2019. – №. 4 (32) – С.407-412.
3. Сервисы от ЦБ для разработчиков [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/development/> (дата обращения: 25.10.20).

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЦИФРОВОЙ ЗРЕЛОСТИ ВЫСШИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

С.В. Голованова, А.В. Данилова

**Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, sofiya.golovanova.00@mail.ru,
nastia2000d@gmail.com**

В данной статье раскрыто содержание процесса цифровой трансформации, представлены результаты теоретического исследования цифровой зрелости вузов в России. Авторы проводят анализ классических моделей цифровой зрелости и представляют собственную модель оценки уровня цифровой зрелости высших учебных заведений.

This article reveals the content of the digital transformation process and presents the results of a theoretical study of the digital maturity of higher education institutions in Russia. The authors analyze classical models of digital maturity and present their own model for evaluating the digital transformation of higher education institutions.

Переход к цифровому университету предполагает внедрение новых методов управления, изменение корпоративной культуры, оптимизацию процессов. Университеты должны быстро реагировать на изменяющиеся рыночные условия и использовать новые возможности в цифровую

эпоху. Использование новейших технологий для достижения поставленных целей будет играть ключевую роль в преобразовании системы образования [1]. Чтобы определить, на какой стадии цифрового развития находятся вузы России, были выделены основные критерии оценки путём анализа классических моделей цифровой зрелости, таких как: модель цифровой зрелости компаний, предоставленная организацией IDG Communications [2], модель цифровой трансформации вуза 2019, отчет PricewaterhouseCoopers [1], аудит цифровой стратегии трансформации бизнеса, концептуальная модель цифрового университета.[2]. К основным выделенным критериям можно отнести: наличие личного кабинета и электронного портфолио студента; администрирование с использованием цифровых технологий - переход на электронный документооборот, его ведение и т.п.; «геймификация» обучения, использование технологий виртуальной и дополненной реальности (VR, AR), виртуальных тренажёров; наличие цифровой библиотеки и доступ к электронным учебникам и пособиям; использование облачных технологий; глобализация рынков, включая рынки знаний, технологий, инноваций, образования, R&D, консалтинга; расширение сетевого партнерства университетов (в том числе в виртуальном пространстве); интернационализация образования и исследовательской деятельности [6]; наличие смешанной формы обучения и дистанционного обучения; акселерация и наличие бизнес-инкубаторов; внедрение «умного» кампуса - объединение в единую электронную сеть всех элементов образовательной среды и образовательных ресурсов; наличие корпоративной архитектуры масштаба учебной организации.

Кроме того, из-за отсутствия методологий, позволяющих оценить готовность вуза к цифровой трансформации, мы решили адаптировать Модель зрелости возможностей CMM (Capability Maturity Model), предоставленную институтом Software Engineering Institute (SEI), первоначально созданную для развития программного обеспечения [5]. А также, обсудить данную тему на примере одного из опорных вузов города Новосибирска – Новосибирского государственного технического университета (НГТУ) и попытаться определить стадию цифровой зрелости данного вуза.

Таким образом, мы смогли разработать характеристики, которые позволяют определить уровень цифровой зрелости в высших учебных заведениях на рисунке 2.

Уровни зрелости									
01	Начальный	02	Развитие	03	Средний уровень	04	Организованный	05	Оптимизирующий
	Нет требований и инструментов для развития	Понимание важности развития	Управляемость процессов	>30% процессов автоматизированы	Устойчивое и постоянное развитие				
	Процессы в вузе непредсказуемы и слабо контролируемы	Расстановка приоритетов и определение ключевых проблем	Проактивное реагирование на проблемы и изменения	Обеспечение защиты информационных активов вуза, в том числе персональных данных.	Внедрение и использование новейших инновационных технологий в сфере образования				
	Отсутствие IT-инфраструктуры	Базовые IT-процессы	Оптимизированная IT-инфраструктура	Нет данных, собираемых вручную	Полная цифровая трансформация вуза				
	Преобладает "ручная" организации процессного управления в вузе	Использование базовых информационных сервисов	Мониторинг изменений в восприятии бренда вуза на целевых рынках на основе результатов исследований и мониторинга соц. сетей	Ориентация на контроль и обеспечение качественных услуг	Обеспечивающие и рутинные процессы полностью автоматизированы или роботизированы				
	Каждый вуз автоматически переходит на данный уровень	Определены правила функционирования бизнес-подразделений в вузе		Использование цифровых технологий и различных каналов коммуникации	Единая образовательная среда				

Сделано авторами на основе Модели зрелости возможностей CMM (Capability Maturity Model)

Рис. 2 – Модель уровня цифровой зрелости вузов

Исходя из разработанной модели, можно сказать, что Новосибирский государственный технический университет (НГТУ) находится на пути к 4 уровню, который предполагает учет прошлого опыта и применение новых технологий цифровизации вуза.

Стоит отметить, что в 2020 году в связи с ребрендингом университета и сменой формата обучения, а именно, временного перехода на дистанционное обучение, в НГТУ произошел ряд цифровых изменений, которые значительно приблизили университет к более высокому уровню зрелости. К таким изменениям относятся:

- Подключение платформы BigBlueButton, которая специально разработана для электронного обучения;
- Появление функции записи вебинаров и ведения электронного журнала преподавателями в программной платформе электронной среды обучения НГТУ – DiSpace;
- Апгрейд официального сайта НГТУ (НЭТИ) и его адаптация под разные типы устройств;
- «Умный кампус» - выпуск и внедрение кампусной карты, которая служит пропуском во все здания НГТУ и является уникальным платёжным инструментом;
- Запуск сервиса для бесконтактной онлайн-оплаты услуг, предоставляемых вузом.

Однако, по нашему мнению, переход НГТУ на следующий, более высокий уровень цифровой зрелости, не произойдет также и без вспомогательных действий, направленных на реализацию изменений в высшем учебном заведении. Такие мероприятия могут включать в себя:

– Разработку модулей в рамках программ обучения, направленных на обучение цифровой грамотности студентов;

– Создание цифрового пространства для совместной работы с использованием проекторов и доступом к электропитанию, а также обеспечение хорошего Интернет-подключения в студенческих городках и общежитиях;

– Поддержка научно-педагогических кадров, которые задают тенденции в области развития цифровых навыков и разрабатывают инновационные методологии преподавания;

– Использование облачных технологий для стимулирования инноваций;

– Поощрение расширенного использования обучающих платформ НПР, в целях обеспечения более высоких результатов учебы студентов и повышения эффективности работы университета в целом;

– Взаимодействие со студентами, учеными, абитуриентами и выпускниками по различным социальным каналам, чтобы предоставлять им персонализированные услуги и т.д.

Чем раньше университет адаптируется к постоянно изменяющейся внешней среде, тем выше его шансы выжить в этой непростой конкурентной борьбе. Цифровая трансформация – это не новомодное изобретение, это необходимость выживания в мире, где информация играет ключевую роль [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Литература:

1. Ситуационный аналитический центр КФУ / РwC / «Цифровой университет»// [Электронный ресурс] URL: https://kpfu.ru/portal/docs/F_1147469203/PWC.digital.pdf (Дата обращения: 13.10.2020).

2. Кузин Д. В. Проблемы цифровой зрелости в современном бизнесе [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-tsifrovoy-zrelosti-v-sovremennom-biznese> (Дата обращения: 12.10.2020).

3. Сидоров Г. Цифровой университет: применение цифровых технологий в современных образовательных учреждениях: [Электронный ресурс] — URL:

<https://www.itweek.ru/digitalization/article/detail.php?ID=192831> (Дата обращения: 14.10.2020).

4. Прохоров А., Коник Л. Цифровая трансформация 2019/М.: ООО «Альянсспринт» / Цифровая трансформация: Анализ, тренды, мировой опыт // [Электронный ресурс] URL: <https://avidreaders.ru/book/cifrovaya-transformaciya-analiz-trendy-mirovoy-opyt.html> (дата обращения 14.10.2019)

5. Бирюков А. Зрелость проектных организаций. Методология СММ// [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://intuit.ru/studies/courses/2298/598/lecture/12857> (Дата обращения: 13.10.2020).

6. Ефимов В.С., Лаптева А.В. Цифровизация в системе приоритетов развития российских университетов: экспертный взгляд [Электронный ресурс]- Режим доступа: https://itrend.ru/client_news/Chto-takoe-cifrovaya-zrelost-kompanii-kak-opredelit-ee-stepen-i-zachem-ona-nuzhna-1611 (Дата обращения: 13.10.2020).

АНАЛИЗ ЦИФРОВЫХ РЕСУРСОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ИНФОРМАЦИОННУЮ ПОДДЕРЖКУ БИЗНЕСУ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

С.Е. Денисов

**Томский государственный университет,
г. Томск, denis.semen99@mail.com**

В тезисах автор рассмотрел и проанализировал интернет ресурсы, представляющие информационную поддержку субъектам Малого и среднего предпринимательства в условиях коронавирусной инфекции в России. Результат проделанной работы позволит лицам, интересующимся сферой Малого и среднего предпринимательства в быстро и качественно овладеть актуальной информацией.

The author reviewed and analyzed Internet resources that provide information support to Small and medium-sized businesses in the context of coronavirus infection in Russia. The result of this work will allow people interested in the field of small and medium-sized businesses to quickly and efficiently master up-to-date information.

Распространение коронавирусной инфекции привело к ряду ограничительных мер для ведения бизнеса. Данные ограничения привели и попрежнему продолжают наносить урон по экономике, в большей степени по среднему и малому предпринимательству. Согласно докладу Уполномоченного по защите прав потребителей Бориса Титова от пандемии пострадало 67% субъектов Малого и среднего предпринимательства

(Далее МСП). 53,3% компаний оценивают свое положение как катастрофическое (на 19 мая 2020 года) [1]. Чтобы скомпенсировать трагичность ситуации, Правительство Российской Федерации предоставляет всевозможные меры поддержки субъектам МСП. Однако результаты опроса показывают, что довольны мерами поддержки властей всего 27,8% проголосовавших.

Безусловно, неудовлетворенность поддержкой вызвана большим количеством причин: организации не попадают в перечень пострадавших от пандемии, некорректно оформлена причина получения льготы, отказ банка на выдачу кредита и другие. Но, вместе с этими причинами проблема кроется в недостаточной информированности субъекта МСП о потенциальных возможностях воспользоваться государственной поддержкой.

Если бизнесмены будут полностью проинформированы о возможной государственной поддержке, то они будут ей пользоваться, а, следовательно, удовлетворенных лиц будет больше и статистика не будет такой удручающей.

Исходя из этой проблематики, вытекает актуальность поиска наиболее полного, востребованного и отвечающего на все интересующие вопросы интернет-ресурса.

Объектом исследования является государственная поддержка субъектов Малого и среднего предпринимательства.

Предметом исследования выступают цифровые порталы, предоставляющие информационную поддержку субъектам МСП в условиях пандемии.

Целью данного исследования является изучение электронных сервисов, оказывающих информационную поддержку субъектам МСП и выявление наиболее оптимального по заданным критериям.

С начала пандемии по данной проблеме публикуются материалы, содержащие подборки интернет-ресурсов, предоставляющие краткие обзоры каждого ресурса [2][3]. В своем исследовании автор поставил цель выявить наиболее оптимальный сервис по критериям: информативность, наличие нормативно-методической базы, возможность консультации и быстрого доступа к информации, визуализация. Были рассмотрены следующие интернет ресурсы:

1. Меры Правительства РФ по борьбе с коронавирусной инфекцией и поддержке экономики (Портал Правительства России) [4]. Раздел содержит перечень оказываемых мер поддержки для бизнеса с категоризацией на финансовую, налоговую, общие меры и сферу туризма. Кроме того, интернет ресурс позволяет определить лицо к соответствующей категории субъектов МСП. Однако требуется переход на сайт

налоговой службы для того, чтобы узнать, включена ли организация в реестр субъектов МСП. Сами меры подкрепляются соответствующими нормативно-правовыми актами, кратким и понятным описанием меры и условиями получения. Условия получения прописаны кратко, не информативно, лишь некоторые меры дополняются ссылкой на сайт ведомства, предоставляющего помощь.

2. Раздел «Поддержка в условиях Covid-19» на Портале «Мой бизнес. Цифровая платформа» Минэкономразвития [4]. Раздел достаточно хорошо визуализирован. Меры поддержки рассматриваются на порядок шире, чем в предыдущем случае: Онлайн-консультации с центрами «Мой бизнес», меры поддержки Правительства и инструменты для дистанционной работы. Присутствует удобный перечень определений бизнеса к числу пострадавших. Меры поддержки бизнеса представлены в удобных категориях: продление и отсрочка, моратории, кредиты и субсидии, льготы и консультации. Для получения полного перечня мер Ресурс предлагает перейти на портал Правительства России (смотреть предыдущий пункт). Кроме того, помимо интернет ресурса содержится ссылка на Чат-бота в мессенджере Telegram, через которого можно получить ответ на более конкретные вопросы.

3. Портал «Экономика без вируса» Минэкономразвития [5] представлен в виде одностраничного сайта. Общие меры поддержки неинформативны (присутствует только название меры и длительность). Представлены в количестве всего 9 штук. Однако, присутствует возможность индивидуального запроса, который переносит на новую ссылку, а та, в свою очередь, предоставляет всевозможные меры поддержки по индивидуальной ситуации обращающегося лица. Нормативно-методическая база присутствует в конце страницы и не имеет привязки к конкретной мере поддержки. Консультации можно осуществлять по номеру телефона или через Чат-бота в Telegram'e.

В результате анализа трех интернет ресурсов удалось сформировать оценочную таблицу, представленную ниже.

Оценка происходила по десятибалльной шкале. Но, чтобы определить наиболее оптимальный вариант для пользователя, необходимо присвоить каждому критерию свой вес. Вес критерия представляет собой количественное выражение относительной важности одного критерия над другими. Главное условие – совокупный вес критериев должен быть равен единице.

Таблица 2. Оценка интернет ресурсов с учетом веса критериев

Критерии оценки	Вес критерия	Портал Правительства России	Мой бизнес. Цифровая платформа	Экономика без вируса
1. Информативность	0,3	0,24	0,3	0,09
2. Возможность коммуникации	0,3	0,09	0,3	0,15
3. Наличие нормативно-правовой базы	0,2	0,2	0,18	0,09
4. Визуализация, удобство	0,1	0,08	0,1	0,06
5. Возможность индивидуального подбора	0,1	0,1	0,01	0,1
Итоговая оценка	1	0,71	0,89	0,49
Предпочтительность варианта		2	1	3

В результате проведенного исследования можно прийти к выводу, что самым оптимальным интернет ресурсом будет являться Раздел «Поддержка в условиях Covid-19» на Портале «Мой бизнес. Цифровая платформа» Минэкономразвития. Несмотря на то, что по самому последнему критерию портал получил минимальный балл, ресурс позволяет осуществить подбор, но уже на сайте Правительства РФ. Таким образом, наиболее грамотным способом получения знаний о возможной поддержке будет переход на портал «Мой бизнес» с дальнейшим переходом на Портал Правительства России за конкретными мерами поддержки.

Литература:

1. Титов Б. Ю. Covid-2019. Последствия для бизнеса и экономики. Доклад президенту Российской Федерации – URL: <http://doklad.ombudsmanbiz.ru/2020/7.pdf> (Дата обращения: 10.11.2020).
2. Ключевская Н. «Топ-8 информационных сервисов по мерам поддержки бизнеса в условиях пандемии» // Информационно-правовой портал Гарант.ру – URL: <http://www.garant.ru/article/1373409/> (Дата обращения: 10.11.2020).

3. Харченко Э. И. Информационная поддержка для бизнеса – URL: <http://ombudsmanbiz63.ru/421-informatsionnaya-podderzhka-dlya-biznesa> (Дата обращения: 10.11.2020).

4. Меры Правительства РФ по борьбе с коронавирусной инфекцией и поддержке экономики // Портал Правительства России – URL: http://government.ru/support_measures/ (Дата обращения: 10.11.2020).

5. «Экономика без вируса» // Портал Минэкономразвития – URL: <https://covid.economy.gov.ru/#ecvir-support> (Дата обращения: 10.11.2020).

СОЗДАНИЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ СПРАВОЧНОЙ СИСТЕМЫ, ОБЪЕДИНЯЮЩЕЙ В СЕБЕ ВСЁ НАЛОГОВОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

О.А. Джадранова, Е.А. Петрова
Горно-Алтайский государственный университет,
г. Горно-Алтайск, Jadranova.guldar@yandex.ru

В статье говорится о запутанности нормативной базы налогообложения, мешающей студентам изучить налоговое законодательство. По различным оценкам сейчас в России действует от 600 до 800 различных законов и иных нормативных актов, в той или иной степени затрагивающих налогообложение. Требуется их объединение и расшифровка в единой программе: как налогового кодекса, так и федеральных законов и нормативных актов, принятых Правительством РФ или федеральными органами исполнительной власти.

The article talks about the complexity of the regulatory framework of taxation, which prevents students from studying tax legislation. According to various estimates, Russia currently has between 600 and 800 different laws and other regulations that affect taxation to varying degrees. You need to combine them and decrypt them in a single program: both the tax code and Federal laws and regulations adopted by the Government of the Russian Federation or Federal Executive authorities.

В современной России особенно остро стоит проблема запутанности нормативной налоговой базы. Даже многие работники налоговой службы не знают и о половине действующих законов или иных нормативных актов, принятых Правительством РФ или федеральными органами исполнительной власти (министерствами, комитетами, службами и т.д.), которых, по различным оценкам, помимо Налогового Кодекса, около 600-800. Более того, такая запутанность мешает разобраться в налоговой сфере и обычным налогоплательщикам, желающим изучить налоговое законодательство в полном её объеме.

Объектом исследования в данной работе является решение проблем запутанности участников налогового процесса в налоговом законода-

тельстве. Уровень исследования – теоретический. Новизна результатов определяется тем, что даже после комплексного формирования российской налоговой системы в 1992 году ни один нормативный акт не определил уровень нормативных актов, входящих в категорию "налоговое законодательство". То есть вопрос запутанности в уровнях налогового регулирования поднимался с начала формирования российской налоговой системы. Область применения определяется тем, что после создания такой системы справочников, значительно облегчилось обучение студентов экономических и юридических факультетов в сфере налогового регулирования, так как программа предлагает не только облегчение и унификацию всех законов и нормативных актов, но и их расшифровка на более понятный язык.

К сложностям комплексного понимания налогового законодательства следует добавить её постоянное изменение. Необходим такой справочник, который помимо унификации налогового законодательства, почти бы мгновенно фиксировал изменения в законодательстве, а также оповещал об изменениях в виде новостной ленты или в любой другой форме в специально созданной вкладке.

Также немаловажным является добавление классификации всех законов и актов, как по времени издания, так и по уровню системы законодательства. Например, система законодательства имеет четыре уровня: налоговый кодекс Российской Федерации (кодифицированный акт высшей юридической силы); федеральные законы о налогах и сборах, принятые в соответствии с Кодексом; законы и иные нормативные акты законодательных (представительных) органов субъектов Российской Федерации; нормативные акты представительных органов местного самоуправления. Также необходимо разделение, в соответствии с 1 главой Налогового Кодекса, «Законодательства о налогах и сборах и иных нормативных правовых актов о налогах и сборах» на законодательство о налогах и сборах и нормативные правовые акты органов исполнительной власти. Обязательным следует и облегчить поисковую систему, внедрить её как по указанным категориям, так и по всему справочнику в целом.

Помимо этого, возможно было бы и создание базы устаревших недействующих законов, касающихся налогового законодательства для разбирательства в кейсах устаревших дел или рассмотрения законодательными органами действия их эффективности в определенный временной промежуток. Например, во время спада экономики для данного государства могли быть более эффективны меры повышения налогов для пополнения казны, а во время политики-стимуляции малого бизнеса

– меры их понижения для представителей малого бизнеса или ослабления контроля.

Но, просто создание подобной системы не решает всех проблем запутанности. Многие пользователи, ввиду отсутствия понимания «юридического языка», при желании разобраться в налоговом законодательстве, не понимают значения выхода тех или иных законов или нормативных актов. Для решения данного вопроса, в подобной справочной системе стоит прописать в отдельном окне расшифровку каждого из законов на более простом языке, возможно даже в видео формате или при помощи табличных или графических материалов. Подобное расширение, а также ориентированность на студентов, желающих изучить эту сферу, будут также и главным отличием от подобных справочных систем, как «КонсультантПлюс» или «Гарант». Ко многим из законов будут открыты комментарии, где специалисты могли бы ответить на возникающие вопросы в сфере налогового регулирования.

В качестве оплаты за труд создателей может послужить платная подписка или платный доступ к полным расшифровкам данного документа, как самих студентов, так и групповая университетская подписка на различные периоды: от месяца и до нескольких лет.

Средство, с помощью которого стоит создать подобную систему управления базами данных – это Microsoft Access. Подобная система объединяет реляционный Microsoft Jet Database Engine с графическим интерфейсом пользователя и инструментами разработки программного обеспечения.

Как итог, в результате создания такого справочника решаться многие проблемы запутанности в процессе работы с налоговым законодательством, а именно:

- 1) Произойдет объединение всевозможных законов и нормативных актов, касающихся налогового законодательства в одном полном узконаправленном на вопросы о налоговом регулировании, компьютерном справочнике.
- 2) Помимо сбора, все законы и нормативные акты будут классифицированы и оформлены для наиболее удобного поиска.
- 3) Все изменения в справочнике будут показаны мгновенно, а устаревшие законы и нормативные акты перейдут в отдельный раздел.
- 4) Для облегчения понимания юридического языка законов, к большинству из них будет приписана расшифровка на простых примерах. Многие непонятные для студентов аспекты могут быть объяснены специалистами, работающими над данным справочником.

После создания такой системы, в некоторой степени будет искоренена неграмотность населения в сфере налогового законодательства, а

также переработана и классифицирована вся система законодательства в целом.

Литература:

1. Борзунова О. А. Кодификация налогового законодательства России. Научно-практические аспекты - М.: Юстицинформ, 2018. - 368с.
2. Борисов А. Б. Комментарий к НК РФ части 1, 2 (постатейный) - М.: Книжный мир, 2016. - 928 с.

РЕШЕНИЯ 1С ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Д.А. Ефремов, С.А. Русанов

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, sergei.rusanov@list.ru**

В данной работе рассмотрены предлагаемые в условиях пандемии программные решения 1С на примере «1С: Управление нашей фирмой», облачный сервис «1С: Касса», «1С: Мобильная касса» для малого бизнеса

This paper discusses 1С software solutions proposed in a pandemic on the example of «1С: Management of our company», cloud service «1С: Cashier», «1С: Mobile cash register» for small business.

Одна из рекомендаций для снижения риска распространения COVID-19 — понизить количество контактов с людьми, а также перейти на удаленный способ работы. Для торговли это означает снижение количества покупателей, которые приходят купить товар в магазины и торговые центры. Магазины испытывают необходимость срочного перевода продажи своего товара в онлайн, организации эффективной удаленной работы для сотрудников и служб, отвечающих за прием и оформление заказов, закупки и доставку. Владельцам и директорам нужны средства дистанционного контроля за состоянием бизнеса.

1С предлагает интересную возможность для начинающих предпринимателей и тех, кто хочет освоить современный канал сбыта продукции, создать интернет магазин с помощью программы «1С: Управление нашей фирмой». Сам процесс создания возможен «одним кликом» на сервисе 1С-УМІ, при этом сразу же можно наладить прием удаленных платежей. На рисунке 1 представлены основные возможности 1С: УНФ. Как видно из рисунка 1, программа позволяет автоматизировать все зоны работы интернет: CRM, продажи, интеграции с сайтами, склад и закупки, ценообразование, сдача отчетности, финансы, анализ бизнеса и

другие разделы. Помимо этого, программа дает возможность руководителю создавать различные отчеты и планировать финансовую отчетность. Индивидуальный предприниматель на УСН/ ЕНВД/ патент могут сдавать свою отчетность прямо в налоговую через программу 1С: УНФ. Общество с ограниченной ответственностью и индивидуальные предприниматели на общей системе налогообложения для сдачи бухгалтерского учета могут выгружать свою документацию в «1С: Бухгалтерию» с помощью типового обмена.



Рис. 1 – Основные возможности 1С: УНФ

Программа «1С: Управление нашей фирмой» позволяет планировать продажи, загрузку персонала и ключевых ресурсов, вести календарные графики выполнения работ, отгрузки и поставок товаров и материалов, контролировать исполнение графиков и планов. Программу можно использовать для нескольких компаний и частных предпринимателей – независимых или работающих в рамках одного бизнеса.

Для того, чтобы удаленный сотрудники работали дома без какого-либо риска распространения эпидемии «1С: Управление нашей фирмой» предлагает готовую функцию CRM, с которой можно быстро подключить интернет телефонию разных провайдеров, а также настроить переадресацию, чтобы организовать мобильную коммуникацию с клиентами и курьерами.

Для того, чтобы сотрудники, которые работают из дома из-за распространения COVID-19 не пропускали заказы клиентов и не дублировали их — партнеры 1С могут быстро связать сайт клиента с облачной системой 1С, например, такой системой является «1С: Управление

нашей фирмой». В результате все работники будут работать в единой системе, а руководители организации будут дистанционно контролировать весь бизнес. Чтобы контролировать не потребуется даже ноутбук, достаточно установить мобильное приложение 1С: УНФ, которое позволит управлять бизнесом со смартфона или планшета. Кроме этого, если по каким-либо причинам у клиента 1С не хватает курьеров, то можно преодолеться и прямо в программе 1С: УНФ настроить интеграцию с известными службами доставки.

Для того, чтобы оптимизировать службу доставки и при этом выполнять законодательство об онлайн кассах (54 ФЗ) 1С предлагает облачный сервис «1С: Касса» — достаточно подключить к нему приложения «1С: Мобильная касса», установленные на смартфоны курьеров, и всего один кассовый аппарат. На этой удаленной кассе будут пробиваться все чеки по продажам, которые делают курьеры, а данные о продажах автоматически поступят в вашу учетную программу в конце смены.

В условиях пандемии наружная и печатная реклама не самый эффективный способ достучаться до покупателей. 1С предлагает использовать встроенные возможности 1С: УНФ для продвижения в интернете своих товаров и услуг. С помощью 1С: Управление нашей фирмой можно создать чат - бота в Telegram, заказы из канала продаж чат-бота будут сразу поступать в программу. А также прямо из программы можно делать массовые оповещения клиентов по email или смс и сообщать им об акциях и новых предложениях.

Литература:

1. Видеоматериалы по «1С: Управление нашей фирмой» [Электронный ресурс] URL: https://1cfresh.com/articles/app_video_sbm (дата обращения: 7.11.2020).

2. Торговля в условиях коронавируса: переход в онлайн с решениями 1С [Электронный ресурс] URL: https://1c.ru/izdoma/trade_koronavirus/ (дата обращения: 8.11.2020).

3. Павлов Ю., Бандуля И. От хаоса к порядку. С «1С: Управление нашей фирмой». Реально. — Москва: 1С6Публишинг, 2018. — 188 с

ПРИМЕНЕНИЕ ИБС «БИСКВИТ» ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ БАНКОВСКИХ ОПЕРАЦИЙ

Т.Ю. Зямина, А.Н. Фукс

Горно-Алтайский государственный университет,
г. Горно-Алтайск, angelina.fuks@mail.ru, tanechka.zyamina@mail.ru

В работе проводится теоретическое исследование интегрированной банковской системы «БИСквит» и ее влияния на автоматизацию банковских операций. Было проведено сравнение интегрированных банковских систем по ряду основных показателей.

The paper provides a theoretical study of the integrated banking system «Biscuit» and its impact on the automation of banking operations. Integrated banking systems were compared for a number of key indicators.

Одной из важнейших задач, стоящих перед российской банковской системой на современном этапе развития, является повышение ее конкурентоспособности. Высокая изменчивость условий ведения бизнеса, особенно ярко проявляет себя в практической деятельности российских банков. Таким образом, способность банковских информационных систем эффективно изменяться становится чрезвычайно важной.

Изменчивость условий ведения бизнеса в первую очередь проявляется через увеличение спектра услуг, предоставляемых клиентам, повышение требований предъявляемых к качеству этих услуг, а так же рост объема банковских операций.

Для того чтобы противостоять изменчивым условиям финансовых рынков, необходимо проводить автоматизацию банковских операций.

Универсальной системой автоматизации банковской деятельности, применяемой на протяжении многих лет, выступает интегрированная банковская система (ИБС) «БИСквит».

Система обеспечивает:

- поддержку сложных, нестандартных технологий и индивидуальных требований банка;
- ведение операций в реальном масштабе времени;
- организацию работы удалённых отделений в режиме online;
- оперативное обеспечение интенсивного развития бизнеса при введении новых банковских продуктов;
- устойчивую работу при резком увеличении количества клиентов и операций;
- надежную и эффективную обработку большого объема документооборота;

- организацию эффективного и надежного контроля доступа к финансовой и нефинансовой информации [1].

Функциональная полнота системы позволяет автоматизировать множество операций коммерческого банка.

Единая технология позволяет автоматически отражать операцию, выполняемую в любом модуле, в единой базе данных и использовать ее результаты во всех остальных модулях.

Архитектура системы представляет собой набор функциональных модулей, работающих с единой логической базой данных и объединенных вокруг единого ядра.

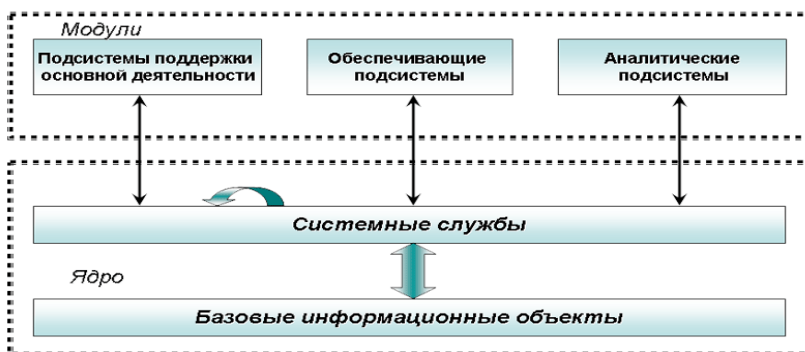


Рис. 1 – Общая архитектура системы «БИСквит»

Рабочий «БИСквит» состоит из двух модулей: базового модуля и модуля розничных услуг. Такие основные операции, как открытие и закрытие счетов, закрытие и выдача кредитов и пр. проводятся в модуле розничных услуг.

Интегрированная система «БИСквит» применяется в основном крупными многофилиальными банками такими как, например, «ВТБ» и «Россельхозбанк».

Внедрение ИБС позволяет использовать весь имеющийся в банке парк компьютерной техники в терминальном режиме без проведения модернизации, тем самым сэкономив значительные средства.

Для выявления преимуществ и недостатков рассматриваемой нами системы «БИСквит» необходимо сравнить её характеристики с характеристиками других интегрированных сбанковских систем. Для проведения сравнительного анализа были выбраны системы «RS-Bank» и «Новая Афина».

Таблица 1 – Сравнение ИБС «БИСквит» по основным критериям

Критерии сравнения	ИБС RS-Bank	ИБС «БИСК-ВИТ»	Система «Новая Афина»
Надежность	гарантирует надежность и абсолютную контролируемость и сохранность данных в системе	обеспечивает сохранность информации, ее целостность и взаимосогласованность, автоматическое восстановление данных	гарантирует сохранность данных
Безопасность (разграничение доступа)	электронная подпись и разграничение прав доступа	только разграничение доступа	только электронная подпись
Интеграция с другими системами	взаимодействует не только с программными приложениями компании R-StyleSoftlab, но и с продуктами других разработчиков	взаимодействие с другими системами осуществляется только на уровне модулей	взаимодействие с другими системами осуществляется на уровне подсистем
Работа в режиме online	отсутствует возможность работы в режиме online	организация работы удалённых отделений в режиме online	взаимодействие на уровне Oracle
Функциональность	широкий функционал в описании системы	менее широкий спектр функций	широкий функционал в описании системы

Основываясь на данных таблицы 1 и результатах проведенного анализа можно сформулировать основные преимущества системы «БИСквит». В первую очередь к преимуществам системы относятся высокая степень надежности, возможность организации работы удаленных подразделений в режиме online, устойчивая работа при резком увеличении количества клиентов и операций, организация эффективного и надежного контроля доступа к финансовой и нефинансовой информации, а так же успешный опыт эксплуатации в кредитных организациях любой организационной структуры. К недостаткам системы следует отнести менее широкий спектр функций по сравнению с другими ИБС, а так же

возможность взаимодействия с другими системами только на уровне модулей.

В заключение отметим, что при выборе банковской интегрированной системы и ее программно-аппаратной платформы полезна здравая доля консерватизма. Система «БИСквит» является современным и в то же время уже испытанным решением. Можно утверждать, что для банка, использующего «БИСквит», в существенной степени реализуется принцип защиты инвестиций:

- в программные средства (модульность, открытость, наращиваемость);
- в оборудование;
- в финансовую информацию (обеспечение переноса информации в систему и ее новые версии);
- в персонал банка (простота освоения базовых понятий, преемственность версий).

Литература:

1. Информационный сайт компании «Банковские информационные системы» [Электронный ресурс]/ URL: https://bis.ru/Products/modules_index.php (дата обращения 10.11.2020);
2. Краткая характеристика ИБС «БИСквит» [Электронный ресурс]/ URL: <https://promouvelka.ru/programma-biskvit-dlya-banka-obuchenie-kratkoe-opisanie-ibs/> (дата обращения 10.11.2020)

РАЗРАБОТКА СЕРВИСА ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО OUTDOOR ТУРИЗМА РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЯ)

А.И. Карнаева, Е.В. Драгунова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, alexkarnaeva@mail.ru**

В данной статье рассматривается актуальность внутреннего туризма России, предложено создание сервиса для поиска и выбора места поездки, приведено описание аналогичных сервисов и описана архитектура создаваемого сервиса на примере туризма республики Алтай.

This article examines the relevance of domestic tourism in Russia, proposes the creation of a service for finding and choosing a place of travel, provides a description of similar services and describes the architecture of the service being created on the example of tourism in the Altai Republic.

На сегодняшний день туризм внутри России набирает всё большую популярность. Этому способствуют как федеральные программы по раз-

витию туризма отдельных регионов, так и мировой опыт 2020-го года, когда в период пандемии границы других стран оказались закрытыми для любителей путешествий. Несомненно, после снятия всех ограничений по въезду и выезду из других стран ожидается падение спроса на внутренний отдых, но, по сравнению с предыдущими годами, спрос всё же будет выше. Это объясняется в первую очередь тем, что именно в период пандемии многие жители нашей страны впервые побывали в других регионах и пришли к выводу что и в нашей стране есть красивые туристические места, в которые они готовы вернуться снова. Этому свидетельствуют различные публикации в социальных сетях, видео крупных блоггеров и блоггеров-путешественников, которые в период с мая по октябрь 2020 года публиковали свой туристический опыт внутри страны.

Для облегчения процесса поиска и выбора места поездки, предлагается разработать сервис (в виде приложения для смартфона, либо же в виде сайта), который будет аккумулировать в себе информацию о всех туристических местах и маршрутах для самостоятельного изучения природы выбранного региона, а также предоставлять в одном месте предложения различных туров. Также в перспективе добавление раздела с авторскими нерегулярными туристическими походами по определенным маршрутам и в определенные даты с возможностью записи и бронирования места в группе.

Для примера, «испытуемым» регионом для разработки сервиса, был выбран Алтай. Данная республика включает в себя весь спектр туристического отдыха – в ней есть как горы, ледники, так и озёра с горными реками; как бюджетный туризм, так и премиум; как «цивилизованный» отдых в отелях и гостиницах со всеми удобствами, так и отдых «в дикарях» на природе с палатками. Вдобавок ко всему, при сравнении трёх наиболее популярных туристических направлений схожего типа, при помощи сервиса Google Trends, было выявлено, что в летний и ранний осенний периоды республика Алтай занимала лидирующую позицию [1]. Для наглядности на рисунке 1 представлен график сравнения популярности данных туристических направлений, на котором числа по оси у обозначают уровень интереса к теме по отношению к наиболее высокому показателю в таблице для определенного региона и периода времени, 100 баллов означают наивысший уровень популярности запроса.



Рис. 1 – График сравнения популярности поисковых запросов по трём туристическим направлениям (Алтай, Карелия, Байкал)

Среди аналогов создаваемого сервиса можно выделить три сервиса – Мобильные приложения Алтай Today, ViewRanger, и сайт Алтай Поход. Среди них наиболее близкий к создаваемому сервису - Алтай Today. Оставшиеся же два сервиса обладают характеристиками, которые можно было бы включить в создаваемый сервис. Описания аналогичных сервисов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Описание аналогичных сервисов

Название	Тип сервиса	Возможности
Алтай Today [3]	Мобильное приложение (iOS, Android)	<i>Справочник:</i> сбор информации о всех природных достопримечательностях, услугах, базах отдыха, активных турах. <i>Карта:</i> уникальный дизайн карты позволят найти необходимые заведения, маршруты, интересные места с
		невероятными видами и всю инфраструктуру. <i>Взаимодействие:</i> бронирование гостиниц, трансфера, заказ активных туров.
Алтай Поход [2]	Веб-сайт	Возможность бронирования авторских походов по различным тематикам – Зимние туры, альпинизм, походы, автомобильные туры, походы с детьми, конные походы, сплавы по горным рекам. Также есть возможность заказа индивидуального тура. На сайте помимо представлена полезная информация о том, какое снаряжение нужно взять в различные типы походов, и правила безопасности в походе
ViewRanger [4]	Мобильное приложение (iOS, Android)	Тысячи вдохновляющих маршрутных справочников, детализированные топографические карты и навигация. Приложение прекрасно подходит как для исследования дикой местности, так и для коротких вылазок на природу. Возможность подписываться на друзей и де-

Название	Тип сервиса	Возможности
		литься с ними маршрутами. При премиум подписке доступна дополненная реальность, позволяющая с помощью наведения камеры устройства, определять вершины, места и другие точки пейзажа.

Так как основной задачей сервиса является предложение туристических походов на основе посредничества между фирмами-организаторами походов/туров с конечными потребителями – путешественниками, то и основным разделом будет считаться раздел с карточками актуальных туров. В качестве дополнительных, второстепенных разделов будут добавлены разделы с описанием туристических маршрутов – данный раздел подойдёт для тех, кто не хочет идти с фирмой и большой группой, а хочет самостоятельно посетить красивые и интересные места, - и карта, с возможностью добавления на неё меток с понравившимися местами и отзывами на уже существующие метки популярных мест.

В качестве описания архитектуры приложения на рисунке 2 изображено наглядное представление основных разделов сервиса.



Рис. 2 – Архитектура мобильного приложения

Литература:

1. Google Trends. Узнайте что ищут пользователи со всего мира [Электронный ресурс] URL: <https://trends.google.ru/trends/> (дата обращения: 27.10.2020)
2. Алтай Поход. Авторские маршруты [Электронный ресурс] URL: <https://www.altai-rohod.ru/> (дата обращения: 27.10.2020)
3. Алтай Today. Мобильный гид-справочник по Горному Алтаю [Электронный ресурс] URL: <https://altay.traveler.today/> (дата обращения: 27.10.2020)
4. ViewRanger. Планируйте, составляйте маршруты и делитесь ими с друзьями [Электронный ресурс] URL: <https://www.viewranger.com/> (дата обращения: 27.10.2020)

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В БУХГАЛТЕРСКОМ ДЕЛЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОГНОЗЫ

О.О. Коваль, А.В. Цикалова, О.С. Межова
Сибирский Институт Управления (филиал РАНХиГС),
г. Новосибирск, olga8kova18@icloud.com, Tsikalova28@mail.ru

В статье разобрана проблема ухода с рынка труда профессии бухгалтера в связи с заменой бухгалтеров искусственным интеллектом. Особое внимание уделено анализу нынешнего состояния кадрового рынка данной профессий в России. В качестве вывода были рассмотрены перспективы и сделан прогноз о профессии бухгалтера в будущем.

The article considers the problem of the accountant profession exit from the labour market due to replacing of accountants by artificial intelligence. Special attention is paid to the analysis of the current state of the personnel market of this profession in Russia. As a conclusion, we considered the prospects and made a forecast about the accountant profession the future.

Для организации и эффективной обработки больших массивов данных в экономике используют информационные системы (ИС). Одним из подвидов ИС является бухгалтерская информационная система (БИС), которая необходима для упрощения работы бухгалтеров и более эффективного использования информации. Постоянно появляются новые технологии и на данный момент происходит активное внедрение искусственного интеллекта (ИИ) в эту сферу. ИИ начинает составлять серьезную конкуренцию работникам интеллектуального труда. И многие специалисты предрекают будущее, в котором ИИ сможет полностью заменить бухгалтера. Поэтому в этой статье разберем, в каком состоянии

кадровый рынок бухгалтерских профессий сегодня, чего ждать бухгалтерам и правда ли что скоро ИИ заменит человека. На данный момент финансовый сектор – это система экономики, в которой главной тенденцией является уменьшение числа людей-посредников и замещение их интеллектуальными автоматизированными системами. Именно поэтому, многие профессии финансового сектора (бухгалтер в том числе) попадают в число профессий-пенсионеров и постепенно уходят с рынка труда [1]. Но в тоже время профессия бухгалтер относится к массовым профессиям [2]. Возможно ли, что профессия, которая существует около 600 лет, исчезнет полностью?

Ниже приведены официальные статистические данные динамики профессии бухгалтера на российском рынке труда (Таблица 1) [2]. По этим данным можно сделать вывод о том, что количество работников этой профессии за последние 20 лет значительно уменьшилось (в 2015 году на 25% по сравнению с 2000 годом).

Таблица 1 - Динамика профессии бухгалтера

	2000	2005	2010	2015
Бухгалтер (%)	2,32	2,08	1,83	1,57
Занятые в экономике России (тыс. чел.)	65 070,4	68 339	69 933,7	72 323,6
Количество бухгалтеров (тыс. чел.)	1 509,63	1 421,45	1 279,79	1 135,48

На нынешнюю ситуацию в стране сильно повлиял корона-кризис. Коронавирус сильно встряхнул рынок труда, а данные выше не показывают ситуации на сегодняшний день. Поэтому ниже представлены таблицы актуальной статистики кадрового рынка бухгалтерских и финансовых профессий Москвы (Таблица 2) и Новосибирска (Таблица 3) на сентябрь 2020 года [3].

Таблица 2 - Кадровый рынок бухгалтерских и финансовых профессий Москвы в сентябре 2020 года

	Количество вакансий	Количество резюме	Уровень конкуренции	Диапазон зарплаты
Бухгалтер	2 890	27 000	9 человек на место	50-75 тыс. руб.
Заместитель главбуха	212	2 945	14 человек на место	100 тыс. руб.
Главный бухгалтер	1 037	8 810	8 человек на место	120 тыс. руб.
Финансовый директор	114	3 393	30 человек на место	220 тыс. руб.

Таблица 3 - Кадровый рынок бухгалтерских и финансовых профессий Новосибирска в сентябре 2020 года

	Количество вакансий	Количество резюме	Уровень конкуренции	Диапазон зарплаты
Бухгалтер	763	7 563	10 человек на место	25-35 тыс. руб.
Заместитель главбуха	60	1 549	26 человек на место	45 тыс. руб.
Главный бухгалтер	659	2 128	4 человека на место	50-60 тыс. руб.
Финансовый директор	25	1 216	49 человек на место	110 тыс. руб.

Из этих данных мы можем сделать вывод, что конкуренция на рынке высокая, самая большая конкуренция сейчас среди руководящих должностей. Эти показатели во многом связаны с кризисом. Собственники бизнеса стремятся экономить и берут часть обязанностей руководящего состава на себя. Но даже рядовым бухгалтером сейчас устроится не просто – огромная конкуренция. Чтобы выиграть в такой гонке нужно иметь конкурентное преимущество. Ситуация на рынке труда непростая и перспективы не утешительные. Специалисты сходятся на мнении, что в 2021 году произойдет сокращение количества вакансий (примерно на 7%), увеличится уровень конкуренции. Снизится заработанная плата на 5-10 % в целом по профессии. В некоторых регионах и сферах бизнеса возможно снижение до 20-30% [3].

Важные изменения, которые необходимо учитывать специалисту – это интенсивное развитие технологий и автоматизация бизнес-процессов.

Здесь и возникает вопрос, заменит ли ИИ бухгалтеров. Однозначного ответа на этот вопрос нет, но попытаемся разобраться в сложившейся ситуации.

Искусственный интеллект (ИИ) – способность систем корректно интерпретировать данные, обучаться на них и использовать полученные знания для достижения целей. Основная цель использования ИИ в любой сфере социальной жизни – усиление возможностей человека (повышение его эффективности). ИИ экономит время сотрудников и выполняет рутинные механические задачи. Например, на данный момент уже есть: учетные программы «1С», ускоряющие внесение и обработку данных; программы для распознавания и ввода первичных данных; электронный документооборот; сервисы для автоматического формирования и отправки отчетности в контролирующие органы; электрон-

ный архив документов; интеллектуальные помощники, встроенные в учетные программы и ориентированные на руководителя.

По оценкам экспертов, сейчас можно автоматизировать только 30-40% операций, которые делают бухгалтера.

Роль бухгалтера сейчас – как человека-аналитика, который понимает, где у него узкие места в процессе, как их можно оптимизировать. ИИ здесь следует рассматривать как отличного помощника для бухгалтера, способного изменить его роль в системе управления компанией. Он полностью не заменит работу человека, потому что в работе требуется принимать важные и стратегические решения, которые влияют на бизнес в целом.

Поэтому бояться автоматизации не стоит, это может быть не концом профессии бухгалтера, а толчком к развитию. Роботы и компьютерные программы заменяют не людей, а процессы. Поэтому говорить о том, что профессия исчезнет полностью пока нельзя. Но она изменится и будет требовать от специалистов новых навыков и умений - произойдет модернизация профессии в бухгалтера будущего.

Бухгалтер будущего – это финансовый архитектор, ИТ-интегратор, соединяющий в единую систему людей и программы, тонкие человеческие коммуникации и цифровые настройки.

В следующем десятилетии успешная карьера для бухгалтера будет невозможна без изучения и понимания ИТ-технологий. Современный бухгалтер должен говорить с ИТ-специалистами на одном языке, хорошо ориентироваться в технологиях, ИТ-инструментарии.

Бухгалтерия будущего – гибридная бухгалтерия, которая будет состоять не только из специалистов по финансам, но и из ИТ-сотрудников. Специалисты советуют развивать в себе те навыки, которые невозможно автоматизировать. Например, коммуникативные навыки, креативность и другие способности, связанные с работой человеческого сознания. В заключение, хочется сказать, что пока ИИ не может заменить человека. Поэтому не стоит его бояться, лучше активно применять новое в своей работе для избавления от рутинной механической работы. А освободившиеся ресурсы направить на решение более важных задач компании. Например, сокращение издержек и увеличение прибыли.

Литература:

1. Атлас новых профессий / А.С. Никитин, А.В. Шаронов, Г.С. Никитин, А.Е. Репик // Агентство Стратегических Инициатив и Московская школа управления Сколково. – 2015. – № 2. – С. 264-265.

2. Профессии на российском рынке труда: аналит. докл. НИУ ВШЭ [Электронный ресурс] / отв. ред. Н. Т. Вишневецкая ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — С. 58-61 — URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/kd714ks118/direct/205016549> (дата обращения: 21.10.2020).

3. Статистика зарплат в России [Электронный ресурс] — URL: <https://www.trud.com/novosibirsk/salary/872/3424.html> (дата обращения: 20.10.2020).

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНЫХ ПУТЕЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Л.А.Козлова, А.М.Каширина

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, kozlova.2020@stud.nstu.ru

Развитие информационных технологий в каждом регионе – главная задача на протяжении последних семи лет. Ежегодно власти выделяют средства на реализацию различных проектов по цифровизации страны. Но этого может быть не достаточно, ведь цифровой разрыв может быть преодолен не только за счет ресурсной накачки региона, но и с помощью целенаправленных стратегических действий. Каждый регион может и должен стремиться к максимальному развитию цифровой жизни для получения важных эффектов:

The development of information technologies in each region has been the main task over the past seven years. Every year, the authorities allocate funds for the implementation of various projects on digitalization of the country. But this may not be enough, because the digital divide can be bridged not only by pumping resources into the region, but also through targeted strategic actions. Each region can and should strive to maximize the development of digital life in order to achieve important effects:

В современном мире цифровизация всех областей жизни становится одним из основных направлений развития для стран, которые хотят обеспечить себе устойчивое положение в постоянно меняющемся мире. В настоящее время в России с 2018 года принята национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [1]. В результате реализации данной программы:

- интернет должен стать доступным для всех и каждого,
- крупнейшие города будут покрыты связью 5G,
- вся информация граждан, бизнеса и государства будет под защитой,
- эффективность основных отраслей экономики будет повышаться за счет внедрения новых технологий,
- будут готовиться кадры будущего с учетом сквозной цифровизации,

- увеличатся инвестиции в новые сферы, повысив долю затрат на развитие цифровой экономики в ВВП в три раза [2,4,5].

Но пандемия 2020 года очень наглядно показала, насколько отличается доступ к цифровым услугам и их востребованность в различных регионах. Так что, говоря о цифровизации страны, нужно рассматривать все её регионы. И очень важно понимание относительного прогресса регионов в области цифровизации экономической и социальной жизни как для оценки текущей ситуации, так и для разработки программ дальнейшего развития, построения реалистичных планов на будущее. Важна не только первичная цифровизация и доступ в интернет, но и вторичная цифровизация: разработка технологий и приложений, которые использовали бы люди, бизнес, административные и общественные организации для достижения нового качества экономической и социальной жизни.

Исследование «Цифровая жизнь Российских регионов 2020» [3], проведенное в 2020 году институтом «Сколково» говорит о существовании цифрового разрыва между регионами, о разнице в уровне их технологических возможностей. Объективная оценка ситуации, возможность сравнения с регионами-лидерами может помочь в понимании проблемы и выработке стратегии преодоления цифрового разрыва. Объектом исследования стали два города Кемеровской области – Кемерово и Новокузнецк, занимающие 30 и 31 позиции в рейтинге городов по соотношению спроса и предложения по измерениям цифровой жизни. Модель «цифровой жизни» включает семь измерений: транспорт, финансы, торговля, здравоохранение, образование, медиа, государственное управление. По каждому из них отдельно оцениваются спрос и предложение. Данные индексы представлены в таблице 1 [3].

Таблица 1- Индексы цифровой жизни

Город	Транспорт предл.	Транспорт спрос	Финансы предл.	Финансы спрос	Торговля предл.	Торговля спрос	Здравоохранение предл.	Здравоохранение спрос	Образование предл.	Образование спрос	СМИ предл.	СМИ спрос	Администрация предл.	Администрация спрос	Итого спрос	Итого предл.	Итого
Новосибирск	1,00	0,44	0,43	0,24	0,54	0,44	1,00	0,58	0,48	0,58	0,17	0,36	0,75	0,47	0,44	0,62	0,53
Кемерово	0,50	0,69	0,44	0,12	0,61	0,24	1,00	0,36	0,67	0,37	0,24	0,17	0,00	0,37	0,33	0,49	0,41
Новокузнецк	1,00	0,64	0,37	0,09	0,52	0,14	1,00	0,24	0,00	0,18		0,12	0,50		0,24	0,57	0,40

Также в таблице дана информация для сравнения данных городов с одним из городов-лидеров, занимающим 3 позицию – Новосибирском.

Разница в цифровом предложении между областными столицами не так велика, как разрыв в цифровом спросе, что вносит существенно больший вклад в общий цифровой разрыв между регионами. Причина, скорее всего, лежит в области цифровых навыков и компетенциях населения. Например, цифровой спрос превышает предложение в Кемерово только по направлению «транспорт».

К настоящему времени в Кемеровской области выпущена программа «Информационное общество Кузбасса» (2014-2024 г.) [6], а в Новосибирской области работают по государственной программе «Цифровая трансформация Новосибирской области» [7,8].

Изучив данные программы, было замечено, что Новосибирская область имеет высокий уровень развития базовой технологической инфраструктуры, необходимой для функционирования всех региональных информационных ресурсов. Также на данный момент в регионе сформирована соответствующая базовая инфраструктура.

В то же время в Кемеровском регионе плохо развит человеческий капитал: количество специалистов в области информационно-коммуникационных технологий, выпускаемых высшими учебными заведениями Кемеровской области, – 4,5 специалиста на 10000 человек населения, в исполнительных органах государственной власти и местного самоуправления затруднен процесс укомплектования ИТ-специалистами. Стоит отметить, что Кемеровская область вошла в число пилотных регионов-участников федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» национальной программы «Цифровая экономика РФ», и уже в ноябре 2020 года региональные власти планируют начать бесплатное онлайн-обучение жителей региона по наиболее востребованным направлениям в сфере цифровизации (обязательным условием является наличие законченного среднего или высшего образования).

Можно сделать вывод, что для дальнейшей успешной цифровизации Кемеровской области необходимо:

1. Развивать цифровой спрос, формировать навыки и компетенции у населения в области эффективного использования цифровых платформ и систем.

2. В свою очередь развитие цифровых компетенций, безусловно, требует общего повышения качества человеческого капитала в регионе, создания в нем плодотворной творческой инновационной среды.

3. Помимо формирования спроса требуется уделять внимание и вопросам создания цифрового предложения. Желательно создавать не разовые проекты, а большое количество экспериментов, предлагающих потребителям различные бизнес-модели. Ведущие предприятия региона из «традиционной» отрасли должны стать квалифицированными заказ-

чиками цифровых систем, создавая возможности для разработки продуктов.

Литература:

1. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/info/35568/> (дата обращения: 14.11.2020).

2. Национальный проект Цифровая экономика [Электронный ресурс]. – URL: <https://futureussia.gov.ru/cifrovaya-ekonomika> (дата обращения: 14.11.2020).

3. Цифровая жизнь Российских регионов 2020. [Электронный ресурс] / Институт исследований развивающихся рынков бизнес-школы СКОЛКОВО. -URL: <https://iems.skolkovo.ru/en/iems/publications/research-reports> (дата обращения 13.11.2020).

4. О национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: <https://digital.ac.gov.ru/about/> (дата обращения: 14.11.2020).

5. Национальная программа Цифровая экономика Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Национальная_программа_Цифровая_экономика_Российской_Федерации (дата обращения: 14.11.2020).

6. Государственная программа Кемеровской области - Кузбасса "Информационное общество Кузбасса" на 2014 - 2024 годы [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/412805893> (дата обращения: 13.11.2020).

7. Об утверждении государственной программы Новосибирской области «Цифровая трансформация Новосибирской области» [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/465734574> (дата обращения: 13.11.2020).

8. Каширина А. М. Развитие информационного общества : учеб. пособие. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2019.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЛОЯЛЬНОЙ АУДИТОРИИ

Е.Б. Михеева, А.В. Дорофеева

**Новосибирский Государственный Технический Университет,
г. Новосибирск, elisaveta20149@yandex.ru**

Создание лояльной аудитории обеспечивает рост продаж и выручки практически в любом бизнесе. На данный момент для ряда бизнесов характерно превышение расходов на привлечение клиента над прибылью от первой сделки, т.е. первая сделка убыточна. В таком случае компания может выжить, если создаст лояльную аудиторию, которая будет осуществлять повторные покупки. E-mail маркетинг один из действенных инструментов в создании лояльной аудитории.

Creating a loyal audience ensures sales and revenue growth in almost any business. One part of businesses are characterized by exceeding the cost of attracting a client over the profit from the first transaction, i.e. the first transaction is unprofitable. In this case, the company can survive if it creates a loyal audience that will make repeated purchases. E-mail marketing is one of the most effective tools in creating a loyal audience.

На данный момент для бизнеса существует множество актуальных маркетинговых каналов и современных инструментов продвижения. На фоне растущей популярности мессенджеров для продвижения бизнеса и чат ботов для общения с потенциальными клиентами e-mail маркетинг у маркетологов незаслуженно отошел на второй план и на данный момент является недооцененным инструментом продвижения, хотя ранее e-mail маркетинг показал свою эффективность для удержания аудитории.

E-mail маркетинг – это комплекс инструментов и подходов, которые нацелены на продуманную коммуникацию с потенциальными и существующими клиентами. Это не спам или просто рассылка информации и рекламы, e-mail маркетинг предполагает комплексную работу с целевой аудиторией, основанную на понимании сегментов целевой аудитории, их потребности и выстраивании полезного контент плана. Грамотная работа с сегментами целевой аудитории и эффективное планирование контента позволяет выработать лояльность у действующих и потенциальных клиентов.

Особенность e-mail маркетинга такова, что он требует большой пользовательской базы, что в свою очередь, служит большей репрезентативности и достоверности результатов последующего анализа данных. Именно поэтому данный инструмент характеризуется достаточно высокой степенью измеримости, что позволяет маркетоло-

гам лучше понимать поведение целевой аудитории, анализировать причины и последствия принимаемых пользователями решений.

Задачи, которые решает e-mail маркетинг:

- собрать целевую аудиторию, так как оставляя свой адрес и соглашаясь на рассылку Вы не теряете клиента, а сохраняете его в своей e-mail базе;
- вызвать доверие у потенциального клиента, т.к. ряд писем с полезной информацией, позволяет клиенту лучше познакомиться с компанией и снимает ряд возражений, которые возможны при первичном контакте с компанией;
- наладить обратную связь с клиентом (анкетирование, тесты в письмах);
- проинформировать, т.к. с помощью писем с полезной информацией потенциальные клиенты получают знания, на основе которых будут приниматься решения;
- прорекламировать рассылкой свой товар или услугу;
- повысить количество повторных и предварительных заказов.

Таким образом, e-mail рассылка способна помочь в формировании лояльной аудитории.

Для выполнения вышеперечисленных задач выделяют следующие виды e-mail рассылок:

- информационные рассылки, которые позволяют предоставить подписчику полезную информацию;
- коммерческие рассылки, которые рекламируют товар или услугу;
- новостные рассылки помогают познакомить подписчика с новостями компании, рассказать о новинках;
- транзакционные рассылки помогают удержать подписчика в базе действующих клиентов, а именно предлагают продолжить регистрацию, продлить услугу, попробовать новый товар, восстановить доступ и помогают удержать клиента в сервисе;
- триггерные рассылки служат для того, чтобы вызвать или подогреть интерес пользователя, возвращают на сайт согласно заданному вами сценарию взаимоотношений.

Одним из важнейших показателей в e-mail маркетинге, по которому оценивается эффективность e-mail стратегии, является коэффициент конверсий.

$$\text{Коэффициент конверсий} = \frac{\text{количество заказов}}{\text{количество открытых письма}}$$

Коэффициент конверсий показывает, какой процент подписчиков прочитавших письмо, сделал заказ.

Размер данного показателя зависит от понимания целевой аудитории бизнеса, ее сегментации и контент-плана, основанного на знании целевой аудитории.

Чтобы увеличить эффективность e-mail маркетинга, нужно разрабатывать долгосрочную e-mail стратегию, ставить четкие измеримые цели, осуществлять план их достижения, тестировать идеи, анализировать отдачу от рассылок и снова совершенствовать контент-план. Такой подход позволит сформировать и удержать базу лояльных подписчиков, которая постепенно станет базой постоянных клиентов, являющихся опорой бизнеса.

Литература:

1. Ефимов А. E-mail маркетинг для интернет-магазина. Инструкция по внедрению. – М.: СилаУма Литагент, 2015 – 280 с.
2. Александров В. Стратегия e-mail маркетинга. Эффективные рассылки для Вашего бизнеса. – М. Манн, Иванов, Фербер, 2018 – 295 с.
3. Броди Я. Продающие рассылки. Повышаем продажи, используя e-mail маркетинг. Пер. с англ. И. Байдюк – М.: Манн, Иванов, Фербер. 208 с.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА «ВЫЯВЛЕНИЕ УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ СТУДЕНТОВ»¹

А.С. Пихтарёва, Е.В. Драгунова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Россия Aleksandrapihartareva@gmail.com**

В статье представлено описание работы проектной группы, решающей задачу выявления критических тенденций цифровой зависимости студентов и разработки мероприятий цифрового детокса, которые можно включить в образовательный процесс в Вузах.

The article presents a description of the project group work, which solves the problem of identifying critical trends in students' digital addiction and the develop-

¹Состав проектной группы: Голованова С.В., Данилова А.В., Пашаева Р.А., Соколова А.С., Чинарова А.Э., Передерова М.Е., Сидельникова А.О., Ульянов А.Н., Байрамов Р.Р., Карнаева А.И., Черепанов Д.В., Терехова Д.Р., Пихтарева А.С.

ment of digital detox activities that can be included in the educational process in universities.

О цифровой зависимости (виртуально-технологических аддикциях) в разных источниках пишут по-разному, однако в большей степени она связана с Интернет-зависимостью и включает такие составляющие, как зависимость от гаджетов, социальных сетей, мессенджеров и компьютерных игр [1-8]. Приходя в Вуз абитуриенты попадают в другую среду, получают дополнительные возможности и довольно значительная часть этих возможностей предоставляется в цифровом формате, т.е. теоретически, если на «входе» первого курса есть склонность к цифровой зависимости вряд ли она уменьшится без дополнительного вмешательства по мере обучения в бакалавриате/магистратуре. На наш взгляд, данная проблема в высших учебных заведениях пока не рассматривается как приоритетная или актуальная и требующая разработки определённых адаптационных мер. Именно поэтому мы приняли участие в проекте «Выявление уровня цифровой зависимости студентов», фрагмент паспорта которого представлен на рисунке 1. В результате наукометрического анализа (реализация первой задачи) нам удалось установить наиболее перспективные области исследований (рис.2) и выяснить, что данная проблема действительно является многогранной и из года в год всё более цитируемой. Финансированием исследований активно занимаются такие страны как США, Великобритания, Испания, Австралия, Германия и т.д. В ряде стран, например, Китае – это уже официально зарегистрированная болезнь

2020-09-25 — 2020-10-20	Анализ и выявление наиболее перспективных областей в рамках информационного поля (направления: цифровая диета, профотбор и оценка кадров, стартапы)	Результаты наукометрического анализа и блогосферы (Wos, Google analytics и т.д.)
2020-10-21 — 2020-12-10	Проведение научно-аналитических исследований по выявлению критических тенденций цифровой зависимости у студентов (интернет-, мессенджер-, гаджет-, гейминг)	Результаты обработки данных онлайн анкет, фокус-групп, данных гаджетов, стат. данных, баркемп мероприятий
2020-11-10 — 2020-12-21	Анализ применимости мероприятий Digital Detox в образовательном процессе	Рекомендации по включению мероприятий в образовательный процесс и досуг студентов

Рис. 1 – Фрагмент Паспорта проекта «Выявление уровня цифровой зависимости студентов»

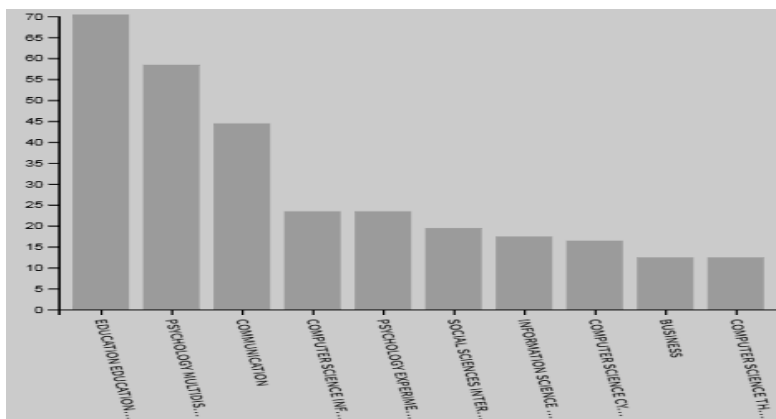


Рис. 2 – Перспективные области исследований по запросу «Digital addiction»

Одной из проблем, выявленных при реализации второго этапа, является сложность выбора информационного обеспечения для сбора и обработки разного вида информации, с одной стороны, которая была бы доступна респондентам, с другой стороны затем была бы пригодна для получения конечного результата членами проекта.

В качестве инструментов проектирования исследований, анкетирования и обзора результатов опросов в работе в итоге использованы сервис Surveyplanet и платформа Typeform. Typeform использовалась при создании опросов, включающих в себя 10 вопросов и менее. При проведении анкетирования с большим числом вопросов, использован сервис Surveyplanet. Критерии, на основе которых производится выбор сервисов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – сравнение сервисов для анкетирования

Критерии оценки	Google Forms	Monkey Survey	Oproso	So Go Survey	Surveyplanet	Typeform
Отсутствие ограничений на количество вопросов	+	+	+	+	+	-
Бесплатность сервиса	+	-	-	-	+	-
Наличие тестового режима	+	-	+	+	+	+
Возможность создания дизайна карточки опроса	-	+	-	-	-	+

Критерии оценки	Google Forms	Monkey Survey	Oproso	So Go Survey	Surveyplanet	Typeform
Возможность задать шрифт, цвет и добавить изображение	-	+	+	+	+	+
Доступность на русском языке	+	-	+	-	+	-
Наличие мобильной версии	+	-	-	-	+	-
Эргономика пользования конструктором современна	+	+	-	+	-	+
Множественность видов вопросов	+	+	+	+	+	+
Удобство выгрузки данных	-	+	+	-	+	+
Разнообразие форматов выгрузки данных	-	+	+	-	+	-

Для сбора объективных данных, касающихся количества времени, проводимого респондентами в разных приложениях, использовано несколько сервисов, таких как ActionDash и StayFree. Период сбора данных – 1 неделя, возможна выгрузка в MS Excel. Фрагмент выгрузки представлен на рисунке 3.

	Вторник	Среда	Понедельник	Общее
Телеграм	2ч 9 м	1ч	39м	7ч 36м
Галерея	48 м	23м	2м	2ч 9м
Инстаграмм	32 м	21м	10м	3ч 54м
Камера	10 м	2м		16м
VK	8 м	25м	1ч 14м	5ч 23м
2ГИС	8 м	32м	5м	1ч 15м
Яндекс	7 м	21м	14м	2ч 40м
Gmail	4 м	1м	4м	19м
Самсунг Интернет		1ч 34м		3ч 2м
WhatsApp		40м	2м	1ч 17м
YouTube		33м		3ч 19м
Viber		1м	2м	4м

Рис.3 – Фрагмент выгрузки данных за неделю с мобильного устройства (ОС Android)

На основе собранных данных, а также результатов итерационного он-лайн анкетирования и фокус-групп будет проведена кластеризация респондентов по уровню зависимости, которая будет отличаться от существующих своей многомерностью, что позволит сделать процедуру формирования рекомендаций более объективной и адресной. Большин-

ство студентов пока не входит в группу «риска», однако преподавателям будет полезна информация о предпочтениях студентов относительно обратной связи как в цифровом мире, так и офф-лайн пространстве. Включение в учебный процесс «фановых» командных спортивных мероприятий разнообразить жизнь студенческого коллектива, а научно-популярные имиджевые мероприятия позволят настроиться на познавательную деятельность не только в Интернет, но и в виде мозговых штурмов, баркемпов, пикников, научных кафе и квестов.

Литература:

1. Кочетков Н.В. Интернет-зависимость и зависимость от компьютерных игр в трудах отечественных психологов // Социальная психология и общество. Т. 11. № 1. 2020. С. 27–54. DOI:<https://doi.org/10.17759/sps.2020110103>.
2. Крайнюков С.В. Влияние современных информационных технологий на картину мира человека // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 4. С. 23–41. doi:10.17759/sps.2019100403.
3. Москвин В.А., Москвина Н.В., Шумова Н.С. Асимметрии и индивидуальные особенности студентов с проявлениями интернет-зависимости // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 4 (71). С. 347–349.
4. Greenfield D.N. Virtual Addiction: Sometimes New Technology Can Create New Problems [Электронный ресурс]. – URL: http://virtual-addiction.imageworksllc.com/wp-content/pdf/nature_internet_addiction.pdf. (дата обращения 07.09.2020).

ПРОБЛЕМЫ СДАЧИ ОТЧЕТНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СВЯЗИ С ОТСУТСТВИЕМ ЭЛЕКТРОННОЙ ЦИФРОВОЙ ПОДПИСИ И ИХ ПОСЛЕДСТВИЯ

А.С. Прозорова
Кемеровский Государственный Университет,
г. Кемерово, nastenka-prozorova@mail.ru

В условиях активного развития информационных технологий необходимо обеспечить работу предприятий в удобном формате, поэтому с 2021 года все категории бизнеса переходят на электронный вид сдачи отчетности, что является более удобным форматом сдачи отчетности, но так же несет и недостатки. Для выполнения Федерального закона от 28.11.2018 № 444-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О бухгалтерском учете"" (№ 402-ФЗ от 06.12.2011) предприятию необходимо иметь электронно-цифровую подпись,

которая имеет ту же юридическую силу, что и обычная на бумаге. Есть несколько видов электронных подписей. Они различаются по юридическому статусу и степени защиты данных. Для работы в личном кабинете налогоплательщика нужна самая защищенная - усиленная квалифицированная электронная подпись, ее необходимо приобрести предприятию и понести некоторые расходы, так же необходимо оплатить доступ в личный кабинет налогоплательщика, что является проблемой для некоторых предприятий.

In the conditions of active development of information technologies, it is necessary to ensure the operation of enterprises in a convenient format, so from 2021 all business categories will switch to electronic reporting, which is a more convenient format for submitting reports, but also has disadvantages. To comply with Federal law No. 444-FZ of 28.11.2018 "on amendments to the Federal law" on accounting "" (No. 402-FZ of 06.12.2011), an enterprise must have an electronic digital signature that has the same legal force as an ordinary one on paper. There are several types of electronic signatures. They differ in their legal status and degree of data protection. To work in the taxpayer's personal account, you need the most secure-enhanced qualified electronic signature, it must be purchased by the company and incur some expenses, and you also need to pay for access to the taxpayer's personal account, which is a problem for some businesses.

Малые предприятия – это организации и индивидуальные предприниматели, которые соответствуют утвержденным критериям законодательства. Например, чтобы считаться малым предприятием необходимо проходить по лимиту дохода, попадать в рамки по численности сотрудников, а так же попадать в рамки по доле участия других компаний в уставном капитале. Лимиты, установленные в 2020 году: доход за год не более 800 млн. руб., численность сотрудников не более 100. Для представителей малого предприятия предусмотрены льготы, их не так много, но в условиях современных реалий они существенны и необходимы для малых предприятий. Но так же льготы предоставлялись малым предприятиям и до пандемии, такие как:

1. Малые предприятия вправе не устанавливать лимит наличных денежных средств в кассе;
2. Имеют право вести упрощенный налоговый учет;
3. Освобождены от ежегодного, сплошного статистического наблюдения;
4. Вправе обратиться к региональным властям за субсидиями и инвестициями.

В условиях пандемии к данным льготам добавились еще такие льготы, как:

1. До 1 мая были приостановлены взыскания штрафов и пеней;
2. Приостановлена блокировка счетов, которая применяется для обеспечения возврата долгов;

3. С 1 апреля по 31 декабря 2021 г. действуют пониженные тарифы страховых взносов для субъектов МСП: совокупный тариф равен 15% (для выплат, превышающих МРОТ);

4. Отсрочка арендных платежей (в случае если арендодателем является государство).

Несмотря на льготы, предоставляемые государством для малых предприятий, у них возникают проблемы со сдачей отчетности в государственные контролирующие органы. Данные проблемы возникают в связи с тем, что у предприятий отсутствует электронная цифровая подпись, которая помогает предприятию сдать отчетность в электронном формате. С 2021 года все категории бизнеса обязаны перейти на электронную сдачу отчетности, что является более удобным форматом сдачи отчетности, как для предприятий, так и для контролирующих органов. Преимущества перехода на электронную сдачу отчетности:

1. Сотрудник будет экономить рабочее время, ему не нужно будет составлять отчет в бумажном виде, идти лично в контролирующие органы, либо отправлять отчет письмом;

2. Отсутствие ошибок. Для сдачи отчетности в электронном виде существуют программы, которые проверят отчет до отправки его в контролирующий орган, и предупредит об ошибках в отчете;

3. Не покидая рабочего места, работник может проверить принял ли отчет соответствующий контролирующий орган;

4. Сотрудник может посмотреть сроки сдачи и без ошибок сдать отчет вовремя;

5. Вся передаваемая информация зашифровывается специальными кодами и шифрами.

Как и в любом процессе не обойтись без недостатков, рассмотрим некоторые из них:

1. Программное обеспечение для сдачи отчетности требует вложения денежных средств, как правило, такие программы стоят от 2500 до 30000 рублей в год, в зависимости от системы налогообложения;

2. Необходимо приобрести электронную цифровую подпись, для подписи отчетности;

3. Предприятиям будет необходимо обучить сотрудников работать в программах для электронной сдачи отчетности.

В случае, если предприятие по какой – либо причине не сдаст вовремя отчет в соответствующий орган, то это может понести за собой некоторые последствия. Вне зависимости от того, электронно или лично должна быть предоставлена отчетность, за ее не сдачу будет наложен штраф на организацию. Размер штрафа регулируется каждым контролирующим органом в отдельности. Так же, за несвоевременную сдачу от-

четности на счета предприятия могут быть наложены ограничения, и счета на время разбирательств будут заблокированы, т.е. фактически деятельность предприятия будет приостановлена.

Для предотвращения данных мер предприятию необходимо нанимать на работу грамотных специалистов, которые ответственно подойдут к поставленным задачам, а так же предоставлять условия для сдачи отчетности в срок. Отсутствие электронной цифровой подписи может повлечь за собой не сдачу отчетности, ведь она является гарантом удостоверения документа. Электронная цифровая подпись является полноценной заменой рукописной подписи. Она обладает полной юридической силой согласно законодательству РФ. Для юридических лиц — это незаменимый инструмент, который позволяет наладить удобный и эффективный документооборот как внутри компании, так и с внешними контрагентами. В 2020 году еще не обязательно всем сдавать всю отчетность в электронном виде, но некоторые отчеты, все – таки уже нужно предоставлять в электронном формате, например, таким отчетом является декларация по НДС. Если у предприятия отсутствует электронная цифровая подпись, то предоставить декларацию не будет возможности, и на предприятие будет наложен штраф, и избежать этого не удастся.

Литература:

1. <http://www.consultant.ru/>
2. <https://iecp.ru/ep>
3. <https://www.glavbukh.ru/>

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

М.Б. Толысбаева, А.В. Кравченко

**Евразийский национальный университет им Л.Н. Гумилева
г. Нур-Султан, Республика Казахстан, madina.tolysbaeva@mail.ru**

В статье рассматриваются проблемы формирования цен на продовольственные товары. Приведены результаты мониторинга и анализа цен в розничных торговых точках Республики Казахстан. Изучены факторы ценообразования продовольственных товаров. Предложены пути изменения цен продовольственных товаров.

The article deals with the problems of price formation for food products. The results of monitoring and analysis of prices in retail outlets of the Republic of Kazakh-

stan are presented. Factors of food product pricing are studied. Ways to manage changes in food prices are suggested.

Изучая проблему ценообразования на продовольственные товары нами изучены основные факторы роста цен. Известно, что основой любого экономического расчета является процесс ценообразования, где основными факторами являются инфляция и покупательская способность потребителей. В связи с этим, предметом нашего исследования явились факторы роста цен на продовольственные товары в Республике Казахстан. Нами выделены следующие факторы, влияющие на рост цен продовольственных товаров: инфляция, рынок, стоимость потребительской корзины и прожиточный минимум.

Рынок продовольственных товаров Казахстана имеет свою специфическую особенность, это связано в основном с культурой питания и устоявшимися обычаями населения. Например, в Казахстане повышенным спросом пользуются продукты питания из мяса, муки и молока. Надо отметить, что многие продовольственные товары импортируются из ближних и дальних зарубежных стран [1].

Нами проведены маркетинговые исследования цен продовольственных товаров рынка Казахстана. Основное внимание было уделено на продовольственные товары повышенного спроса среди населения, перечень товаров сформирован на основе списка социально значимых продовольственных товаров [2]. Анализ показал, что цены на продовольственные товары за 2016 – 2020 годы изменились неравномерно. Изменения цен на продовольственные товары позволил выявить три группы с ярко выраженными характеристиками:

- первая группа, это товары (мука, хлеб, мясо, молоко, рожки, рис, картофель, лук, капуста, яблоки) со значительным ростом цен;
- вторая группа, товары (мясные изделия, бананы) с умеренным ростом цен;
- третья группа, товары (подсолнечное масло, гречка, яйцо, сахар) с незначительным ростом цен.

Надо констатировать, что динамика роста цен на продовольственные товары с повышенным спросом не соответствует рыночным равновесным значениям, это объясняется тем, что спрос на продовольственные товары опережает рост объема товаров. Также одним из действенных факторов роста цен является инфляция. К основным причинам появления инфляции относятся:

- рост государственных расходов, для финансирования которых государство прибегает к денежной эмиссии;
- чрезмерное расширение денежной массы за счет массового кредитования;

- монополия крупных предприятий на определение цены, особенно в сырьевых отраслях;
- монополия государства по чрезмерному управлению и регулированию цен на товары с нарушением принципа рыночного механизма;
- сокращение реального объема национального производства [5].

Как видно, все перечисленные причины присущи экономике Республики Казахстан, с другой стороны показатель инфляции это и есть результат сравнительного анализа цен товаров и услуг в совокупности потребительской корзины среднестатистического человека.

Выявлено, что уровень инфляции имеет максимумы и минимумы в рассматриваемом отрезке времени. Максимальное изменение уровня инфляции приходится на 2015 год - 13,53%. Известно, что в данном году был обвал курса тенге, который сильно повлиял на процесс роста цен, остальные годы уровень инфляции изменялся в пределах 4,9 - 8,29%.

Так же обращаем внимание на то, что в 2019 - 2020 годы было повышено значение минимальной заработной платы до 42500 тенге, что тоже способствовало росту инфляции, надо заметить, что в первой половине 2020 года темп роста инфляции опережала плановые показатели. В связи с этим перед Национальным банком Казахстана была поставлена задача удержать инфляцию в пределах 4-6%. Правительство перешло к ручному управлению регулирования цен на социально-значимые продовольственные товары [3].

Изучены влияния цен отдельных продовольственных товаров на стоимость потребительской корзины. Как было сказано выше, продовольственные товары условно разделены на три группы.

Первая группа - это товары, цены на которые растут монотонно. Можно предположить, что влияние индекса инфляции на такие товары хорошо согласуется с реальным состоянием экономики. Однако при их применении теряется связь со стоимостью потребительской корзины.

Таблица 1 - Динамика изменений факторов роста цен на продовольственные продукты

Показатели / годы	Уровень инфляции, %	Прожиточный минимум, тенге	Минимальная заработная плата, тенге	Стоимость потребительской корзины, тенге
2010	7,97	14952	14952	8220
2011	7,43	15999	15999	8800
2012	6,06	17439	17439	9500
2013	4,90	18660	18660	10250

Показатели / годы	Уровень инфляции, %	Прожиточный минимум, тенге	Минимальная заработная плата, тенге	Стоимость потребительской корзины, тенге
2014	7,54	19966	19966	11000
2015	13,53	21364	21364	11700
2016	8,29	22859	22859	12000
2017	7,22	24459	24459	13000
2018	5,43	28284	28284	15500
2019	5,43	29698	42500	16300
2020*	6,40*	32668	42500	17900*

*Примечание: цены на май месяц 2020 года. Источник: [4]

Вторая группа - это товары с ярко выраженными изменениями цены, это прежде всего овощи и фрукты, цены на которые изменяются в связи с сезонностью уборки урожая.

Третья группа - это товары, входящие в перечень социально значимых продуктов. Наличие этой составляющей приводит к тому, что рост стоимости потребительской корзины напрямую зависит от уровня спроса на рынке.

Тем не менее, приходится констатировать, что процесс инфляции оказывает сильное влияние на рост рыночных цен продовольственных товаров. На практике, прогнозирование роста цен на продовольственные товары путем регулирования инфляции, не обеспечивает желаемого результата. Поэтому анализ факторов роста цен на продовольственные товары указывает на необходимость регулирования значения прожиточного минимума. Минимальный прожиточный минимум нами рассчитан по методу М. Оршанского [5] с использованием фактических рыночных цен на продукты, входящих в потребительскую корзину.

Результаты вычислений указывают, что инфляция в пределах до 5% мало влияет на рост цен, напротив прожиточный минимум является основным фактором нестабильности цен продовольственных продуктов. Надо констатировать, что установленное правительством значение прожиточного минимума намного меньше полученного расчетного значения.

В заключении можно сказать, что в нынешних условиях цены на продовольственные продукты растут на уровне превышения предельных цен, это вызвано искусственным повышением спроса на отдельные виды продовольственных товаров. Причинами роста цен на продовольственные товары являются:

- снижение объема доставки продовольственных товаров на рынок (включая искусственное создание дефицита товаров);
- инфляция национальной валюты тенге;
- установление монополистических цен на отдельные виды продовольственных товаров;
- большое число посредников и дистрибьютеров по доставке продовольственных товаров, из-за не налаженности каналов поставок;
- неэффективная работа местных исполнительных органов по государственному регулированию цен на продовольственные товары.

Литература:

1. Слагода, В.Г. Основы экономической теории: учебное пособие для студентов образовательных учреждений профессионального образования / В.Г. Слагода.- М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2009.- 272с.
2. Об утверждении перечня социально значимых продовольственных товаров. Постановление Правительства Республики Казахстан от 1.03.2010 года (с поправкой от 27.03.2017 года № 137). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adilet.zan.kz /rus/ docs / P100000145>
3. Султанов Б. В росте цен на продукты питания виноваты акиматы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zonakz.net/2020/02/04/v-roste-cen-na-produkty-pitaniya-vinovaty-akimaty-sultanov/>
4. Электронный ресурс Национального агентства Республики Казахстан по статистике. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stat.gov.kz>
5. Orshansky M. How Poverty is measured? - Monthly Labor Review, 2009, v.92, No,2, p.37-41.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ МАОУ ЛИЦЕЙ № 13 П. КРАСНООБСК

А.А. Хан, А.М. Каширина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Khaa1352@list.ru**

Статья посвящена организации системы документооборота в образовательной организации на примере МАОУ – Лицей № 13 п. Краснообск.

The article is devoted to the organization of a document management system in an educational organization on the example of the MAOU - Lyceum No. 13, Krasnoobsk settlement

Для свободной ориентации в информационном потоке человек должен обладать информационной культурой как одной из составляющих общей культуры. Для этого необходимо, во-первых, научиться основным принципам и подходам к поиску, восприятию и обработке информации, поступающей к нему в больших объемах и по разным каналам, а, во-вторых, овладеть современными средствами, методами и технологией информационной работы [1].

Объектом данного исследования является образовательная организация МАОУ – Лицей № 13 п. Краснообск, в которой работает 133 сотрудника, из них 80 преподавателей, и обучается 1787 детей [2]. В данной организации требуется организовать систему документооборота, т.к. на данный период времени в электронном виде присутствует только около 5% всей документации, документы передаются вручную и могут не найти получателя из-за большого количества участников процесса.

Документооборот в учреждении осуществляется в виде документопотоков, циркулирующих между пунктами переработки информации (руководители, специалисты) и пунктами технической обработки документов (регистрация, копирование и тиражирование, прием, отправка, формирование дел и т.д.) [6]. Такая библиотека предполагает онлайн-доступ к документам с любого рабочего места. Правильно организованный внутренний документооборот позволит повысить эффективность бизнес-процессов за счет своевременного получения той или иной информации [3].

При внедрении электронного документооборота в школе можно столкнуться с такими проблемами, как консерватизм сотрудников и их нежелание или неумение работать с компьютером.

Для того чтобы определить, какой вариант работы с документами будет оптимальным для данной организации, потребовалось провести анализ компьютерной грамотности среди сотрудников.

Ниже показаны результаты опроса сотрудников (процент верных ответов), демонстрирующие уровень знаний табличного редактора Excel (всего вопросов: 12, всего опрошенных: 80 человек, всего баллов: 13).

Вопрос №1 – 94%; Вопрос №2 – 85,7%; Вопрос №3 – 97,1%;
 Вопрос №4 – 88,6%; Вопрос №5 – 75,7%; Вопрос №6 – 92,9%;
 Вопрос №7 – 77,1%; Вопрос №8 – 87,1%; Вопрос №9 – 70%;
 Вопрос №10 – 28,6%; Вопрос №11 – 37,1%; Вопрос №12 – 88,6%
 Средний балл составил 8,63.

Полученные результаты показали, что уровень компьютерной грамотности преподавателей школы находится на уровне «ниже среднего». Поэтому было принято решение использовать для организации документооборота табличный процессор Excel (для поиска и фильтрации документов) и облачное хранилище данных для хранения документов и последующего доступа к ним. Исходя из полученных результатов оценки уровня компьютерной грамотности, был сделан вывод, что схема организации документооборота в организации должна быть достаточно простой, максимально доступной и понятной.

После рассмотрения различных вариантов организации документооборота был составлен макет рабочей таблицы в редакторе Excel для максимально комфортного поиска информации для людей с уровнем компьютерной грамотности «ниже среднего». Для поиска были использованы автофильтры Excel: по дате выхода документа, теме, номеру, виду документа и получателю (рис. 1).

1	2	3	4	5	6
Дата	Номер документа в библиотеке	Вид документа	Назначение (для кого)	Тема	Документ
22.05.2020	1	Отчёт	Средняя школа	Успеваемость и движение	ИТЭИ 2019-2020_30.11
22.05.2020	2	Отчёт	Особая школа	Успеваемость и движение	ИТЭИ 2019-2020_3.9
28.10.2020	3	Отчёт	Начальная школа	Успеваемость и движение [1 четверть]	Отчёт за первую четверть 2020-2021_1.4
21.10.2020	10188-03/25	Письмо МО	Весь педагогический состав	Об осенних каникулах	Об осенних каникулах
20.10.2020	10134	Письмо МО	Весь педагогический состав	Дистанционное обучение	Решение МОЧОД от 20.10.2020
09.10.2020	ГД-1736/03	Письмо МП РР	Весь педагогический состав	Корректировка программ	Министерство образования от 09.10.2020 (17.36-03)
21.10.2020	52	Приказ МКУ-УО	Весь педагогический состав	Об осенних каникулах	52 от 21.10.2020 (МКУ-УО) Об осенних каникулах
06.10.2020	5/1-об	Приказ ОО	Весь педагогический состав	Спортивный клуб	ИММА от 06.10.2020_№5/1-об "О создании школьного спортивного клуба (ИСОС)
06.10.2020	4	Положение	Весь педагогический состав	Спортивный клуб	Положение в ИСОС
07.10.2020	5	Расписание	Весь педагогический состав	Спортивный клуб	Расписание работы спортивной секции ИСОС

Рис. 1 – Макет рабочей таблицы

Далее, используя гиперссылки, пользователь перенаправляется в облачное хранилище лица (в данном случае на YandexDisk) к требуемому файлу. Там он может просмотреть или скачать необходимый документ.

Данная схема была разработана для образовательного учреждения, в котором сотрудники имеют достаточно низкий уровень компьютерной грамотности. Для использования более сложных систем потребовалось

бы дополнительное обучение всего педагогического коллектива (что предполагается в перспективе).

Для актуализации информации, обновления, оцифровки и наполнения базы документов необходимо определить группу людей или конкретного пользователя, который будет осуществлять администрирование системы. В данный период времени определяется целевая аудитория организации, для которой необходимо облачное хранилище документов и создается база документов. Также проходит тестовое использование разработанной системы документооборота для экспериментальной группы преподавателей (5 человек) с целью оценки уровня удобства поиска конкретных документов. На следующем этапе планируется проведение инструктажа по использованию системы для всего педагогического состава, введение системы и оцифровка документов из архивов.

Литература:

1. Каширина А. М. Развитие информационного общества: учеб. пособие. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019.
2. Сайт МАОУ - Лицея №13 п. Краснообск [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.egymn13.ru/> (дата обращения: 27.10.2020).
3. Система внутреннего документооборота [Электронный ресурс]. – URL: <http://it-scan.ru/organizaciya-elektronnogo-dokumentooborota/sistema-vnutrennego-dokumentooborota> (дата обращения: 27.10.2020).
4. Документооборот. Требования к оформлению документации [Электронный ресурс]. – URL: <https://clubtk.ru/s/dokumentooborot-trebovaniya-k-oformleniyu-dokumentatsii> (дата обращения 28.10.2020)
5. Требования к оформлению документов [Электронный ресурс]. – URL: <https://student2.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&base=NBU&n=303793&dst=0&rnd=0.7484463803790512#024615587041887976> (Дата обращения 28.10.2020).
6. Документооборот организации [Электронный ресурс]. – URL: https://www.profiz.ru/sr/7_2005/1549/ (Дата обращения 01.11.2020)

АНАЛИЗ ТОНАЛЬНОСТИ ТЕКСТОВ, СВЯЗАННЫХ С ПРОБЛЕМОЙ ЦИФРОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ

А.Э. Чинарова, Р.А. Пашаева, Е.В. Драгунова
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Pashaeva.ren@gmail.com

В данной статье ключевое внимание уделяется вопросам определения популярности запросов и сентимент-анализу фраз, связанных с цифровой зависимостью.

This article is focused on defining popular queries and sentiment analysis of phrases related to digital addiction

На сегодняшний день блогосфера является мощнейшим инструментом для выявления отношения огромного количества пользователей информационного пространства к тому или иному явлению. Такие характеристики блогосферы, как неформальность изложения авторами собственного мнения, яркость эмоциональной окраски сообщения, связанная с отсутствием «контентной цензуры», лаконичность текстов, а также значительное разнообразие типов контента, делают её бесценным источником анализа и актуальным дополнением к онлайн тестам, опросам, фокус-группам и т.д.

В данной статье представлены результаты сентимент-анализа основных понятий, связанных с темой «цифровая зависимость», но сначала мы попытались понять, насколько вообще данная тема интересна пользователям информационного пространства и как меняется их интерес с течением времени (Таблица 1).

Таблица 1 – Анализ частоты запросов пользователей, инструмент Yandex Wordstat

Динамика популярности «Показы в месяц»		Уровень интереса к теме	Региональная популярность	Устройство, предпочитаемое для формирования запросов
максимум	минимум			
Интернет зависимость				
26489	4964	Россия - 16339 Казахстан – 3905 Беларусь - 539 Украина - 170 Чехия - 129 Болгария - 41 Китай - 41	Россия - 82% Казахстан-705% Беларусь - 104% Украина - 68% Чехия - 560% Болгария-1451% Китай - 646%	Десктопы-13780 Телефоны -7 532 Планшеты - 163

Динамика популярности «Показы в месяц»		Уровень интереса к теме	Региональная популярность	Устройство, предпочитаемое для формирования запросов
максимум	минимум			
Цифровая зависимость				
2219	386	Россия - 2762 Казахстан - 35 Чехия - 18 Беларусь - 14 Украина - 8 Нидерланды - 3 Швейцария-3 Латвия - 3	Россия - 106% Казахстан - 47% Чехия - 587% Беларусь - 20% Украина - 24% Нидерланды - 325% Швейцария-1422% Латвия - 270%	Десктопы - 2099 Телефоны - 737 Планшеты - 23
Интернет аддикция				
1412	80	Россия - 568 Казахстан - 69 Беларусь - 14 Чехия - 11 Украина - 9 Сербия - 2	Россия - 90% Казахстан - 397% Беларусь - 86% Чехия - 1 522% Украина - 115% Сербия - 3877%	Десктопы - 600 Телефоны - 71 Планшеты - 3
Цифровой детокс				
753	174	Россия - 574 Казахстан - 24 Беларусь - 16 Чехия - 4 Швеция - 3	Россия - 99% Казахстан-148% Беларусь - 105% Чехия - 593% Швеция - 627%	Десктопы - 283 Телефоны - 337 Планшеты - 9

Проблема цифровой зависимости известна уже давно и изучается в различных сферах – психологии, образовании, информатике, социальных науках – медики бьют тревогу, компьютерные фирмы и медиа-индустрия говорят о появлении человека нового поколения «Поколение digital» и не видят проблем в использовании гаджетов, интернета, виртуальных игр и мессенджеров в режиме 24/7.

Из таблицы 1 видно, что наиболее популярным термином является «Интернет зависимость», при этом абсолютное количество запросов, касающихся информации о данном контенте, в 2020 году выше по всем рассматриваемым месяцам, чем в 2019 (рис.1).

Анализируя тональность контента сообщений, представленных в Twitter, Reddit, Dailymotion, Vkontakte, Flickr, Facebook, Youtube,

Instagram было определено, что среди фраз Digital addiction, Цифровая зависимость, Digital detox, Цифровой детокс, Internet addiction, Интернет зависимость, Messenger addiction, Интернет аддикция, Виртуальная аддикция, Нетоголизм наиболее популярными являются Digital addiction, Digital detox, имеющие 674 и 630 упоминаний.

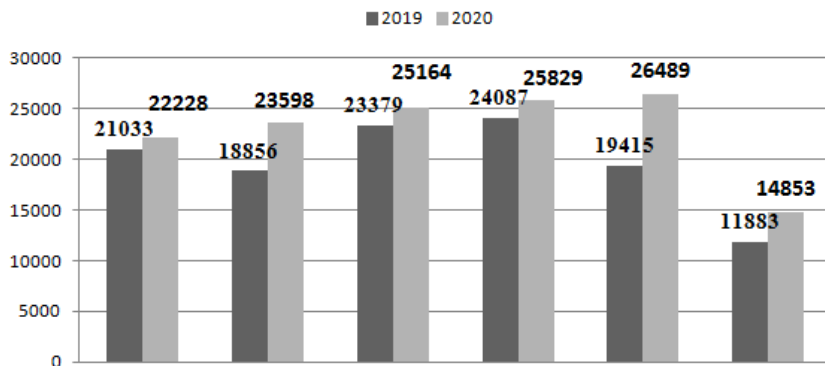


Рис. 1 – История показов по фразе «интернет зависимость», абсолютный показатель, в месяцах

В таблице 2 представлены основные результаты сентимент-анализа для данных фраз.

Таблица 2 – Результаты сентимент-анализа для фраз «Digital addiction», Digital detox»

Параметры анализа	Digital addiction	Digital detox
Analytics:		
mentions	674	630
users	439	388
Detail statistics:		
General		
Posts by Social Network	Twitter, Reddit, Flickr, VKontakte, Instagram,	Twitter, Reddit, Dailymotion, Vkontakte, Flickr
Posts by Week Day	Пн - 9%, Вт - 14%, Ср - 17%, Чт - 22%, Пт - 16%, Сб - 11%, Вс- 11%	Пн - 4%, Вт - 7%, Ср - 12%, Чт - 20%, Пт - 44%, Сб - 7%, Вс- 5%
Sentiment		
Positive	204	175
Negative	76	38
Neutral	394	417

Параметры анализа	Digital addiction	Digital detox
Types	Video 29% (youtube), Photo 30% (Flickr), Link 33% (Reddit, Vkontakte), Status 8% (Twitter)	Video 26% (Dailymotion), Photo 38% (Flickr), Link 28% (Reddit), Status 8% (Twitter)

Если фраза Digital addiction встречается примерно с одинаковой частотой в Twitter, Reddit, Dailymotion, Vkontakte, то пользователи, интересующиеся вопросами Digital detox, в основном ведут активное обсуждение Dailymotion, Vkontakte и Youtube (рисунок 2).

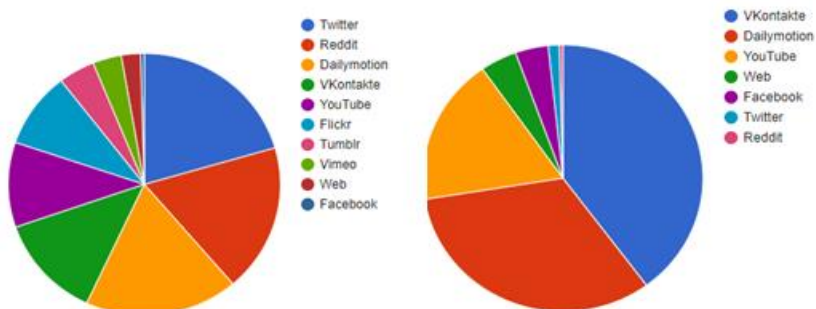


Рис. 2 – Соотношение пользователей каналов блогосферы для фраз Digital addiction, Digital Detox соответственно

Если рассматривать все изначально предложенные для анализа фразы, то количество негативных сообщений больше чем позитивных только по терминам «Виртуальная зависимость» (9 негативных на 3 позитивных), и «Интернет зависимость» (31 негативных к 12 позитивным). Интересно, что тот же самый термин, но на английском языке имеет большее количество позитивных коннотаций, чем негативных.

Литература:

1. Social Searcher [<https://www.social-searcher.com/>]
2. Yandex Wordstat [<https://wordstat.yandex.ru/>]

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ИНИЦИАТИВА КАК ОСНОВА ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА

М.Е. Шумилова, Л.Р. Юсупова, О.В. Милёхина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, yusupova.lily99@gmail.com**

В данной статье представлены результаты теоретического исследования цифровой трансформации в предпринимательской деятельности студентов. Автор дает краткую характеристику основным технологическим трендам, которые представлены в динамике с 2015-2020 год, и приводит примеры стимулирования предпринимательских инициатив у молодежи.

This article presents the results of a theoretical study of digital transformation in student entrepreneurship. The author gives a brief description of the main technological trends that are presented in dynamics from 2015-2020, and gives examples of stimulating entrepreneurial initiatives among young people.

Внедрение современных технологий в бизнес-процессы предприятия увеличивает продуктивность всех работников и удовлетворенность клиентов, а компания принимает статус передовой организации. Цифровые каналы связи, искусственный интеллект, облачное хранилище, роботизация - со всем этим мы сталкиваемся в повседневной жизни.

После изучения результатов исследования компании Gartner за период 2015-2020 годов, было выявлено восемь технологических трендов, представленных в таблице 1 [1-5].

Таблица 1 - тренды 2015-2020 года

№	Наименование	Комментарий
1	Автономные объекты	Каждый объект интернета вещей основан на искусственном интеллекте, который позволяет автоматизировать или дополнять процессы и действия, выполняемые человеком
2	Блокчейн	Позволяет участникам цепочки отслеживать движение денежных средств, а также позволяет партнерам взаимодействовать в цифровой среде и обмениваться наработками без органа контроля
3	Сервисная архитектура	Создание архитектуры, состоящей из различных «вещей» и сервисов, соединенных в гибкую сеть, связанную множеством распределенных облачных ресурсов. Возможность взаимодействия «умного» устройства с корпоративной IoT-платформой для обмена данными
4	Цифровые двойники	Моделирование корпоративных процессов для мониторинга в реальном времени для повышения эффективности. Предоставление аналитической

№	Наименование	Комментарий
		информации об организации, определяющей бизнес-возможности
5	Цифровая этика и приватность	Укрепление доверия клиентов, защита личных данных
6	Виртуальная и дополненная реальность	Комбинирование виртуальных и реальных объектов для обучения сотрудников, проектирования изделий и их визуализации, сервисного и технического обслуживания
7	Безопасность искусственного интеллекта	Выявление внешних рисков, предотвращение злонамеренного использования искусственного интеллекта в кибератаках
8	Распределенное облако	Предоставление облачных сервисов с постоянным или периодическим подключением из общедоступного облака, распределенного по разным локациям во избежание задержек в передаче данных

Многие компании и предприниматели находятся на начальной стадии к цифровой трансформации. По статистике за 2020 год показатель того, что люди внедряют цифровизацию в свои деловые процессы значительно вырос по сравнению с прошлыми годами. Также очень важно учитывать темпы по развитию цифровизации, так как нужно применять лучшие практики цифровой трансформации для развития предпринимательства в стране.

Авторами [6] была разработана концептуальная рамка цифровой трансформации. Она состоит из нескольких блоков: итерационная дорожная карта трансформации, инвестиции в цифровую трансформацию, цифровое управление, цифровое взаимодействие и видение цифровой трансформации [7].

Проанализируем более подробно элемент концептуальной рамки цифровой экономики - инвестиции в цифровую экономику, которые делятся на навыки и инициативы. Наиболее интересен блок инициативы, который рассмотрим в предпринимательской деятельности у студентов. Предпринимательская инициатива - это одна из ключевых возможностей, с помощью которого можно увеличить качество принимаемых решений и эффективность инвестиций. Также инициатива способствует достижению более широкой цели построения цифрового общества и обеспечения того, чтобы недостаток знаний и навыков не было препятствием для участия в цифровой экономике.

Ключевым направлением является обучение и реализации инициативы по использованию центров цифровой трансформации, цель кото-

рой – помочь людям овладеть навыками, необходимыми для эффективного участия молодежи в современном цифровом обществе и цифровой экономике. В рамках этой инициативы необходим обмен знаниями, а также в обеспечении доступа к современным программам. Нужно создать сообщества или институты, которые будут направлены на решение проблем, связанных с цифровой безопасностью в стране, а также защитой от кибератак. И самое главное – это повысить общее доверие населения к цифровым изменениям, лежащим в основе цифровой экономики [8].

Самое главное инициатива предполагает вовлечение предпринимателей, заинтересованных в развитии своих предприятий, а конечная цель этой инициативы заключается в обеспечении успешного процесса цифровой трансформации в общенациональном масштабе. Успех инициативы будет зависеть от сотрудничества с различными заинтересованными сторонами.

Ключевыми инициативами в предпринимательской деятельности являются:

- цифровизация деловых процессов, управление на основе данных, а также управление клиентским опытом;
- внедрение принципов клиентоцентричности и управления клиентским опытом в рамках стратегии цифровой трансформации.

Цифровое предпринимательство можно стимулировать путем создания цифровых инкубаторов, акселераторов и программ финансирования на ранних стадиях. Инкубаторы обеспечивают обучение, программы наставничества, а также предоставляется общение с коллегами, инвесторами, научно-исследовательскими институтами и известными компаниями. Акселераторы направлены на поддержку начинающих компаний, которые уже получают прибыль при переходе к быстрому росту за счет интенсивного обучения и инвестиций в акционерный капитал. Такие подходы могут сочетаться с финансовой поддержкой [9].

Таким образом, за счет обучения и стимулирования развития цифрового предпринимательства, возможно, достичь намеченных целей, а также развить цифровые компетенции для активного участия в трансформации экономики.

Литература:

1. В. Шкель. Gartner определила пиковые технологии 2015 года /High-Tech Club 2015// [Электронный ресурс] URL: <https://www.kv.by/content/339728-v-shkel-gartner-opredelila-pikovyete-khnologii-2015-goda-nazvala-desyatku-vazhneishik> (Дата обращения 11.11.2020)

2. Прогноз Gartner: ТОП-10 Технологических трендов 2016-2020 // [Электронный ресурс] URL: <https://geoline-tech.com/forecast-gartner-top-10-technological-trends/> (Дата обращения 11.11.2020)
3. Gartner назвал технологии будущего 2018 // [Электронный ресурс] URL: <https://www.iidf.ru/media/articles/trends/gartner-nazval-tehnologii-budushchego-versiya-2018-goda/> (Дата обращения 11.11.2020)
4. Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technology Trends for 2019 // [Электронный ресурс] URL: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2018-10-15-gartner-identifies-the-top-10-strategic-technology-trends-for-2019> (Дата обращения 11.11.2020)
5. Топ-10 стратегических трендов развития сферы ИТ на 2020 год по версии Gartner // [Электронный ресурс] URL: <https://www.activecloud.by/news/novosti-kompanii/2020/top-10-trendov-razvitiya-it-na-2020-god/> (Дата обращения 11.11.2020)
6. George Westerman, Didier Bonnet, Andrew McAfee. Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation// Harvard Business Review Press, 2014. – 292 p.
7. Брускин С.Н., Китова О.В. Цифровая трансформация бизнеса /статья в журнале, 2018. – 20-25 с. (Дата обращения 11.11.2020)
8. ITU Academy Empowering minds // [Электронный ресурс] URL: <https://academy.itu.int/main-activities/digital-transformation-centres-initiative> (Дата обращения: 11.11.2020)
9. Цифровая повестка Евразийского экономического союза до 2025 года: перспективы и рекомендации // [Электронный ресурс] URL: <https://academy.itu.int/main-activities/digital-transformation-centres-initiative> (Дата обращения: 11.11.2020)

РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО СЕРВИСА TENDER

Р.Ш. Эргешов¹, Л.С. Драгунова²

¹АО «Ленгазспецстрой»

² Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),

¹г. Санкт-Петербург, ² г. Новосибирск, regeshov@yandex.ru

В статье приведено описание разработанной мобильной платформы Tender, используемой для агрегирования информации о государственных и муниципальных закупках.

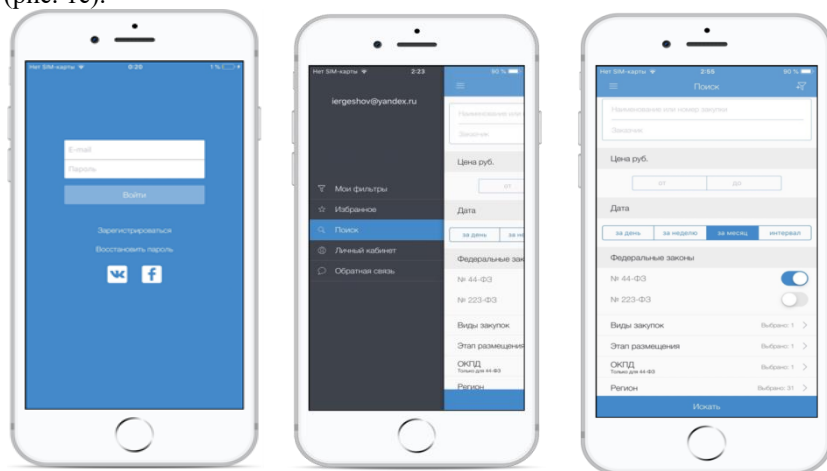
The article describes the developed mobile platform Tender, which is used to aggregate information on state and municipal purchases.

Необходимость совершенствования системы государственных закупок в настоящем момент широко обсуждается государством, бизнесом и обществом. Основным недостатком современного рынка программных средств и сервисов, которые осуществляют поиск и работу с государственными и муниципальными тендерами, является отсутствие автоматизации под мобильные платформы, которая позволила бы закрыть ряд потребностей частного бизнеса. Стоит отметить проблемы самой системы, такие как неоднозначность интерпретации возможностей использования и распределения средств, отсутствие как таковой полноценной методической базы проведения процесса закупок, изменяющееся (медленно дорабатываемое) информационное обеспечение и недостаточное материально-техническое обеспечение деятельности заказчиков, склонность системы к увеличению сроков проведения торгов, несоблюдение бюджета и т.д.[1-2].

Одной из актуальных задач, связанных с процессом совершенствования системы торгов, является разработка мобильной платформы, которая будет агрегировать информацию о государственных и муниципальных закупках. Это позволит просто и удобно получать информацию о закупках, просматривать закупки, в которых участвует пользователь, искать закупки по параметрам. Для разработки мобильного приложения Tender была выбрана операционная система iOS, среда разработки – iBuildApp (программный код на языке Swift для отдельных компонентов системы). Структура разработанного мобильного приложения Tender содержит следующие элементы: регистрация/Авторизация – экран для входа либо регистрации пользователя в системе; боковое меню – навигационное меню, позволяющее перемещаться по разделам приложения; поиск – поиск государственных закупок по параметрам; шаблоны – сохраненные параметры поиска; избранное – закупки, которые пользователь добавил в избранное; личный кабинет – страница, содержащая информацию о пользователе; обратная связь – форма, для связи пользователя с разработчиками.

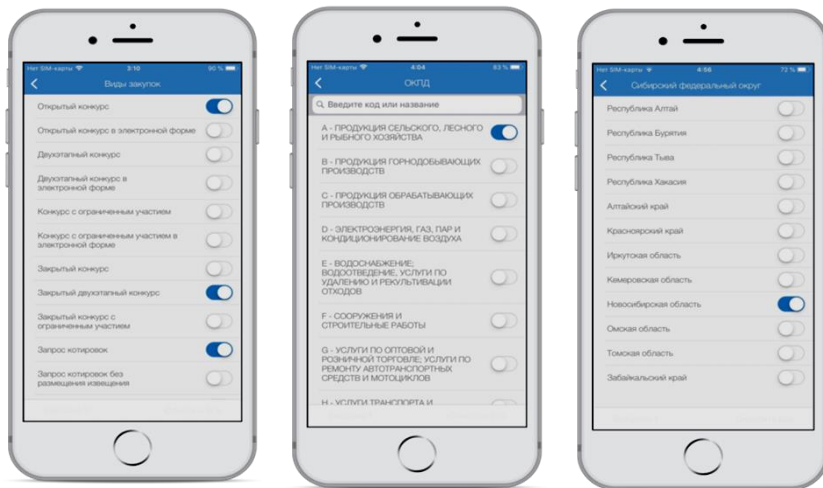
При первом открытии приложения пользователю предлагается авторизоваться или зарегистрироваться в системе (рис. 1а). Если пользователь впервые установил мобильное приложение, и его данных нет в системе, он может зарегистрироваться, нажав кнопку «Зарегистрироваться». В приложении Tender предусмотрена возможность восстановления пароля. Для того чтобы пользователь удобно и просто перемещался по разделам приложения, разработано Боковое меню, доступное на любом экране приложения. На данной странице изображено меню навигации (рис. 1б). Одной из ключевых функций мобильного приложения Tender является поиск информации об актуальных государственных и муници-

пальных закупках по различным параметрам, таким как цена, дата, федеральные законы, виды закупок, этап размещения, ОКПД и регион (рис. 1с).



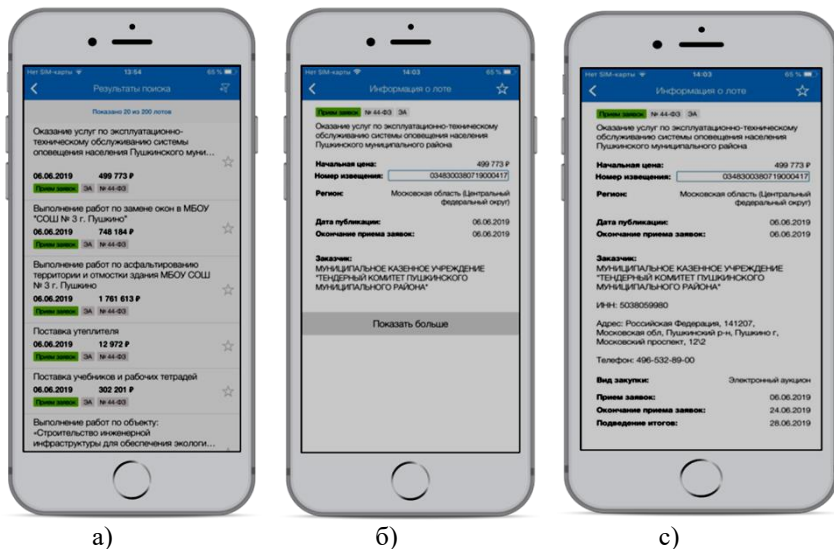
а) б) в)
Рисунок 1 – Структурное представление функционала приложения Tender

Параметр поиска «по видам закупок» позволяет выбрать, по какому/какому виду закупок необходимо предоставлять информацию пользователю (рис. 2а). Параметр поиска «по этапам размещения» позволяет пользователю найти закупки по различным этапам проведения – опубликован, приём заявок, окончание приема заявок, подведение итогов, завершен, отменен. Параметр поиска «по общероссийским классификаторам продукции (ОКПД)» (рис. 2б) позволяет пользователю находить государственные и муниципальные закупки по различным видам продукции (параметр работает только для 44-ФЗ). Параметр поиска «по региону» позволяет пользователю выбрать конкретный регион, в котором необходимо найти закупку. Также пользователь может выбрать определенный федеральный округ для поиска в конкретной области, крае или республике. Например, если пользователю необходимо найти закупки исключительно в Новосибирской области, ему следует выбрать Сибирский федеральный округ и отметить Новосибирскую область (рис. 2с).



а) б) в)
Рисунок 2 – Параметры выбора в приложении Tender

Результатом поиска являются закупки, подобранные по тем или иным параметрам. Пользователю доступна следующая информация о найденных закупках: наименование закупки, дата, вид закупки, ФЗ и начальная цена закупки (рис. 3а). При выборе найденной закупки пользователю доступна информация о лоте, где содержится более подробная информация (рис. 3б и 3с). Если результаты поиска удовлетворили пользователя, он может добавить закупку в «избранное», а также, если это необходимо, сохранить параметры поиска в «Мои фильтры». В «Личном кабинете» находится информация об аккаунте пользователя, также доступны такие функции, как изменить пароль, выйти из аккаунта. Раздел «Обратная связь» создан для того, чтобы пользователь мог обратиться к разработчикам, оставить отзыв о приложении или написать свое предложение по улучшению мобильного приложения.



а) б) в)
Рисунок 3 – Результаты поиска закупок по параметрам

Безусловно, данное приложение является полезным дополнением к существующим программным решениям в сфере госзакупок и позволяет сотрудникам, работающим в данной сфере, более мобильно и оперативно получать информацию и принимать решения по закупкам. В дальнейшем планируется добавить и реализовать такие возможности и функции приложения – интеграция с электронно-торговыми площадками, добавление раздела аналитики закупок, а также произвести монетизацию приложения с помощью подписок и тарифов.

Литература:

1. Драгунова Е. В. Анализ системы государственных и муниципальных закупок в РФ / Е. В. Драгунова, Р. Ш. Эргешов // Инновационные технологии в машиностроении: сб. тр. 10 междунар. науч.-практ. конф., Югра, 23-25 мая 2019 г. – Томск: Изд-во ТПУ, 2019. – С. 299-302. – ISBN 978-5-4387-0871-1.
2. Драгунова Л.С. Анализ популярных электронных торговых площадок и сервисов для поиска закупок / Р. Ш. Эргешов, Л. С. Драгунова // Наука. Технологии. Инновации: сб. науч. тр.: в 9 ч., Новосибирск, 2-6 дек. 2019 г. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019. – Ч. 7. – С. 107-111. – 100 экз. – ISBN 978-5-7782-4013-1.

**Секция ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ
НА МЕЖДУНАРОДНОМ, ФЕДЕРАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ
И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УРОВНЯХ**

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Е.Ю. Аксенова, К.А. Ульмер, Е.Н. Яненко
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС,
г. Новосибирск, aksenova.jen1091@yandex.ru

Теневая экономика уже в 30-е годы XX века привлекала внимание исследователей. В настоящее время теневая экономика присутствует почти во всех сферах жизнедеятельности РФ. В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с проблемами теневой экономики современной России. Для успешного развития экономики страны необходимо стремиться к снижению процента теневой экономики до минимума. В ходе нашего исследования был проведен анализ отраслей и их влияние на развитие теневой экономики.

The shadow economy attracted the attention of researchers already in the 30s of the XX century. Currently, the shadow economy is present in almost all spheres of life in the Russian Federation. This article examines issues related to the problems of the shadow economy in modern Russia. For the successful development of the country's economy, it is necessary to strive to reduce the percentage of the shadow economy to a minimum. In the course of our research, we analyzed the industries and their impact on the development of the shadow economy.

Теневая экономика – деятельность субъектов хозяйствования, которая развивается вне государственного учета и контроля.

Теневая экономика имеет два основных признака [1]:

- противоправная деятельность в целях получения исключительно в собственных интересах неконтролируемого дохода;
- получение дохода, который полностью или частично выведен из-под фискального контроля в целях получения дополнительных экономических выгод.

Проблемы теневой экономики привлекли внимание исследователей ещё в 30-х годах XX века, но при Н.С. Хрущеве теневая экономика набрала силу. Фальсификация данных, монополизм в экономике, из-за перехода к коммунизму сформировалась официальная и теневая экономика причем на взаимодействии друг с другом. При Л.И. Брежнев теневая экономика стала чуть ли не официальной. При М.С Горбачеве значительно вырос интерес к теневой экономике. Причиной этому послужило разрастание неформальной экономики и повышение роли

теневой экономики в народном хозяйстве. Масштабы нелегальных услуг становились значительными, что в последствии приводило к снижению достоверности их фактических и прогнозных оценок потребности населения в услугах.

Теневая экономика присутствует практически в любой современной экономической системе, ее распространение достигает крупных масштабов и, соответственно, влечет отрицательные воздействия как на бюджетную систему Российской Федерации, так и создает благоприятные условия для коррупционной деятельности в стране.

Попробуем разобраться из чего состоит неучтенная экономика в РФ. В нее входит неформальная, скрытая и нелегальная деятельность, которые имеют неоднозначные для финансового учёта последствия.

Например, это разновидность производств, которые официально не зарегистрированы и ведут скрытую неучтенную деятельность. Также, в целях увеличения прибыли, организации получают скрытые доходы, которые не отражаются в отчетных документах и имеют такие последствия как неуплата налогов или уплата по скрытой отчетности, невыполнения определённых административных обязанностей. Ещё одним отрицательным последствием роста неучтённой теневой экономики является рост инфляции. Государству становится труднее учесть реальный уровень безработицы, если люди, занятые в теневой экономике, также являются зарегистрированными в центрах занятости [2].

Неучтенные доходы конвертируют и вывозят за пределы страны. Вывоз капиталов за границу уменьшает инвестиции внутри страны, уровень национальной экономики в связи с этим существенно понижается.

В результате теневой экономики нарушаются конкурентные условия рынка, так как при условии снижения цен нелегальными предприятиями легальные могут разориться и уйти с рынка.

На наш взгляд, распространение теневой экономики наряду с разрастанием коррупции, является главной внутренней угрозой экономическому развитию и экономической безопасности России в настоящее время. Для успешного развития экономики страны необходимо эффективно противодействовать этим явлениям.

В ходе нашего исследования мы рассмотрели какие отрасли имеют наибольшее влияние теневой экономики.

**Таблица 1 – Анализ отраслей, подверженных влиянию
теневой экономики**

Место год	2017 год	2018 год	2019 год
1 место	Операции с недвижимостью (6,3% от ВВП)	Строительство (29% от ВВП)	Операции с недвижимостью (6,3% от ВВП)
2 место	Сельскохозяйственная промышленность (1,4% от ВВП)	Услуги (кроме логистики) (22% от ВВП)	Сельскохозяйственная промышленность (1,4% от ВВП)
3 место	Строительство (0,9% от ВВП)	Оптовой-розничная торговля (12% от ВВП)	Строительство (0,9% от ВВП)

В 2018 году доля процента от ВВП значительно превысила предыдущий и последующий год. При этом строительство и услуги, занимающие совокупную долю 51% теневой экономики, вызывают серьезные опасения, из-за большого оборота «теневых» наличных средств, можно сделать вывод, что на них существует значительный спрос.

Как известно, в строительстве пользуется популярностью низкоквалифицированная рабочая сила. Если работник получает зарплату наличными, то невозможно проверить, реально он трудоустроен или нет. Так же покупка материала за наличные, с возможностью сэкономить [3].

На основании проведенного анализа, можно сделать вывод, что теневая экономика является одной из самых сложных проблем России. Она оказывает влияние на все сферы жизнедеятельности общества и является больше пагубным порождением, нежели положительным, поэтому государству необходимо приложить все силы по ее устранению. Но также важно понимать, что теневая экономика присуща любой экономической системе и погибает только вместе с ней и государством, поэтому полностью уничтожить теневую экономику не удастся, но в любом случае необходимо стремиться к снижению ее процента до минимума.

Литература:

1. Авдийский В.И., Дадалко В.А., Синявский Н.Г. Теневая экономика и экономическая безопасность государства. – 2019. – №3. – С. 164.

2. Криворотов В.В., Калинина А.В., Эриашвили Н.Д. Угрозы экономической безопасности и их предупреждение. – 2019. – №2. – С.59.

3. Левшуков О.А., Петров Н.Р., Копнина А.И. Анализ масштабов развития теневой экономики в России // Вестник академии знаний. – 2019. – №3. С. – 127.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КЫРГЫЗСТАНА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Э.Ж. Акылбекова, А.Н. Аюпов

**Кыргызско-Российский Славянский университет,
г. Бишкек, elnura.akyzbekova.99@gmail.com**

В статье рассматриваются меры, применяемые Кыргызской Республикой для достижения цифровой трансформации национальной экономики. Автор анализирует планы и концепции разработанные в целях достижения поставленной цели, а также их эффективность, работоспособность и синергичность с действующими институтами власти.

The article examines the measures applied by the Kyrgyz Republic to achieve digital transformation of the national economy. The author analyzes the plans and concepts developed in order to achieve this goal, as well as their effectiveness, efficiency and synergy with existing government institutions

В век цифрового общества информационно-коммуникационные технологии и средства связи оказывают все большее влияние на экономический рост и общественно-социальные явления. Эти объекты требуют тщательного внимания и регулирования со стороны правительства для успешной цифровизации экономики, под которой подразумевается экономическая деятельность, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, цифровыми товарами и услугами. Таким образом создается цифровое пространство для производства, пользования, хранения и обмена информацией.

Многие развитые страны уже завершили свои цифровые трансформационные процессы, Кыргызстан же только на пути к этому. Об этом свидетельствуют данные о доле вклада оцифрованной экономики в ВВП нашей страны, составившего всего лишь 0,4% [1], в то время как в более развитых экономиках этот показатель составляет не менее 5-12% от ВВП, а в развивающихся в среднем не превышает 1-3%.

Активно к обсуждению проблемы цифровизации и стратегическому планированию путей ее решения в нашей республике подошли после того, как Всемирный Банк заявил о необходимости перехода на

информационную экономику в «Докладе о мировом развитии – 2016: цифровые дивиденды». После этого стали разрабатываться такие целевые программы для цифровизации страны как «Таза коом», «Түндүк», а также принятая Национальная стратегия развития Кыргызской Республики на 2018-2040 гг., Концепция цифровой трансформации «Цифровой Кыргызстан 2019-2023». Согласно Указу Президента КР 2019 и 2020 годы были объявлены «Годом развития регионов и цифровизации страны» и «Годом развития регионов, цифровизации страны и поддержки детей» соответственно.

Основными целями вышеупомянутых программ и стратегий являются:

- Предоставление новых возможностей путем повышения компьютерных знаний граждан и служащих госучреждений;
- Оказание качественных и легкодоступных правительственных электронных услуг населению КР и частным предпринимателям;
- Исполнение мероприятий по повышению уровня прозрачности и доступности подотчетной документации, а также противостояние коррупционным явлениям на всех уровнях страны;
- увеличение вовлеченности населения в решении проблем как местного, так и национального значения с помощью оцифровки государственного и муниципального управления.

«Digital Casa – Кыргызская Республика» - это один из самых важных проектов по продвижению цифровизации национальной экономики. Его одобрили 27 декабря 2018 года с целью получения дивидендов от интегрирования в мировую цифровую экономику. Данный проект получил финансирование Всемирного банка на общую сумму 50 млн. долларов, где первую половину составлял кредитный компонент, а вторую - гранты.

Программа охватывает следующие компоненты: оказание всяческой поддержки для предоставления высококачественного интернета гражданам КР; создание ЦОД (центр обработки данных) в целях улучшения сервиса предоставления государственных услуг; необходимость усовершенствования законодательной базы, касающейся электронной трансформации экономики, разработка планов и стратегий развития ИТ; контроль и координация проекта по обеспечению эффективного исполнения и намеченных планов.

В процессе выполнения концепции «Digital CASA – Кыргызская Республика» к широкополосному интернет-каналу были подключены 288 айыл окмоту, 580 медицинских учреждений, ведутся работы по подключению почтовых отделений связи, в рамках данной программы строятся планы по проведению более 1200 км ВОЛС по территории

страны. Сверх того, проект нацелен на подключение к сети G-Net более 80 учреждений и государственных органов и более 4000 социальных объектов.

Система электронного межведомственного взаимодействия «Тундук» объединяет 64 министерства и ведомства, а также 39 коммерческих организаций, однако на июль 2019 года активно обмениваются данными лишь 24 госоргана. Более свободному обмену информацией препятствует несовершенство нормативно-правовой базы, некоторые акты и постановления запрещают передачу определенной категории информации. Тем не менее наблюдается рост показателей по сравнению с предыдущим годом и в настоящее время действуют 233 сервиса.

С 2017 года в Кыргызстане ведется работа по присоединению к международной инициативе «Открытое правительство» и внедрению программы «Открытые данные». Они направлены на реализацию правительственными структурами своих обязательств по обеспечению прозрачности, беспристрастности, расширению прав и возможностей граждан, борьбе с коррупцией и использованию новых технологий для усиления управления, а также на свободное предоставление достоверной и актуальной информации о деятельности госведомств КР.

Нет смысла отрицать, что без информационно-коммуникационной базы переход к цифровой экономике невозможен. Согласно статистическим данным на 2018 год в республике ИКТ использовали лишь 12 тыс. субъектов хозяйствования. Согласно таблице 1. значительная доля удельного веса таких предприятий приходится на г. Бишкек (36%), наименьший – на Таласскую область (4%).

Что касается численности специалистов предприятий и организаций, работающих в сфере ИКТ на 2018 год, то она составила более 18 тыс. человек. Из таблицы 1. заметно увеличение доли занятых в данном секторе на 18% по сравнению с 2014 годом.

Таблица 1. Использование информационно-коммуникационных технологий в организациях Кыргызстана [2]

Наименование показателей	Годы					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число предприятий и организаций, использующих ИКТ	10396	11013	11400	11875	11922	12152
Приобретено персональных компьютеров в отчетном году	14412	16530	14881	15330	15264	18574

Наименование показателей	Годы					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число персональных компьютеров	153679	166801	175320	178167	190300	203315
Локальные вычислительные сети	7805	8883	7553	7682	7927	8 290
Точки доступа в сети Интернет	16855	13752	15375	18383	22160	24 263
Наличие собственного WEB-сайта	1508	1443	1478	1625	1717	1 915

Из вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что скорость оказания услуг выросла, что повышает лояльность населения по отношению к госструктурам. Отсутствие посредников между госорганами и населением при получении и предоставлении информации снижает возможность коррупционных сделок. Также следует отметить, что при условии увеличения региональных связей повысится информированность населения на местах.

Что касается слабых сторон, наблюдаемых на данном этапе цифровизации, следует отметить, что низкий уровень проникновения интернета в стране не способствует повышению кибербезопасности. Согласно последней оценке экспертов в «Глобальном индексе кибербезопасности» Кыргызстан стоит на 97 месте. Также наблюдается невысокий процент занятости в сфере ИКТ. Правительство должно уделить этой проблеме больше внимания, ведь лишь повысив уровень знаний местных специалистов наша страна сможет развивать IT-направления.

Для решения проблем предлагаем ряд рекомендаций:

1. Обеспечить все регионы бесперебойным и повсеместным доступом к Интернету.
2. Повысить компьютерную грамотность сельского населения посредством проведения семинаров и тренингов.
3. Разработать методы обучения граждан инновационным технологиям и передовым знаниям.
4. Обеспечить рабочими местами выпускников по IT-специальностям.
5. Использовать новейшие технологические разработки, такие как искусственный интеллект, большие сервера базы данных и облачные хранилища с мощными вычислительными способностями.

Литература:

1. Кыргызстан 4.0: Вклад цифровой экономики в ВВП Кыргызстана не превышает 0,4% [Электронный ресурс] – URL: www.tazabek.kg/news:1458087?f=cp
2. Аюпов А.Н. Влияние человеческого капитала на формирование цифровой экономики и институциональных систем ее функционирования [Электронный ресурс] // Вестник КРСУ. - Том 18. - № 11. - 2018. - С.23-25.
3. Институт статистических исследований и повышения квалификации Нацстаткома, доклад «Об оценке уровня цифрового развития в Кыргызской Республике», [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.stat.kg/ru/news/institut-statisticheskikh-issledovanij-i-povysheniya-kvalifikacii-nacstatkoma-podgotovil-analiticheskij-doklad-ob-ocenke-urovnya-cifrovogo-razvitiya-v-kyrgyzskoj-respublike/>

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ ТОРГОВОГО ПРОТЕКЦИОНИЗМА

Р.А. Антипов, А.А. Васильев, Т.С. Суходаева
Сибирский институт управления– филиал РАНХиГС,
г. Новосибирск, romanantipov2@gmail.com

В данной статье мы хотели рассмотреть, как осуществляется международная торговля в период роста торгового протекционизма. Для этого нашей целью было разобрать, что из себя представляет современный торговый протекционизм, определить его особенности и причины его роста. Анализируется внешнеэкономическая деятельность Китая и США и их влияние на экономику России.

In this article, we wanted to look at how international trade is carried out during a period of growing trade protectionism. To do this, our goal was to analyze what modern trade protectionism is, determine its features and the reasons for its growth. The article analyzes the foreign economic activities of China and the United States and their impact on the Russian economy.

Торговый протекционизм – политика государства, направленная на регулирование внешнеэкономической деятельности, создание комплекса мер по защите внутреннего рынка и производителя, а также на поддержку экспорта товаров. Он начался еще в XVII веке и развивается волнообразно, то усиливаясь, то сходя на «нет» в периоды активизации направленности политики на свободную торговлю.

В современных условиях, торговый протекционизм имеет следующие особенности: его интегральный характер, активизация защитных мер со стороны высокоразвитых государств, он выходит за рамки исключительно экономической сферы, нетарифные меры защиты национального бизнеса и национальных рынков усиливают свою роль, смена целевой установки современного протекционизма и современный протекционизм приобретает экстерриториальный характер.

Обобщая все вышесказанное, следует отметить, что особенности торгового протекционизма обусловлены накопившимися противоречиями современного процесса глобализации хозяйственных связей. Он способствует приспособлению развитых и развивающихся стран к ее новому этапу, характеризующий усиление международной конкуренции и борьбы за экономическое доминирование.

Торговый протекционизм имеет тенденцию к увеличению и уменьшению активности. Сейчас торговый протекционизм набирает обороты, так как после финансового кризиса, 60 экономик мира приняли около 7000 торгово- протекционистских мер [1, с. 70].

Существует две категории факторов и процессов, которые и привели к росту торгового протекционизма: экономическая эволюция и опасения государств, связанные с безопасностью своих граждан.

В первую категорию входят такие факторы, как: размывание позиций США в распределении экономической мощи на глобальном пространстве, Четвертая промышленная революция, уклонение от уплаты налогов и сборов, плохая корпоративная практика, рост реакции против глобализации, враждебность госорганов, а также мнение о чрезмерной власти внешних финансовых рынков в плане принятия решений национальными правительствами.

Что же касается второй категории факторов, то все большее внимание в западных странах занимает вопрос безопасности, защиты граждан и государства как защитника общественных интересов. Например, в США к этому привели террористические акты, произошедшие в сентябре 2001 года. Кибератаки, терроризм, неопределенность – все это заставляет многих граждан требовать решительных мер от национальных правительств. Начинают появляться новые меры безопасности.

Определив факторы и процессы, повлекшие рост торгового протекционизма, можно переходить к рассмотрению современной международной торговли.

Международная торговля – экономические взаимоотношения между странами, основанные на обмене товарами и услугами, последующим финансово-денежным расчетом.

За последние три года, ситуация с международной торговлей стала более неопределенной. Конъюнктура постоянно меняется, за повышением цен следует их снижение. Идет расширение использования многими странами тарифных и нетарифных мер защиты своих экономик. Продолжаются торговые войны, развязанные США. Атаки, с их стороны на порядок применения торгово-политических инструментов, привели к снижению суммарного стоимостного объема торговли товарами и услугами на 1,8% [2, с. 61].

В усиление торгового протекционизма в международной торговле внушительный вклад внесла американская администрация, развязавшая торговые войны со всем миром и избравшая своим оружием в них увеличение импортных пошлин на отдельные виды готовой продукции, а также на сталь и алюминий. Повышение США уровня тарифной защиты своего рынка подтолкнуло затронутые американскими мерами страны на введение ответных ограничений в отношении продукции из Америки, что вынудило экспортеров переориентировать поставки с американского рынка на другие страны и это спровоцировало эти же страны на ограничение импорта определенных товаров, произведенных не в Америке.

Основным объектом американского натиска в сфере торговых отношений стал Китай. В ходе развернувшейся тарифной войны Соединенные Штаты и КНР первоначально обменивались взаимными ограничениями, облагали дополнительными пошлинами ввоз товаров друг друга, охватив ими в итоге примерно треть импорта каждой из стран. Вскоре США и Китай объявили о временном перемирии, при этом договорившись о приостановлении введения новых повышенных пошлин, обсуждении вызывающих разногласия вопросы торговой политики и поиске взаимоприемлемых решений. Продолжавшиеся больше года переговоры завершились подписанием в середине января 2020 г. торгового соглашения так называемой «первой фазы».

В рамках выше упомянутого соглашения, Китай принял на себя обязательства по увеличению, в течении двух лет закупки американских товаров и услуг на сумму 200 млрд долл., в том числе промышленных товаров – на 78 млрд долл., сельскохозяйственной продукции – на 32 млрд долл., продукции энергетического сектора – на 52 млрд долл., услуг – на 38 млрд долл [2, с 67]. Выполнение этих обязательств может негативно сказаться на экономиках других стран, таких как: Австралия, Бразилия, Канада, Россия, которые экспортируют в Китай сырьевые товары. Им, скорее всего, придется сокращать объемы своих поставок. В частности, Россия, на которую приходится 13% всего китайского

энергетического импорта, может потерять свою нынешнюю долю на рынке Китая.

Добившись от Китая согласия на расширение своего экспорта, США намерены форсировать работу над торговыми договорами с ЕС, Великобританией и Бразилией, демонстрируя тем самым решимость продолжать торговые войны со всем миром, при этом игнорируя собственные обязательства в ВТО и ломая сложившуюся систему глобального регулирования трансграничных потоков товаров и услуг.

Американская администрация использует санкции не только для оказания давления на российских юридических и физических лиц, но и для принуждения компаний других стран к отказу от сотрудничества с предприятиями России. В частности, например, швейцарская компания Allseas Group S.A. в декабре 2019 г. прекратила исполнение обязательств перед Газпромом по прокладке труб на морском участке Северного потока-2 под угрозой введения против нее санкций, предусмотренных в бюджете США на текущий год [2, с 67].

Последние годы показали, что российский бизнес и государство адекватно отреагировали на осложнение условий сотрудничества с западными странами и поэтому направляют большую часть экспортной продукции на рынки стран Азии, Океании и Южной Америки и закупают там возрастающие количества импортных товаров.

Переключение торговых потоков на «незападные» страны в нынешней ситуации представляется закономерным. В среднесрочной перспективе санкционное давление на Россию со стороны США и их союзников вряд ли снизится. Это по-прежнему будет мотивировать российский бизнес на развитие взаимодействия со странами Азии, Латинской Америки и Африки, а в широком смысле – на сохранение ориентации на Восток. Даже с учетом того, что указанные страны, которые способны в какой-то мере компенсировать потерю импорта из Европы и США некоторых продовольственных и массовых промышленных товаров, не могут быть источниками поставок особо необходимых отечественной экономике последних поколений оборудования и технологий.

Стоит отметить, что с усилением ориентации на Восток в России заметно активизировалась работа по обеспечению развития экспорта, главным образом несырьевой продукции, на объемы поставок которой мировая конъюнктура влияет в меньшей мере, чем на базовые товары.

Литература:

1. Мясоедов А. И. Риски роста протекционизма в глобальной экономике // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2020 - Т.5. – №2. – С. 65-78.

2. Оболенский В. П. Турбулентность в международной торговле: реакция России // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2020. – 3/2020. – С. 60-77.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Ж.С. Баимова, А.А. Абдурашитов

**Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого
Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина,
г. Бишкек, baimova.jaz@gmail.com**

Сегодня в Кыргызской Республике очень остро стоит проблема обеспечения продовольственной безопасности, а сельское хозяйство является основой ее обеспечения, именно поэтому эта тема актуальна. Статья посвящена вопросам обеспечения продовольственной безопасности в Кыргызской Республике. Приведен краткий анализ сельского хозяйства по некоторым показателям. На основе анализа выявлены определенные проблемы, которые существуют сегодня в агропромышленном комплексе Кыргызской Республики. Авторами по итогам выявленных проблем внесены конкретные предложения для их ликвидации по основным направлениям

Today, the problem of ensuring food security is very acute in the Kyrgyz Republic, and agriculture is the basis for ensuring food security, which is why this topic is relevant. The article is devoted to the issues of ensuring food security in the Kyrgyz Republic. The work provides a brief analysis of agriculture, according to some indicators. Based on the analysis, some problems that exist today in the Agro-industrial complex of the Kyrgyz Republic.

Анализ развития сельскохозяйственного сектора национальной экономики необходимо рассматривать, с одной стороны, в едином комплексе с индустриальным производством и производством услуг, с другой стороны, в структуре АПК как его основной сферы. Если первое соотношение показывает уровень развития страны, то из второго соотношения можно оценить уровень развития самого АПК [1].

В течение последних лет сельскохозяйственный сектор Кыргызстана не смог достичь стабильной положительной динамики, так как не наблюдается тенденция наращивания производства сельскохозяйственной продукции (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Удельный вес сельского хозяйства, лесного хозяйства и рыболовства КР в экономике, за 2014-2018гг.

	2014	2015	2016	2017	2018
Доля сельского хозяйства в ВВП, %	14,7	14,0	12,8	12,5	11,7
Доля действующих хозсубъектов сельского хозяйства,	64,6	63,8	63,0	63,0	62,8
Доля численности, занятых в сельском хозяйстве	31,6	29,3	26,8	23,0	20,3

Как показывают данные таблицы 1 доля сельского хозяйства КР имеет тенденцию к снижению, так еще в 2014 году она составляла 14,7%, а в 2018г. – 11,7%, или снизилась на 3,0%.

При этом доля занятых в данном виде экономической деятельности снизилась за рассматриваемый период с 31,6% до 20,3% или на 11,3%.

Вместе с тем, валовой выпуск продукции сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства в 2018 году составил 205,0 млрд. сомов или 11,7%.

При этом индекс физического объема продукции отрасли имеет обратную тенденцию, так его наибольшее значение отмечено в 2015 году, в котором он составил 106,2%, а в 2018г. составил 102,7%, увеличившись незначительно (на 0,3%) по сравнению с 2017 годом (см. рисунок 1).

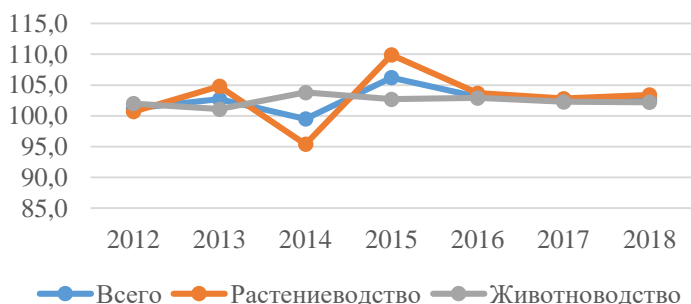


Рис. 1 – Темпы роста физического объема продукции сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства КР за 2012 – 2018гг., в процентах к предыдущему году

Хотелось бы отметить, что львиная доля или 66% всего населения является сельским, при этом традиционно республика всегда считалась аграрной. Из общего числа занятого в экономике республики (2,4 млн. человек) в сельском хозяйстве республики занято всего 20,3% (см. рисунок 2).

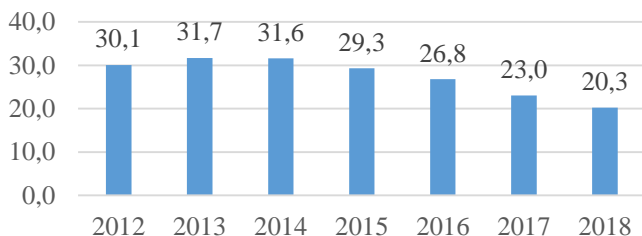


Рис. 2 - Доля занятого населения КР в сельском хозяйстве, лесном хозяйстве и рыбоводстве за 2012-2018 гг.

Кыргызстан располагает 10607,2 тыс. га сельхозугодиями, обширными естественными пастбищами и разнообразными природно-климатическими условиями, благоприятными для возделывания пшеницы, кукурузы. Следует отметить, что ресурсный потенциал республики для развития сельского хозяйства достаточно высокий, но это не стало предпосылкой повышения эффективности агросектора.

Таблица 2 - Количество действующих хозяйствующих субъектов сельского хозяйства, лесного хозяйства и рыболовства КР за 2014-2018гг., единиц

	2014	2015	2016	2017	2018
Всего	384940	401423	415509	429291	440316
Сельское хозяйство	384871	401350	415433	429217	440055
из них:					
государственные хозяйства	40	38	33	27	26
коллективные хозяйства	513	518	481	460	427
крестьянские (фермерские) хозяйства	287322	300245	312833	323245	332909
индивидуальные предприниматели	96996	100549	102086	105485	106693

Лесное хозяйство	56	56	53	53	62
Рыболовство	13	17	23	21	199

Рассмотрев особенности экономического развития сельского хозяйства КР, по нашему мнению, в республике необходимо проводить следующее:

- совершенствование форм и механизмов управления в сельскохозяйственном комплексе, который сочетает рыночные механизмы, самоуправление и самоорганизацию мелких и средних хозяйств, подсобных хозяйств, фермерско-крестьянских хозяйств и государственное регулирование.

- регулярное обновление машин и прочей техники, предназначенной для производства сельскохозяйственной продукции;

- создание государственных и негосударственных станций технического обслуживания и сервисных центров по обслуживанию техники и инвентаря.

Таблица 3 - SWOT - анализ сельского хозяйства КР

Сильные стороны	Слабые стороны
Разнообразные природно-климатические условия.	Низкая доля экспорта сельхозпродукции в общем товарообороте республики
Наличие обширных естественных пастбищ.	Низкое плодородие почв
Сельское хозяйство характеризуется развитым овощеводством	Высокий износ сельскохозяйственной техники
Возможности	Угрозы
Увеличение производства и экспорта зернобобовых	Климатические риски
Наличие незадействованного экспортного потенциала сельского хозяйства	Деградация почв, усугубляющаяся в условиях изменения климата.
Водный потенциал республики для расширения площадей орошаемых земель	Существенное сокращение площадей под многолетние насаждения и виноградники

В последние годы в сельском хозяйстве страны рост стабилизирован на уровне 1,5-2 %. Частные собственники в сельском хозяйстве не допустят снижения объема производства. Однако добиться ожидаемого прорыва в сельскохозяйственном секторе экономики они не

смогут, если не будут созданы для них рыночные условия - рыночный доступ к сельхозтехнике, качественным, апробированным семенным материалам, удобрениям, ветеринарным препаратам и оказанию ветеринарных услуг, поливной воде, выгодному сбыту произведенной продукции. Это тот перечень работ, которым должно незамедлительно заняться Министерство сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности и мелиорации. [3]

Литература:

1. Аюпов А.Н. Региональная экономика: учебник для вузов. - 2-изд. Аюпов А.Н, Абдурашитов А.А, Бровко Н.А. Бишкек: Изд-во КРСУ, 2015. – 374 с.
2. Кыргызстан в цифрах: стат.сб. / Нацстатком КР. Бишкек, 2014-2018.
3. Абдурашитов А.А. Тенденции аграрного производства Кыргызской Республики в постсоветский период// Вестник КРСУ. - 2020. - 205.

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Н.А. Беликова, А.Р. Умеркаева, Т.С. Суходаева
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС,
г. Новосибирск, nbelikovaa@mail.ru

Пандемия COVID-19 нанесла серьезный ущерб национальным социально-экономическим системам, вызвав глубочайшую со времен Великой депрессии экономическую рецессию. Социальная реальность разделилась на период до COVID-19 и после него. Пандемия обернулась серьезным испытанием для институтов государства, систем национального здравоохранения, экономико-центристских национальных сообществ, национальных моделей агрегирования общественного выбора. Посткоронавирусная реальность начнет формироваться по окончании пандемии COVID-19 и будет строиться на иных принципах функционирования. Именно поэтому уже сегодня и теоретики, и практики задумываются о будущем посткризисного мира, отличительной чертой которого является полная неопределенность. Методологические подходы, разработанные новой политической экономией, позволяют переосмыслить феномен партнерства государства и бизнеса как механизма, позволяющего оценить эффективность альтернативных вариантов институциональной структуры новой реальности, функций государства в обществе с общечеловеческими ценностями в его основе, в моделях агрегирования общественного выбора и т.п. с учетом реалий посткоронавирусного мира.

The COVID-19 pandemic has severely damaged national socio-economic systems, causing the deepest economic recession since the great depression. Social reality is

divided into the period before and after COVID-19. The pandemic has turned into a serious test for state institutions, national health systems, economic-centrist national communities, and national models of aggregation of public choice. The post-coronavirus reality will begin to take shape after the end of the COVID-19 pandemic and will be based on different principles of functioning. That is why today both theorists and practitioners are thinking about the future of the post-crisis world, which is characterized by complete uncertainty. Methodological approaches developed by the new political economy allow us to rethink the phenomenon of partnership between the state and business as a mechanism for evaluating the effectiveness of alternative options for the institutional structure of the new reality, the functions of the state in a society with universal values at its core, in models of aggregation of public choice, etc., taking into account the realities of the post-coronavirus world.

Сегодня человечество переживает крупнейшую более чем за сто лет пандемию. Коронавирус стал серьезнейшим глобальным вызовом, и его результаты, несомненно, приведут к существенным изменениям, которые во многом определяют дальнейшее развитие общества. Но если отбросить апокалиптический флер и обратиться к истории, становится ясно, что всемирные катаклизмы обычно дооформляют давно складывавшиеся тренды, превращая их в необратимые сдвиги [3, с. 60]. Коронавирус может стать тем самым мощным фактором, которого миру давно не хватало, и побудить к оперативным действиям. Повлияв на экономику стран Запада, он неизбежно повлияет и на российскую экономику.

Всю многоликую палитру международной жизни стала затмевать эпидемия коронавируса, переросшая в заболевание мирового масштаба. В результате наложения друг на друга столь многочисленных негативных факторов, мир оказался в ситуации, близкой к «идеальному шторму». Пандемия имеет все шансы приобрести ярко выраженное идеологическое измерение – масштабное ограничение свободы передвижения как удар по одной из ценностей демократического устройства общества и глобализации в целом. Конечно, эта свобода в скором будущем в основном будет восстановлена, но имидж глобализации лишь ухудшится. Кроме того, пострадает репутация многих стран представительной демократии и правящих там партий, включая Италию, Испанию, Францию, Британию и др. Обострятся споры не столько о ценностях тех или иных политических систем, сколько об их эффективности, способности гарантировать ценность самой жизни, социальные и экономические права.

Уже очевидно, что многие страны уйдут в рецессию, причём её масштабы будут сравнимы или превысят кризис 2008–2009 гг. Разорятся десятки тысяч предприятий, в первую очередь малого и среднего бизнеса, взлетят показатели безработицы, ещё больше усилится социальное

неравенство [4, с. 14]. Наиболее пострадавшими могут оказаться государства ЕС и США, где в начале апреля находятся основные эпицентры эпидемии. Генеральный секретарь ООН А. Гутерреш заявил о том, что для борьбы с последствиями пандемии придётся потратить сумму порядка 10% мирового ВВП [1, с. 2]. Многие межгосударственные и общественные противоречия, существовавшие до «нулевого пациента», лишь обостряются. На ходу придётся пересматривать некоторые стратегии, например, «зелёную сделку» Евросоюза, огромные суммы на реализацию которой теперь вряд ли найдутся. В бюджете ЕС большую брешь образовал брекзит, и как её латать никто не знал ещё раньше. Теперь же её размер вырастет в разы. В целом глобализация, как признают трезвые голоса в России и за рубежом, не повернёт вспять, но её динамика, внутренняя структура будут скорректированы [2, с. 2]. По мере затухания пандемии произойдёт «отскок», мировая экономика станет набирать обороты, хотя восстановление займёт, возможно, не один год. Вопрос в том, насколько в результате этого восстановления социальной справедливости в мире станет больше или меньше, насколько осознание глобальности многих рисков заставит государства сотрудничать.

Уже началась гонка за первенство в войне с вирусом, за то, с какими потерями или приобретениями различные страны выйдут из этого кризиса. Нет оснований полагать, что всемирная мобилизация на борьбу с COVID-19 будет способствовать снижению противоречий между государствами, существовавших до пандемии. В этой войне есть проигравшие и выигравшие. Составим список областей, которые сильнее всего пострадали от вируса:

- внешняя торговля;
- транспорт (авиа, авто);
- туризм, гостиницы и рестораны;
- офлайн-сервисы и развлечения (парикмахерские, фитнес, спорт, театр, кино и т.д.).

Но есть и те, которым введение карантина пошло на пользу:

- локальная e-commerce, особенно продукты и готовая еда;
- онлайн-развлечения;
- производство и продажа медицинских препаратов и товаров;
- медицина, прежде всего дистанционная;
- доставка еды;
- производство и продажа продуктов.

Мы пока не знаем, сколько времени еще потребуется, чтобы объявить об окончательной победе человечества над коронавирусом. Но уже сейчас постоянные члены Совета Безопасности ООН могли бы

выступить с совместной инициативой начать переговорный процесс, направленный на восстановление управляемости всей системы международных экономических отношений. Такая инициатива не только приблизила бы нашу общую победу над COVID-19, но и дала бы всему человечеству основания более уверенно смотреть в будущее.

Литература:

1. Guterres A. Opening remarks at virtual press encounter to launch the Report on the Socio-Economic Impacts of COVID-19. 31.03.2020. URL: <https://www.un.org/sg/en/content/sg/speeches/2020-03-31/remarks-launch-of-report-the-socio-economic-impacts-of-covid-19> (Дата обращения - 29.10.2020).
2. Biscop S. Coronavirus and Power: The Impact on International Politics. Security Policy Brief, №126, March 2020. P. 3.
3. Ваславский Я.И. Агрегирование общественного выбора: партнерство государства и бизнеса в структурировании посткоронавирусной реальности. //Федерализм. - 2020; (2):. - с. 51-75.
4. Дынкин А., Телегина Е. Шок пандемии и посткризисный мир. //Мировая экономика и международные отношения, 2020, т. 64, № 8, с. 5-16.

СОВРЕМЕННЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

**Е.Д. Битолеуова¹, Б.Л. Лавровский², К.А.Кирдасинова³
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева¹,
Новосибирский государственный технический университет²,
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева³
г. Нур-Султан, г. Новосибирск, yerkesh87@mail.ru**

В статье рассмотрены актуальные вопросы повышения эффективности местного бюджета в контексте реформирования системы местного самоуправления. Вместе с тем рассмотрены вопросы законодательных мер по укреплению финансовой самостоятельности органов местного самоуправления, которые напрямую связаны с внедрением самостоятельности их бюджета.

The article deals with topical issues of improving the efficiency of the local budget in the context of reforming the local government system. At the same time, the issues of legislative measures to strengthen the financial independence of local self-government bodies, which are directly related to the introduction of independence of their budget, are considered.

Финансовая самостоятельность муниципальных образований позволяет им исполнять свои обязательства перед гражданами. Для того чтобы муниципальные образования стали более самостоятельными и независимыми, необходимо расширять внутренние ресурсы формирования доходной части местных бюджетов, в первую очередь за счет иных источников доходов.

Доходы местных исполнительных органов не являются основополагающими и изначально недостаточны для покрытия всех затрат муниципального образования. К примеру, налоговые поступления местных бюджетов от общего дохода составляют на 1 августа 2020 года 39,45%, а трансферты из вышестоящих бюджетов 58,84%. Таким образом, большую часть поступлений местных бюджетов составляют трансферты из вышестоящих бюджетов, что нехарактерно для финансовой самостоятельности.

На сегодняшний день важнейшим направлением реформирования государственных финансов стало формирование четырехуровневой бюджетной системы, включающей республиканский бюджет, областной бюджет, бюджеты города республиканского значения, столицы, районный (города областного значения) бюджет, бюджеты города районного значения, села, поселка, сельского округа.

В целях реализации 98-шага Плана нации «100 шагов» с января 2020 года внедрен четвертый уровень бюджета.

Основная цель создания четвертого уровня бюджета – это повышение самостоятельности органов местного самоуправления в решении местных вопросов с учетом интересов всех жителей конкретной территории через собрания и сходы местного сообщества.

Четвертый уровень бюджета позволит более эффективно планировать и распределять средства с учетом интересов населения, это будет способствовать улучшению условий жизни людей в селах.

Одним из важных направлений принятых инноваций является поэтапное внедрение самостоятельного бюджета на уровне городов районного значения, сел, поселков, сельских округов, а также дальнейшее расширение полномочий органов местного самоуправления в бюджетном процессе. В контексте трансформации бюджетного процесса актуализируется и проблема повышения эффективности местных бюджетов.

Механизм бюджетной политики, включая межбюджетные отношения, обеспечивается единством правовой базы, единой классификации всех бюджетов, форм статистики, передаваемой с одного уровня бюджета на другой, едиными принципами бюджетной

процедуры, единством денежно-кредитной системы, взаимосвязанной с бюджетным процессом.

Межбюджетные отношения центра и региона важны с точки зрения того, что, во-первых, бюджетная поддержка регионов выступает основной формой государственной помощи, во-вторых, при том, что это единственная реальная финансовая форма регулирования именно в этой области накопилось больше всего противоречий с точки зрения справедливости предоставления такой помощи, критериев их распределения и принципов, в-третьих, недостатки в экономическом механизме трансфертов наиболее пагубно сказываются в макроэкономической политике, в частности способны серьезно отражаться на дефиците бюджета.

Согласно стандартной бюджетной методике ОЭСР, существует три уровня власти - центральные, региональные (штаты в США, кантоны в Швейцарии, провинции в Канаде и т.д.) и местные органы (где объединены все более мелкие административно-территориальные образования). Каждый уровень власти имеет свой бюджет и действует в рамках собственных бюджетных полномочий. Автономное функционирование бюджетов отдельных уровней власти и их (бюджетов), а также взаимоотношения, основанные на четко сформулированных нормах, и называются бюджетным федерализмом. Хотя политическое устройство, безусловно, накладывает отпечаток на характер бюджетной системы, определяющим фактором служит все же степень централизации государственного управления.

Современный этап развития местного самоуправления в Республике Казахстан сопровождается важными реформами и изменениями в законодательной базе.

В настоящее время функционирование системы местного самоуправления в Казахстане регулируется Законом Республики Казахстан «О местном государственном управлении и самоуправлении в Республике Казахстан» принятым в январе 2001 года. Кроме того, с принятием новшеств 2017 года данным Законом учтен принцип децентрализации функций, цель которой состоит в рационализации функций государственного управления, а также предусматривает усиление самостоятельности и ответственности органов местного самоуправления. Также были внесены ряд поправок в действующее бюджетное законодательство, рассматривающий бюджеты города районного значения, села, поселка, сельского округа как отдельный уровень бюджета [1, 2].

Результатом предлагаемых мер, в конечном итоге, будет реализация политики развития местного самоуправления, которая, в свою очередь,

приведет к созданию системы взаимодействия населения, местного самоуправления и государственной власти. Все это позволит обеспечить самостоятельность решения населением вопросов местного значения, учет мнения населения при решении вопросов, непосредственно затрагивающих интересы населения соответствующих территорий.

Проблемы бюджетного планирования являются актуальными со дня становления независимого Казахстана и несколько раз подлежали реформированию законодательства

Существующие проблемы в муниципальных образованиях, связаны главным образом с самим типом бюджетного планирования. Постатейная форма представления бюджета не позволяет отслеживать и контролировать результаты произведенных бюджетных расходов. Единственно доступным параметром бюджетных расходов является величина затраченных ресурсов (финансовых, материальных, людских и т. д.), на которой строится оценка эффективности расходов. Однако оценить целесообразность расходов не представляется возможным.

На данный момент рассматриваются вопросы совершенствования межбюджетных отношений. Эти изменения предусматривают передачу корпоративного подоходного налога от малого и среднего бизнеса на местный уровень, который позволит увеличить доходность местных бюджетов и повысить самостоятельность органов местного самоуправления.

Таким образом, основная часть расходов местных бюджетов направлена, скорее, на удовлетворение текущих потребностей, нежели на технологическое или инновационное развитие. Причиной подобного разделения бюджетных расходов является отсутствие должного участия и заинтересованности местных органов исполнительной власти в региональном развитии повышении потенциала. В результате этого складывается парадоксальная ситуация, когда на республиканском уровне разрабатываются стратегические программы и проекты, реализуются программы индустриально-инновационного развития, а на местном уровне данные программы принимаются в лучшем случае как возможность использования дополнительных средств, а в худшем – как нечто, далекое от реального развития региона и не имеющее ничего общего с текущей ситуацией.

Принятые поправки в действующее бюджетное законодательство направлены на улучшение норм по внедрению самостоятельного бюджета на уровне городов районного значения, сел, поселков, сельских округов и на совершенствование эффективности регулирования межбюджетных отношений между районным (города областного

значения) бюджетом и бюджетами городов районного значения, сел, поселков, сельского округа.

В целом принятые изменения Закона обеспечат расширение финансовой и экономической самостоятельности органов местного самоуправления в решении актуальных вопросов местного значения.

Литература:

1. Бюджетный Кодекс Республики Казахстан от 04.12.2008 г.
2. «О местном государственном управлении и самоуправлении в Республике Казахстан» Закон Республики Казахстан от 23 января 2001 года № 148.
3. Алимбиева Т.Г. Развитие местного самоуправления в Казахстане как института гражданского общества// Молодой ученый. - 2015. - №2. - С. 365-369.
4. www.minfin.gov.kz
5. www.stat.gov.kz
6. <https://www.gov.kz/>

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗДЕЛЬНОГО СБОРА ОТХОДОВ

Т.С. Витько, Н.К. Ивашенцева, Н.А. Филатьева
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, tanya.vitko@icloud.com

В современной экономике России проблема раздельного сбора отходов стоит очень остро. Развитые страны достигли значительных успехов в данном вопросе на пути к устойчивому развитию. В работе выявляются возможные пути решения данной проблемы через призму опыта зарубежных стран. Проводится сравнительный анализ организации и стимулирования раздельного сбора в различных странах. По данным анкетирования исследуется общественный мнение на тему сортировки отходов. По результатам опроса предлагаются рекомендации по стимулированию раздельного сбора отходов путем поддержания экономического интереса.

In the modern Russian economy, the problem of separate waste collection is very acute. Developed countries have made significant progress in this area towards sustainable development. The article identifies possible ways to solve this problem through the prism of foreign experience. A comparative analysis of the organization and promotion of separate collection in different countries was conducted. Based on the results of the survey, public opinion on the topic of waste sorting is investigated. The survey results offer recommendations for encouraging separate waste collection by maintaining economic interest.

В настоящее время проблема утилизации отходов в нашей стране стоит крайне остро. Вторичная переработка отходов, как способ решения данной проблемы, находится на начальной фазе своего развития. Попытки, предпринимаемые в России для решения этого вопроса, малоэффективны по сравнению с западными странами. Это обусловлено пробелами в экономическом механизме управления в сфере природопользования и охраны окружающей среды. Тема экологической безопасности управления отходами актуальна в современном мире, особенно остро стоит проблема экономического стимулирования раздельного сбора отходов.

Экологичный образ жизни – несомненный тренд 2020 года. Многие крупные компании актуализируют экологическую повестку и ставят своей целью вдохновлять и мотивировать людей жить экологично. Но в чем же состоит интерес производителей? Каковы экономические стимулы экологизации предприятий?

Погружаясь в стратегию устойчивого развития производственно-торговой компании ИКЕА, можно выделить несколько направлений, способствующих снижению воздействий на окружающую среду. Среди них – экономия энергии, воды, сокращение и переработка отходов, а также экономика совместного пользования. Сама концепция повторного использования товара весьма прибыльна для производителя, так как на основе использования старых материалов создается новый продукт. Превращение потенциальных отходов в ресурсы – это большая выгода для бизнеса и общества. Так, выигрыш покупателя заключается в возможности возврата ненужного товара производителю и получении некоторого процента от его стоимости. Уцененный товар выкупают те, кому он необходим, и производитель без больших ресурсных затрат получает ощутимый доход. [1]

С другой стороны, мода на экологичность, как фактор спроса, безусловно, повлияла на предпочтения общества и многие компании превратили запросы на экологичность в новый маркетинговый ход. Все чаще при выборе товаров, люди отдают предпочтения eco-friendly брендам. И компаниям выгодно, что товары, позиционируемые как экологичные, лучше продаются. Мировые бренды используют тренд на экологичность для поддержания и улучшения своих продаж. К примеру, известная шведская компания H&M выпустила линейку одежды Conscious, которая изготовлена из экологичных материалов как минимум на 50% и более (например, из органического хлопка и переработанного полиэстера).

Решение экологических проблем – это выгодное вложение в бизнес-процессы компаний. Данную тенденцию можно рассмотреть на примере

новосибирской компании-производителя стеклотары «Сибстекло». Прием стеклянных бутылок в качестве вторсырья, перерабатываемого на 100%, помогает не только решать экологические проблемы, но и снизить энергозатраты, сдерживать цены на готовую продукцию. Интерес к вторсырью продиктован скорее экономической повесткой, так как 1 тонна стеклобоя замещает 1,2 тонны природных компонентов, тем самым «Сибстекло» оптимизирует расходы на доставку полезных ископаемых из других регионов.

На сегодняшний день всё большую популярность приобретает ответственное инвестирование, заключающееся в заинтересованности инвестора к компании, соблюдающей принципы ESG - экология, социальное развитие, корпоративное управление. Эмитированные компанией «зеленые» облигации позволяют инвесторам финансировать экологические проекты и диверсифицировать свои активы. Выпуская зеленые облигации, компании получают льготы от государства в уплате налогов, компенсацию расходов на подготовку выпуска, а также расширяют круг инвесторов для привлечения капитала на более выгодных условиях. [2]

Для решения проблемы экономического стимулирования раздельного сбора отходов в нашей стране, необходимо опираться на опыт зарубежных стран. В таблице 1 приведены особенности стимулирования раздельного сбора отходов в различных странах. [3]

Таблица 1 – Особенности стимулирования раздельного сбора отходов в других странах

Страны	Особенности
Япония	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 4 вида мусора: негорючий, сгораемый, перерабатываемый, крупногабаритный. ➤ Острова из не перерабатываемого мусора. ➤ Философия «моргтанай». ➤ Выбрасывание мусора в неполюженном месте приравнивается к уголовному преступлению.
Корея	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Около многоэтажных домов – «умный» бак с пищевыми отходами. ➤ Лидер по внедрению современных технологий (автоматизированные заводы с 10 людьми). ➤ Если не хотите сортировать, то специальные пакеты для смешанного мусора за 2000-10000 вон (100-500 рублей).

США	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Устраивают дни приема мусора в назначенный час. Например, выставляют на обочину пакет со стеклом, за которым приезжает машина. ➤ В школах – 100 обязательных волонтерских часов.
Германия	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Поощрение за возврат тары тому предприятию, которое производит продукт. ➤ Система штрафов за неправильное обращение с мусором.
Бразилия (г. Куритаба)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ В 1991 г. обмен 4 кг перерабатываемого мусора на 1 кг свежих овощей и фруктов. ➤ Сейчас во многих школах можно обменять отходы на школьные принадлежности.
Швеция	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Перерабатывается чуть ли не 99% отходов. ➤ Большинство продукции состоит из переработанного вторсырья. ➤ Отходы сжигаются, а полученная энергия обеспечивает тепло многоквартирных домов.

Из представленной таблицы можно сделать вывод, что общими особенностями организации раздельного сбора отходов, применяемыми в указанных странах, являются:

1. Обязательная плата граждан за количество, размеры, частоту вывоза и расстояние до предприятия, которое сортирует отходы.
2. Штрафы и наказания за незаконный выброс мусора.
3. Контейнеры для сортировки около домов.

Перспективу для решения данной проблемы открывают результаты социологического опроса, проведенного в рамках исследования. Опрос состоял из 14 вопросов, которые затрагивали проблему раздельного сбора отходов. Согласно данным опроса 60% респондентов считают, что отсортированные отходы все равно попадают на свалку и именно по этой причине 40% опрошенных не видят смысла в сортировке. Это говорит об экологической неграмотности населения. Анализ полученных ответов позволил заключить, что сортировку отходов можно мотивировать предоставлением скидок на вывоз мусора (при соблюдении раздельного сбора), а также созданием удобной инфраструктуры для раздельного сбора.

Литература:

1. Отчет по экологии и социальной ответственности 2019 / ИКЕА. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://www.ikea.com/ru/ru/files/pdf/aa/54/aa541e31/russia-sustainability-summary-fy19.pdf> (дата обращения: 24.10.2020)

2. 5 выгод «зеленой» экономики для ритейла [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/5-vygod-zelenoy-ekonomiki-dlya-riteyla/> (дата обращения: 24.10.2020)

3. Федотов А.В. Зарубежный опыт организации и стимулирования раздельного сбора и утилизации твердых бытовых отходов на региональном уровне // Вопросы региональной экономики. – 2019. – №4(41). – С. 54-62.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА СНЕГОПЛАВИТЕЛЬНОГО ПУНКТА В НСО

Л.С. Волосатова, Н.С. Фадеева

**Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, 403733@gmail.com**

В работе проанализированы различные способы утилизации снега в зимний период. Обозначена острая необходимость в таких пунктах на территории НСО. Рассчитаны показатели эффективности строительства снегоплавильного пункта.

The paper analyzes various ways of utilizing snow in winter. An urgent need for such points on the territory of the NSO is indicated. The indicators of the effectiveness of the construction of a snow-melting station have been calculated.

В современном мире все чаще ставится вопрос об альтернативном использовании энергетических ресурсов. Остановимся на проблеме, связанной вывозом и складированием снежных масс в быстрорастущем городе.

В Новосибирске работают две снегоплавильные станции, топливом которых является природный газ, также присутствуют такие недостатки как шумность работы и простои спецтехники. В результате анализа рынка снегоплавильных установок, была предложена новая схема строительства и эксплуатации снегоплавильной станции.

Обозначим необходимость создания таких станций в Новосибирске. Снежные осадки в регионе начинаются в ноябре, таким образом, зима продолжается пять месяцев до конца марта.

По статистическим данным среди регионов РФ Новосибирск занимает второе место по объему снега к утилизации - 60,67 млн. м³. [1]

В Новосибирске существует несколько вариантов уборки и утилизации снега:

1. Снегоотвалы. В период зимы сезона 2018-2019 в Новосибирске было организовано 23 площадки утилизации снега и вывезено примерно 3 миллиона кубометров снега. Несанкционированных же снегоотвалов в связи с рекордным количеством осадков было гораздо больше.

Плюсы данного способа: простота; доступность; при использовании нелегальных площадок хранения – стоимость снижается; при небольших объемах снега – минимальные затраты ресурсов.

Минусы: экологическая опасность; сложные процессы логистики; усугубление ситуации на дорогах. [2]

2. Автономные мобильные плавильные комплексы. Такие снегоплавильные установки успешно используются в Москве. Транспортировка снега - одна из самых крупных статей расходов при уборке снега с территорий. Купив специальное оборудование, можно снизить эти расходы практически в 5 раз. В Новосибирске по такому же принципу работают модульные или стационарные плавильни, но мобильные снегоплавильные установки имеют возможность перемещения.

Плюсы: безотходность; мобильность; компактность; уменьшение стоимости плавления в несколько раз за счет минимизации логистических операций.

Минусы: неуниверсальность; частное финансирование.

3. Стационарные снегоплавильни. Сегодня в Новосибирске функционирует две газовых снегоплавильни – на ул. Федосеева и ул. Широкой, мощностью 400-500 тыс. м³ переработанного снега за сезон.

Плюсы: безотходное производство; быстрая утилизация снега; экологическая безопасность.

Минусы: дороговизна предприятия; шумность установки; проблемы транспортировки и логистики.

На сегодняшний день две существующие в Новосибирске снегоплавильные установки располагают суммарной мощностью в 1,6 млн. м³ снега за сезон, в то время как усредненный объем снега к утилизации составляет 6 млн. м³. Таким образом, работающие снегоплавильни не справляются с имеющейся нагрузкой и это при том, что на снегоотвалы отправляется около 3 млн. м³ снега. [3]

Наиболее выгодной идеей становится строительство стационарных установок небольшой мощности, которые не требуют капитальных вложений с длительным периодом окупаемости. Так, появляется возможность задействовать мощности отдельно стоящих предприятий, работающих в черте города, для того чтобы решить проблему нехватки площадок под складирование снега и разрешить вопрос с транспортными расходами на перевозку снежных масс.

Новосибирск - быстрорастущий город, постоянно строится новое жилье, а, следовательно, повышается нагрузка на генерирующие объекты. В сложившейся ситуации наиболее рациональным является переход к технологиям, обеспечивающим экономию ограниченных топливных ресурсов на пути всей цепочки использования энергии. [4]

Основными причинами снижения экономичности ТЭЦ можно считать сокращение выработки электроэнергии на тепловом потреблении и большие потери при транспорте теплоносителей.

Альтернативным способом энергосбережения является использование тепла обратной сетевой воды для снегоплавильных установок. [5]

Сетевой называется специально подготовленная вода, используемая в водяной системе теплоснабжения в качестве теплоносителя. ТЭЦ работает по принципу замкнутой системы, т.е. теплоноситель, отдав свое тепло, полностью или частично возвращается в котельную.

На этом этапе происходит пустая потеря тепла, в связи с этим увеличивается расход подпиточной воды. В Москве уже успешно осуществлены проекты, в результате которых производится подключение к обратной линии снегоплавильных установок, работающих на обратной сетевой воде.

Таким образом, можно наблюдать повышение экономической эффективности теплоэнергетики в концепции энергосбережения на основе использования низкопотенциального тепла.

На рисунке приведена схема работы снегоплавильной установки, разработанная для такого проекта в Новосибирске.

В результате анализа условий строительства различных участков был сделан вывод о том, что ТЭЦ-5 является самым оптимальным генерирующим объектом для строительства проектируемой снегоплавильной станции.

В рамках реализации проекта был разработан календарный план, который позволил определить сроки начала и окончания строительства: с 15 мая 2021 года по 31 июля 2021 года.

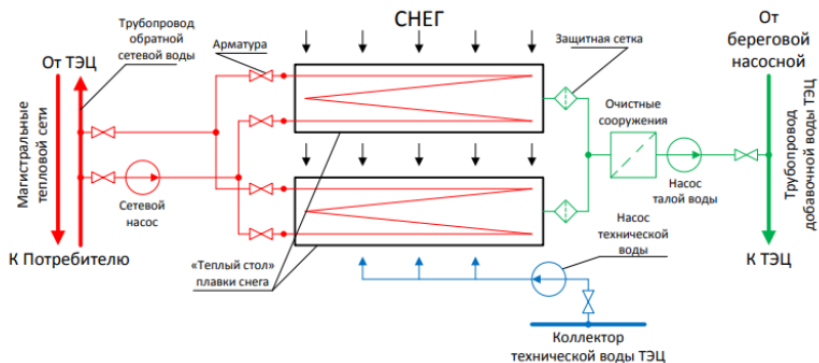


Рис.1 – Схема снегоплавильной установки

Сметная стоимость строительства составила 81861763 рублей. Анализируя затраты на строительство, можно сделать вывод о том, что данный проект является конкурентоспособным на имеющемся рынке. Капитальные затраты на сооружение снегоплавильной установки составили 112 миллионов 358 тыс. рублей. В то время как капитальные вложения в строительство газовых стационарных станций на Федосеева и Широкой оказались дороже в 1,4 и 2,2 раза соответственно.

Также были рассчитаны и проанализированы основные показатели эффективности проекта.

Показатель ЧДД (чистый дисконтированный доход) в расчётном периоде является положительным, что говорит о возможности получения стабильного дохода в виде поступающих денежных потоков.

ВНД (внутренняя норма доходности) оказалась равной 15% при ставке дисконтирования 7%, т.е. проект может быть принят к реализации.

Срок полезного использования объекта в 2,5 раза больше срока окупаемости, это говорит об эффективности инвестиций в долгосрочном периоде. Срок окупаемости составляет 10 лет, что является достаточно хорошим результатом, учитывая сумму капитальных затрат, вложенных в сооружение станции и характер строительства.

Индекс рентабельности превышает единицу (1,21), таким образом, проект является коммерчески эффективным и способен приносить прибыль.

Анализируя полученные результаты, можно сделать вывод о том, что проект стоит принять к реализации ввиду его экономической эффективности в долгосрочном периоде.

Литература:

1. Лучицкая И.О. Климат Новосибирска и его изменения / Белая Н.И., Арбузов С.А. - Новосибирск: СО РАН, 2014.
2. Официальный сайт города Новосибирска. Информация по снегоотвалам на зимний период 2017-2018 гг.: [Электронный ресурс]: URL <http://novo-sibirsk.ru/news/96675/>
3. РБК. Снегоплавильные станции: почему не движется проект «Машзавода «Труд»: [Электронный ресурс]: URL <https://nsk.rbc.ru/nsk/freenews/58a479b39a79476b8f880fe7>
4. Хванов П.А. Пути повышения эффективности тепло- и энергоснабжения Москвы. Анализ современного состояния энергетического хозяйства Москвы/ Беккер В. Л. – Москва: ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ, 2016.
5. Портал-Энерго. Энергосбережение в ЖКХ: 96 способов: [Электронный ресурс]: URL <http://portal-energo.ru/articles/details/id/40>

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ КЫРГЫЗСТАНА

С.Н. Ганыева, С.Е. Савина

**Кыргызско-Российский Славянский университет,
г. Бишкек, saikalganyeva@gmail.com**

В данной статье предпринята попытка раскрыть основные причины влияния эпидемиологической и политической ситуации на социально-экономическую систему Кыргызстана. Рассматривается эффект влияния формальных и неформальных институтов на замедление экономического развития страны.

This article is an attempt to reveal the main reasons for the influence of the epidemiological and political situation on the socio-economic system of Kyrgyzstan. The effect of formal and informal institutions on the slowdown of the country's economic development is considered.

За последние годы в Кыргызстане произошли значительные изменения в социально-экономической и политической системе. В то же время сложно говорить о долгосрочной стабильности, так как регулярно возникают кризисные ситуации. В 2020 году развитие республики оказалось под угрозой внешних и внутренних шоков. Можно без преувеличения сказать, что страна переживает один из драматических периодов в своей истории. Поэтому большой общественный интерес вызывают такие вопросы, как определение проблем, которые мешают развитию, приоритетов и конкретных путей выхода из тупика.

Каковы же актуальные экономические проблемы Кыргызстана в настоящее время?

Одним из главных вызовов для республики, как и во всем мире, является пандемия коронавируса COVID-19.

Будучи небольшой, не имеющей выхода к морю страной с относительно высоким уровнем бедности и узким внутренним рынком, Кыргызстан сталкивается с существенными потерями в основных секторах экономики — туризме, торговле, потребительских услугах и строительстве. Как ожидается, ВВП страны к 2020 году сократится на 10%. В связи с нестабильной ситуацией наблюдается рост курса доллара (1\$ = 84 сом). Возникли проблемы с многими источниками дохода, что создало дефицит внешнего финансирования в сумме 500 млн. долл. Это требует поддержки со стороны Международного валютного фонда, Азиатского банка развития и других партнеров. На 6 августа от международных финансовых организаций поступило 333,1 млн. долл. [1]

Можно смело утверждать, что пандемия приведет к серьезным перекосам в платежном балансе Кыргызстана. В частности, поступления от экспорта туристических услуг, которые по сведениям Национального банка в 2018 году составляли 5,6% ВВП, могут практически исчезнуть в 2020 году из-за закрытия границ и других проблем, с которыми сталкивается страна на сегодняшний момент.

Социально-экономические последствия

Ключевыми секторами экономики Кыргызской Республики являются торговля и потребительские услуги (18% ВВП), обрабатывающая промышленность (14%), сельское хозяйство (12%) и строительство (10%). Данные статистики показывают, что практически все сектора резко сократили свои объемы, однако все же наибольшие шоки испытали строительный сектор и сектор услуг.

Исходя из того, что вследствие пандемии миграционный рынок сократился, это дало и положительный результат. Например, произошел некоторый рост производства в сельском хозяйстве (5%) за счет притока рабочей силы в эту сферу; более быстрый рост ИКТ (10%); и отсутствие изменений в секторе государственных услуг, финансовом секторе, секторе профессиональных услуг, в золотодобывающем секторе и других отраслях. Эксперты ожидают, что снижение объемов производства в таких секторах как строительство, торговля, потребительские услуги, гостиницы, общественное питание, транспорт и другие составит около 21%. Это позволяет предположить о 10%-м снижении ВВП в 2020 году и снижении доли этих секторов в ВВП по сравнению с 2019 годом. [2]

Вспышка пандемии привела к незначительной переориентации сельского хозяйства Кыргызстана в сторону самообеспечения,

вызванного проблемами продовольственной безопасности. Это стало возможным за счет возвращения трудовых мигрантов преимущественно в сельские районы, что способствовало увеличению численности рабочей силы в сельском хозяйстве. В то же время обследование Международной организации по миграции показало, что большинство трудовых мигрантов предпочли бы уехать за границу, нежели работать на родине, в первую очередь из-за низких доходов.

В золоторудной добыче выделяется совместная кыргызско-канадская компания «Кумтор Голд». Она практически не пострадала, только за первые 4 месяца 2020 года снижение произошло лишь на 3%. Из чего следует, что рентабельность на этом предприятии не была затронута пандемией. Здесь необходимо сказать, что в Кыргызстане тоже имеется аналог «голландской болезни», связанный именно с этой компанией. При ее стагнации экономика республики испытала бы мощный экономический шок и последствия были бы значительно тяжелее.

В производственном секторе Кыргызстана успешно работает швейное производство, на которое по данным Национального статистического комитета приходится 3% промышленного производства, 7% экспорта товаров, 0,5% от ВВП и 10% от общей занятости в стране. Но в современных условиях конкурентоспособность швейников на рынках в России и Казахстане резко ухудшилась. По итогам 9 месяцев 2020 г. производство продукции швейной отрасли составило 3,8 млрд сомов, снизившись по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. на 20,5%. Объемы экспорта швейной продукции упали на 37%. [3] По оценкам ассоциации «Легпром» до конца 2020 года ожидается потеря около 50% объемов производства из-за падения спроса потребителей.

В то же время следует сказать, что другие промышленные подотрасли были затронуты пандемией в значительно меньшей степени (пищевая промышленность, производство электроэнергии, водоснабжение и т.п.).

Сильнее всего пострадал сектор торговли и потребительских услуг, особенно в городах. В частности, жесткий карантин с 20 марта и до начала июня в Бишкеке, Оше и других городах областного значения парализовал розничную и оптовую торговлю непродовольственными товарами, а также резко сократились объемы бытовых услуг (ремонт автомобилей и помещений, услуги парикмахерских, химчистки и др.). Значительная часть предпринимателей получает доход через рынки Дордой и Кара-Суу. На деятельность этих рынков негативно повлияли как карантин, так и закрытие границ, что существенно подорвало их позиции по реэкспорту товаров в страны Центральной Азии.

Основное воздействие на предложение рабочей силы в Кыргызстане связано с трудовой миграцией, что проявляется в росте числа

возвращающихся мигрантов при отсутствии для них рабочих мест в экономике страны, а также падении денежных переводов. По данным Национального банка Кыргызской Республики, за 6 месяцев 2020 года они сократились на 16% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года [4, с.7]. Кроме того, на рынок труда вышли те граждане, которые потеряли работу из-за остановки предприятий. Также из-за общего падения доходов стали искать работу часть ранее неактивного населения (домохозяйки, студенты и др.).

Сложившаяся ситуация позволяет экспертам сделать вывод, что предложение на рынке труда по оптимистическому сценарию может увеличиться на 9–10% от текущей занятости. По модели наихудшего сценария уровень безработицы в Кыргызской Республике может достичь 21% к концу 2020 года, и это в стране, где в 2019 году более 20% населения уже проживало в бедности. [2]

Осень 2020 года показала, что в Кыргызстане к последствиям пандемии коронавируса добавился еще один серьезный вызов – это политическая нестабильность в стране. Это приводит к череде хаотичных кадровых перестановок, проблеме возврата в правовое поле, возможному приходу к власти отдельных деструктивных сил и др.

В Кыргызстане это уже третий политический переворот, и постоянная смена власти способствует очередному экономическому и социальному кризису. В первую очередь, при смене власти республика теряет доверие перед другими странами, что приводит к затяжному инвестиционному спаду, уменьшает поступления финансовых средств в государственный бюджет, влияет на внешнюю и внутреннюю безопасность страны.

Кроме того, в Кыргызстане слабо задействованы имеющиеся политические, экономические и духовные институты. Это вытекает из того, что, например, меры по борьбе с коррупцией зачастую остаются на бумаге, сильно развита теневая экономика, что негативно влияет на стабильность в стране. Общеизвестной, но медленно решаемой является проблема поддержки малого и среднего бизнеса со стороны государства, особенно в кризисных условиях пандемии. Также отмечается отставание процесса цифровизации и низкая заработная плата в Кыргызстане по сравнению с другими странами ЕАЭС.

При этом следует признать, что в Кыргызстане широко развиты неформальные институты. И в какой-то мере это позволяет нивелировать тяжелые последствия различных кризисов. Что интересно, со стороны населения к неформальным институтам проявляется значительно больше доверия, чем к официальным структурам. Этот феномен активно изучается различными международными экспертами.

Подводя итог, можно сказать, что перечисленные основные вызовы – это свершившийся факт. Поэтому для улучшения ситуации, в первую очередь, необходимо уделить особое внимание расстановке кадров, давая дорогу талантливой молодежи. Именно молодежь является движущей силой всех политических потрясений в Кыргызстане и одновременно она – будущее страны. Также требуется изменить политические и социальные институты и улучшить инвестиционную деятельность в регионах, что приведет к росту новых рабочих мест, и как следствие, к сокращению бедности и безработицы. В целом, государство не на словах, а на деле должно обеспечить поддержку предпринимателей, что будет способствовать преодолению кризиса.

Литература:

1. Кто и сколько средств выделил Кыргызстану в период пандемии. Список. /10.08.2020/ - URL: https://kaktus.media/doc/418531_kto_i_skolko_sredstv_vydelil_kyrgyzstany_v_period_pandemii_spisok.html
2. COVID-19 в Кыргызской Республике: Оценка воздействия на социально-экономическую ситуацию и уязвимость и ответные меры политики: ПРООН-АБР, август 2020. - URL: <https://covid.kg/files/news/00efed539cb45e7de27d625f5be4d60819124477.pdf>
3. Жыргалбек Сагынбаев: «Лёгкая промышленность всегда занимает достойное место в экономике Кыргызстана... /29.10.2020/. - URL: <http://gkpen.kg/index.php/press/news/947-2020-10-29-09-44-18>
4. Отчет о состоянии платежной системы КР за II квартал 2020 года. - URL: <https://www.nbkr.kg/DOC/13082020/000000000055107.pdf>

ТИПОЛОГИЯ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО УРОВНЮ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

А.А. Гришакова
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, alinkogris@yandex.ru

В статье разработана методика оценки инновационного потенциала региона и сформирована система статистических показателей, характеризующих его. Проведена типология субъектов Российской Федерации по уровню инновационного потенциала. Построены дискриминантные функции для классификации регионов по уровню инновационного потенциала региона.

In this article a methodology for assessing the innovative potential of the region has been developed and a system of statistical indicators that characterizing it has been formed. The typology of the constituent entities of the Russian Federation was carried out according to the level of innovation potential. Discriminant functions are constructed for the classification of regions by the level of the innovative potential of the region.

При переходе на новую технологическую платформу инновационная деятельность приобретает все большее значение для экономического развития и увеличения конкурентных преимуществ как страны, так и отдельных ее регионов.

На сегодняшний день актуальной проблемой остается исследование инновационного потенциала как важнейшего фактора для создания благоприятных условий развития инновационной сферы и реализации инновационных процессов.

Инновационный потенциал региона - сложное, многогранное понятие. Для его оценки необходим комплексный подход, включающий разработку системы показателей, выбор информационной базы и применение многомерных статистических методов.

В данной работе в качестве информационной базы для оценки инновационного потенциала субъектов Российской Федерации была избрана официальная статистическая информация Федеральной службы государственной статистики о науке, инновациях и образовании.

Был сформирован перечень из 18 статистических показателей, характеризующих уровень инновационного потенциала регионов России в 2010-2018 гг. Отобранные показатели были сгруппированы в четыре тематических блока:

«Кадровый потенциал» включает три показателя, отражающих возможности регионов к воспроизводству интеллектуального потенциала, а также наличие кадров, способных принять участие в формировании экономики инновационного типа.

«Производственно-технический потенциал», включающий семь статистических показателей, характеризует уровень научно-технического прогресса, а также позволяет дать оценку информационно-коммуникационной среды регионов.

«Финансово-экономический потенциал» включает три показателя, позволяющих оценить финансовую обеспеченность инновационной деятельности.

«Результативность инновационной деятельности» отражают пять показателей, позволяющих оценить возможности и условия, необходимые для внедрения новшеств.

Полученный массив данных характеризуется несопоставимостью по единицам измерения, поэтому их анализ предполагает решение задачи нормирования исходных переменных по формуле:

$$X'_{ij} = \frac{X_{ij} - X_{i \min}}{X_{i \max} - X_{i \min}}$$

где X'_{ij} – нормированное значение i -го показателя в j -ом регионе; X_{ij} – фактическое значение i -го показателя в j -ом регионе; $X_{i \max}$, $X_{i \min}$ – максимальное и минимальное значение i -го показателя по всем регионам.

Интегральный показатель инновационного потенциала для каждого региона рассчитывается как многомерная средняя по следующей формуле:

$$\bar{P}_i = \sum_{j=1}^k \frac{X'_{ij}}{k}$$

где X'_{ij} – нормированное значение i -го показателя по j -ому региону, k – число характеристик.

После того как для каждого региона Российской Федерации в 2010-2018 гг. был рассчитан интегральный показатель инновационного потенциала, появляется возможность рассмотреть его изменение в динамике лет.

Так, в рассматриваемом периоде уровень инновационного потенциала возрос у 78% субъектов, что стало причиной увеличения среднего уровня инновационного потенциала по стране с 0,270 в 2010 году до 0,304 в 2018 году.

Далее, по значению интегрального показателя инновационного потенциала, проводится типологическая группировка регионов. Для того чтобы наилучшим образом разбить совокупность, в первую очередь необходимо правильно определить количество групп, что может быть осуществлено с использованием критерия максимизации межгрупповой дисперсии.

Исходя из значений межгрупповой дисперсии, оптимальным является разбиение регионов России на три типические группы:

- низкий уровень инновационного потенциала [0;0,33];
- средний уровень инновационного потенциала [0,33;0,67];
- высокий уровень инновационного потенциала [0,67;1].

Таким образом, в 2010 году в пятерку лидеров по уровню инновационного потенциала вошли, по порядку: г. Москва, г. Санкт-

Петербург, Нижегородская область, Томская область, Московская область. В 2018 году ситуация не изменилась и регионы сохранили за собой лидирующие позиции.

Для верификации проведенной типологической группировки могут использоваться методы кластерного анализа. Так, был применен метод k-средних. Кластеризация проводилась по значениям четырех составляющих инновационного потенциала, рассмотренных ранее. При использовании данного метода выделились 3 кластера.

Проведя анализ регионов, попавших в каждый кластер, им можно дать следующие названия: кластер с высоким, средним и низким уровнем инновационного потенциала.

Средние значения по каждому кластеру, представлены в таблице 1. Можно заметить, что четко выделяется доминирующий кластер, где все средние значения максимальные.

Таблица 1 – Средние значения по каждому кластеру, по субъектам России за 2018 год

Наименование показателя	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3
Кадровый потенциал (x_1)	0,797	0,287	0,123
Производственно-технический потенциал (x_2)	0,640	0,518	0,331
Финансово-экономический потенциал (x_3)	0,506	0,135	0,026
Результативность инновационной деятельности (x_4)	0,398	0,281	0,127

Результаты двух разбиений отличаются, но вместе с тем коэффициент совпадений составил 78%, следовательно, ядра кластеров, ловят оба метода.

Адекватность полученной региональной структуры инновационного потенциала также можно проверить при помощи более точного метода – дискриминантного анализа.

В качестве обучающей выборки использованы субъекты-ядра кластеров по уровню инновационного потенциала, выявленные на предыдущих этапах анализа, а в качестве предикторов четыре компонента инновационного потенциала, представляющие собой интегральные значения тематических блоков статистических показателей.

Были построены три классификационные функции для отнесения субъектов к типу с высоким, средним и низким инновационным потенциалом:

$$S_{выс} = 257,78 x_1 + 163,67x_2 + 137,75 x_3 + 73,41 x_4 - 239,14$$

$$S_{сред} = 88,72 x_1 + 104,17x_2 + 40,13 x_3 + 55,96 x_4 - 54,48$$

$$S_{низ} = 55,86 x_1 + 74,80 x_2 + 1,20 x_3 + 30,59 x_4 - 22,76$$

Полученные классификационные функции не только помогают оценить достоверность полученной региональной структуры, но и позволяют классифицировать «новые» объекты, которых не было в выборке первоначально, например, Республику Крым.

Полученные по данному субъекту значения четырех компонент инновационного потенциала подставлены в дискриминантные функции. В результате расчетов Республика Крым была отнесена к регионам с низким уровнем инновационного потенциала, так как для данного типа значения функции наибольшее.

Таким образом, результаты, полученные в работе, говорят об увеличении уровня инновационного потенциала страны, но вместе с тем, преобладающая часть регионов относится к группе с низкими значениями данного показателя.

На сегодняшний день, анализ инновационной деятельности является важной задачей для исследователей. В данной работе с использованием многомерных статистических методов разработан алгоритм анализа инновационного потенциала субъектов Российской Федерации, позволяющий проводить сравнение не только по территориям, но и в динамике.

Литература:

1. Глинский В.В., Серга Л.К., Зайков К.А. Оценка инновационного потенциала территории: пространственно-динамический подход// Идеи и идеалы. 2016. Т.2. №2 (28) с.62-74
2. Дергаченко О.В. Кластеризация и дискриминантный анализ регионов Приволжского федерального округа по уровню отдельных социально-экономических показателей// Концепт. 2016. № 02
3. Зайков К.А. К вопросу оценки уровня инновационного потенциала субъектов Российской Федерации// Вестник НГУЭУ. 2019. № 1. с. 134-151.

РОЛЬ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ В РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «СОХРАНЕНИЕ ОЗЕРА БАЙКАЛ»

О.В. Демидов, М.Л. Мельцер
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС,
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, O.V.D.17@yandex.ru, melcer@corp.nstu.ru

Озеро Байкал – уникальный объект в масштабе планеты, который включен в Список природного наследия ЮНЕСКО. На территории под условным названием «Байкальская природная территория» реализуется федеральный проект «Сохранение озера Байкал». Частью федерального проекта является региональный проект, реализуемый в буферной экологической зоне в пределах Забайкальского края. Проведенные исследования показывают на недостаточность выполняемых мероприятий для сохранения озера Байкал.

Lake Baikal is a unique object on a planetary scale, which is included in the UNESCO Natural Heritage List. On the territory under the code name "Baikal Natural Territory" the federal project "Preservation of Lake Baikal" is being implemented. Part of the federal project is a regional project implemented in the buffer ecological zone within the Trans-Baikal Territory. The studies carried out show that the measures taken to preserve Lake Baikal are insufficient.

Национальный проект «Экология» и государственная программа "Охрана окружающей среды на 2012-2020 годы» являются ключевыми в деятельности по достижению национальной цели развития Российской Федерации. Эта цель сформулирована как «Обеспечение устойчивого естественного роста численности населения Российской Федерации и повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет (к 2030 году – до 80 лет)». Национальный проект «Экология» реализуется 11 федеральными проектами, бюджет до 2024 года составляет 4041 млрд. рублей.

Одним из инструментов является федеральный проект «Сохранение озера Байкал». Согласно паспорту федерального проекта, он увязан с ФЦП «Охрана озера Байкал и социально-экономическое развитие Байкальской природной территории на 2012-2020 годы» с общим финансированием 26 049 млн. руб. Федеральный проект «Сохранение озера Байкал» реализуется в трех субъектах Российской Федерации – Республике Бурятия, Иркутской области и Забайкальском крае на территории под общим наименованием «Байкальская природная территория». На его реализацию предусмотрено выделение 34 млрд. рублей (таблица 1).

Озеро Байкал относится к Ангаро-Байкальскому бассейновому округу. Площадь водосборного бассейна озера Байкал – 571 тыс. км².

Крупнейшей рекой, впадающей в Байкал и обеспечивающей до половины ежегодного притока воды в озеро является Селенга. На территорию Забайкальского края приходится формирование 27% стока и 13% площади бассейна реки Селенги. На долю бассейна озера Байкал – около 10000 водотоков. Краткие характеристики основных водотоков, относящихся к бассейну озера Байкал показаны в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 – Характеристика основных притоков реки Селенга

№ п/п	Наименование реки	Площадь водосбора, тысяч км ²	Годовой расход, м ³ /с	Годовой объем стока, км ³		
				средний	Max	Min
1	Хилок	25,70	73,6	2,30	4,2	0,75
2	Блудная	1,30	6,44	0,20	0,35	0,094
3	Чикой	15,60	107	3,38	6,64	0,75

Таблица 2 – Озера бассейна р. Селенги

№ п/п	Название	Площадь зеркала, км ²	Объем воды, км ³
1	Арахлей	58,5	0,61
2	Шакшинское	52,6	0,21
3	Большой Ундугун	11,6	0,03
4	Иргень	33,2	0,06

Питание рек Забайкальского края осуществляется преимущественно за счет поверхностных вод. Подземное питание незначительно и составляет в среднем по краю 11%. Все реки края относятся к рекам с дождевым или с преобладающим дождевым питанием. Оно составляет в среднем 80% и лишь в бассейне реки Хилок снижается до 55%. Снеговое и ледниковое питание рек Хилок и Чикой составляет от 16 до 34%. Основные загрязнители в пределах буферной экологической зоны на территории Забайкальского края: АО Разрез «Тугнуйский» и ООО «Разрез Тигнинский» – добыча угля открытым способом, а также ООО «Очистные», г. Петровск-Забайкальский – предоставление населению услуг по водоотведению и очистке сточных вод.

Наблюдения за качеством поверхностных вод Байкальского региона проводится на 7 реках: Чикой, Аса, Менза, Хилок, Блудная, Баляга и Унго. В 2018 году зафиксированы случаи высокого загрязнения вод реки Хилок по содержанию марганца, по содержанию взвешенных веществ на реке Аса (с. Аца) – притоке р. Чикой. Марганец отнесен к критическим показателям загрязненности вод рек Хилок и Блудная. Характерное загрязнение воды (превышение уровня ПДК загрязняющими веществами) отмечалось в 50% и более от общего количества отобранных проб)

установлено по органическим веществам, железу общему, меди, марганцу. Случаев экстренно высокого загрязнения вод водных объектов бассейна озера Байкал не отмечено. Максимальные концентрации загрязняющих веществ отмечались в воде реки Хилок и составили 1,8 ПДК азота аммонийного, 1,9 ПДК азота нитритного, 3,9 ПДК фосфатов, 11,5 ПДК железа общего, 7,6 ПДК цинка, 7,5 ПДК меди [1], [2], [3]. В целом воды рек бассейна озера Байкал классифицировались как очень загрязненные.

Согласно проекту «Сохранение озера Байкал» связанному с государственной программой Забайкальского края «Охрана окружающей среды» к 31.12.2024 необходимо обеспечить очистку загрязненных сточных вод, поступающих в озеро Байкал и другие водные объекты Байкальской природной территории, путем модернизации и строительства очистных сооружений в объеме 1,95 тыс. м³/сутки (0,13% от общего показателя федерального проекта). К 31.12.2024 необходимо построить сооружения инженерной защиты протяженностью не менее 10 км [4], [5], [6].

В результате завершения государственной программы Забайкальского края «Охрана окружающей среды» в 2021 году должны быть построены и реконструированы 5 очистных сооружений, что согласуется с показателями регионального проекта о снижении объема выброса на 0,13 % (1,95 м³/сутки). Финансирование в 2020-2021 гг. предусмотрено в рамках государственной программы в размере 58 млн. рублей из федерального бюджета и 7,2 млн. рублей из краевого бюджета, а также в рамках регионального проекта в размере 241 млн. рублей. Для регионального проекта установлен срок завершения 31.12.2024, что не согласуется с позициями программы.

При подготовке материала проанализированы еженедельные отчеты о деятельности Минприроды Забайкальского края, размещенные на официальном сайте. В части реализации регионального проекта «Сохранение озера Байкал» планируется заключение 3 договоров на проектирование комплексов по сортировке ТКО в Чернышевском и Оловянинском районах. Завершение работ по 8 контрактам, заключенным в 2019 году, из них 3 расторгнуты по инициативе заказчика (разработка проектно-сметной документации на строительство очистных сооружений в с. Новопавловка Петровск-Забайкальского района, разработка проектно-сметной документации на строительство гидротехнических сооружений в с. Красный Чикой, с. Черемхово). Примечательно, что в Улетовском и Читинском районах мероприятия не запланированы вообще.

Проведенное исследование позволяет говорить о существующих проблемах в сохранении объекта всемирного наследия ЮНЕСКО – озере Байкал.

1. Недостаточность планируемых мер, направленных на сохранение экосистемы озера Байкал, проводимых в буферной экологической зоне. Несогласованность показателей ФЦП «Охрана озера Байкал и социально-экономическое развитие байкальской природной территории» с федеральным и региональным (на примере Забайкальского края) проектами «Сохранение озера «Байкал». Возможное нецелевое расходование денежных средств.

2. Низкое качество информационного обеспечения, ограниченность информации. К примеру, на геопортале, информация о реализации относится к 2018 году, ежегодный доклад об экологической ситуации Забайкальском крае за 2019 год не опубликован до настоящего времени. Отмечается минимум открытой информации о реализации регионального проекта на территории Республики Бурятия. На сайте Минприроды Забайкальского края указано о реконструкции очистных сооружений в п. п. ст. Жипхеген Хилокского района, в тоже время, утвержденная программа только предполагает строительство.

Литература:

1. Хотунцев Ю.Л. Экология и экологическая безопасность: Учеб.пос./Ю.Л. Хотунцев. – М.: Академия, 2004. – 480 с.
2. Хомич В.А. Экология городской среды / В.А. Хомич. – М.: Издательство Ассоциации строительных вузов, 2006. – 204 с.
3. Ревелль П. Среда нашего обитания / П.Ревелль, Ч.Ревелль. – М.: Мир, 1994. – т.1. – 340 с.; т.2. – 296 с.; т.3. – 291 с.; т.4. – 191 с.
4. <https://minpriir.75.ru/deyatel-nost/nacional-nyu-proektekologiya/131936-regional-nyu-proekt-sohranenie-ozera-baykal>.
5. <http://baikalake.ru/> геопортала в области охраны озера Байкал и Байкальской природной территории
6. <https://programs.gov.ru/> Официальный портал госпрограмм РФ.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ МУЖЧИНАМИ И ЖЕНЩИНАМИ

Т.В. Жидова, А. В. Шмаков

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, zhidova.tatyana2001@outlook.com**

В данной статье рассматривается влияние виртуального мира на отношения между партнерами (парнем и девушкой).

This article examines the influence of the virtual world on the relationship between partners (boy and girl).

В современном мире социальные сети занимают немаловажное место в жизни каждого из нас. На сегодняшний день сложно найти человека, у которого нет странички в социальной сети. Facebook, ВКонтакте, Twitter, Instagram – мы не можем прожить ни дня без того, чтобы не заглянуть в социальную сеть и не разместить там запись или фотографию. Статистика показывает, что на начало 2020 г. более 4,5 млрд людей пользовались интернет, а аудитория социальных сетей перевалила за отметку в 3,8 млрд. Таким образом, возрастающая интернет-активность оказывает значимое влияние на дружеские и любовные отношения [3].

Мировоззрение современного поколения допускает разные форматы отношений. Если раньше возможности знакомства были ограничены реальным пространством, то сейчас, благодаря социальным сетям, человеку открыт доступ в мир виртуальных знакомств. В данной статье мы попытаемся выявить положительные и отрицательные воздействия социальных сетей на отношения между находящимися в близких отношениях мужчинами и женщинами (далее – партнерами).

Цель исследования: оценить воздействие социальных сетей на отношения между мужчинами и женщинами.

Проведем описание оказываемого воздействия.

1. Самая распространенная проблема, которая создает разногласия в отношениях, это количество времени, потраченного партнером на социальные сети. Если все свободное время партнера занято пребыванием в сети, это может нанести серьезный ущерб отношениям, так как живое общение является одним из основных блоков для создания прочной основы для дальнейших отношений.

2. Использование социальных сетей может приводить к тому, что пары могут оказаться в стрессовых ситуациях. Причиной этому становится большое количество личной информации в профиле социальных сетей. Причиной стресса может также стать запрос о дружбе

от лица противоположного пола. Компрометирующая информация в профиле партнеров или на их фотографиях, также может привести к разногласиям между парами.

3. Социальные сети влияют на самооценку. Они создают иллюзию активности и популярности, но скрывают истинную личность. Люди стараются продемонстрировать свой мир через призму «идеальной жизни», несмотря на то, что такая иллюстрация может существенно отличаться от реальности. Низкая самооценка так же может привести к разрушению отношений.

4. Многие пары, состоящие в длительных отношениях, могут погрязнуть в рутине и начать искать выход из ситуации «на стороне». Появляется возможность измены. Не каждый человек решится зарегистрироваться на сайте знакомств, а вот регистрация в социальных сетях не вызовет никаких подозрений. Непринужденное общение перерастает во флирт, а он, в свою очередь, становится причиной разрушения прежних отношений.

5. Немаловажный плюс от использования социальных сетей – возможность поддерживать отношения на расстоянии. Исследование, проведенное в Германии в 2010 г., показало, что средняя продолжительность отношений на расстоянии – 2,9 года – это достаточно большой срок [2]. Налицо возможность достаточно длительного поддержания отношений на расстоянии с использованием социальных сетей, а также возможность вступления в новые отношения.

6. Социальные сети позволяют людям тратить меньше временных и денежных ресурсов на общение. Мы можем обмениваться информацией посредством сообщений. К примеру, уже не нужно ездить через весь город к своему партнеру, чтобы поговорить с ним или выяснить отношения, а значит споры, которые могут возникнуть в отношениях, становится решать намного проще и удобнее.

В итоге можно сделать вывод о том, что социальные сети способны оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на отношения между мужчинами и женщинами. Несмотря на выявленные плюсы, минусов все же оказывается на порядок больше. С одной стороны, социальные сети упрощают поиск партнера и люди тратят меньше ресурсов на организацию встреч друг с другом. Но с другой стороны, социальные сети провоцируют взаимный контроль и ревность [1]. К тому же, социальные сети отнимают очень много свободного времени, что является дополнительным источником разногласий.

Литература:

1. Капогузов, Е. А., Чупин, Р. И., Харламова, М. С. Российская конституционная конверсия на фоне деинституционализации брака в США // *Journal of Institutional Studies*. – 2020. – № 12(2). – С. 86-99.

2. Любовь в смартфоне: плюсы и минусы отношений на расстоянии. – Режим доступа: [<https://knife.media/long-distance-relationships/>] Дата обращения: 21.10.2020.

3. Влияние социальных сетей на отношения. – Режим доступа: [<https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-glob.>] Дата обращения: 21.10.2020.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ КРЕАТИВНОЙ АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ И МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЯХ

Ю.С. Затрова

**Российский государственный аграрный университет МСХА имени
К.А. Тимирязева, г. Москва, yulasampo@rambler.ru**

В статье рассматриваются проблемы регулирования креативной аграрной экономики. Сегодня в мире довольно быстро появляются новые продукты, услуги, технологии и очень часто эти новшества не попадают под существующие законы как не в какой-то отдельной стране, так и во всем мире. Проведенные исследования показали, что необходимо работать на опережение и при этом создавать условия для развития рассматриваемой экономики.

The article deals with the problems of regulating the creative agricultural economy. Today, new products, services, and technologies appear quite quickly in the world, and very often these innovations do not fall under existing laws, either in any particular country or around the world. Studies have shown that it is necessary to work ahead of the curve and at the same time create conditions for the development of the economy in question.

Важно, насколько язык художника, скульптора и дизайнера может донести идею о необходимости развития промышленности и сельского хозяйства. Важно также показать красоту и ценность людей труда.

Константин Бабкин

Новые решения, новые тренды, нестандартные подходы, все это и многое другое относится к креативной аграрной экономике. Практически не одна отрасль экономики не обходится без креативности. Не только художники, скульпторы, режиссеры, но и политики, президенты

обращают внимание, на то что многие вопросы и проблемы требуют нестандартного подхода. Да и сами проблемы в последнее время становятся не типичными и делают вызов креативной экономике.

Креативная аграрная экономика строится на трех равнозначных китах: знания, творчество и духовно-нравственная основа. Все элементы тесно взаимосвязаны.

К основным экономическим проблемам развития данной экономики можно отнести финансовые; проблемы проведения тестирования той или иной идеи. Несмотря на то, что существуют разные источники финансирования и поддержки новых проектов, но нужно учесть, что больше они относятся и распространяются на молодых ученых, научных сотрудников, а в сфере АПК их не так много и могут себе позволить только большие, крупные холдинги и корпорации.

Сельское хозяйство – это иногда образ жизни и мелкие фермеры, семейные хозяйства, также могут участвовать в креативной аграрной экономике. Здесь важно отметить, если фермер занимается в своем сегменте, то только при полном погружении в свою работу, он может придумать новшество. А законодательно это зарегистрировать будет для него непросто. На это нужно время, знания, финансы и прочие расходы.

В вопросах регулирования креативной аграрной экономики необходимо учесть три сегмента участников: производителей, потребителей и фермеров. Как представлено на рисунке 1.

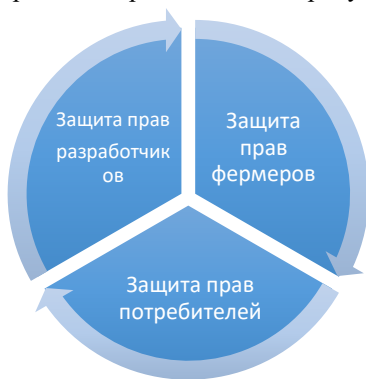


Рис. 1 – Взаимосвязь фермеров, потребителей и разработчиков

Как внутри одной страны, так и в мировом масштабе существуют множество проблем регулирования интеллектуальной собственности в креативной экономике, а в сельском хозяйстве таких проблем еще больше. Тем не менее существуют на сегодняшний день варианты регулирования, которые представлены на рисунке 2.

Примеров креативной аграрной экономики множество, но в последнее время в сельском хозяйстве все обращают внимание на зеленое фермерство, и потребители, и производители, и различные организации по защите природы и окружающей среды. Как раз в этом зеркально отражается духовно-нравственная сторона креативной аграрной экономики. В этой связи возникает не только новый продукт или услуга, но и целые науки, например, биоэкономика.

Развитые страны мира продвинулись чуть дальше, чем другие в сфере регулирования на законодательном уровне. В данном исследовании был изучен опыт США, представлен на рисунке 3.



Рис. 2 – Регулирование креативной аграрной экономики на международном уровне

Но и в этой стране существует ряд проблем, так как законодательство отстает от появления новшеств в сельском хозяйстве. Дело в том, что быстрое распространение информации, возможности электронных платежей, работа в свободном графике еще больше усиливают эту дистанцию. Есть даже такое выражение у менеджеров «для того чтобы стоять на месте необходимо бежать как можно быстрее».

Органическое сельское хозяйство, экологическое сельское хозяйство несет в себе ряд методов, которых с каждым днем все больше и больше. Например, агролесосодство – сочетание земледелия и лесоводства, для

того чтобы улучшить микроклимат и тем самым дать тень, которая защитит от эрозии. Есть другие примеры: новый метод привлечения и отпугивания, который используется для защиты от вредителей [1].

Те трудовые кадры, которые придумывали и внедряли эти вещи, заботились в большей степени о практической пользе и в меньшей мере о законодательном урегулировании этих идей.

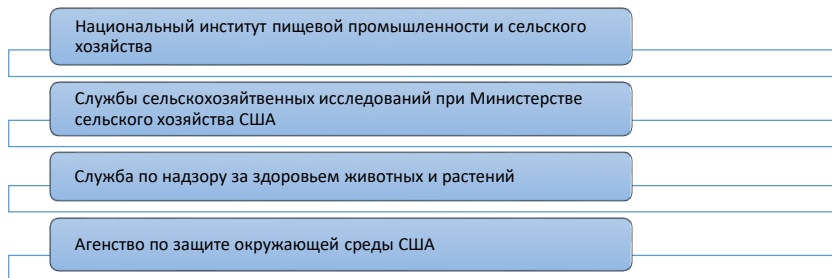


Рис.3 – Регулирование биотехнологий в США

Основными выводами, которые можно сделать из проведенного исследования, что законодательная база как на федеральном, так и международном уровне не совершенна. Необходимо пересмотреть подходы к решению этих проблем. И в конечном итоге перейти к тому чтобы государство из догоняющего перешло в стадию опережающего.

Литература:

1. Фюкс Р. Зеленая революция: Экономический рост без ущерба для экологии / Ральф Фюкс ; Пер. с нем. – М.: Альпина нон-фикшн, 2016. – 330с.

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

К.С. Захарова, А.С. Науменко, З.И. Сатабаева, И.Б. Адова
Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск, zaxarowa.kristina2017@yandex.ru

Проанализирован рейтинг инновационной привлекательности двух сибирских регионов на основе детализации показателей и их группировки, в статье представлено сравнение положения Новосибирской и Томской области в общероссийском рейтинге и его динамика. В результате исследования были выявлены причины, обусловившие опережение или отставание по отдельным позициям.

The rating of innovative attractiveness of two Siberian regions is analyzed on the basis of detailed indicators and their grouping. The article presents a comparison of the position of the Novosibirsk and Tomsk regions in the all-Russian rating and its dynamics. As a result of the study, the reasons for the advance or lag in certain positions were identified.

Актуальность инновационного развития регионов обусловлена внутренними проблемами (необходимостью обеспечения экономически сбалансированного развития территории страны), так и внешними факторами. От инновационной активности и восприимчивости региональных экономик и отраслей зависит стратегическая конкурентоспособность России в мировой экономике.

Инновационное развитие как системный и структурный подход ко всему объему инновационных процессов и их взаимодействию, определяет развитие экономики, ко всему объему инновационных процессов и их взаимодействию, в основе которых выступают инновации, инновационные продукты (инновационные производства) и инновационная форма услуг [1]. Всякое инновационное развитие – это не только основной инновационный процесс, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для его осуществления.

Для оценки инновационного развития используются показатели. Для оценки инновационного развития используются различные подходы и методики, различающиеся методами сбора и оценки. При проведении исследования нами использовались 56 инновационных показателей, агрегированные в пять групп.

1 группа «Социально-экономические условия инновационной деятельности» включает в себя такие показатели как: ВРП в расчете на одного занятого (характеризует уровень производительности труда); коэффициент обновления основных фондов (отражает удельный вес введенных за год основных фондов в их общем объеме) и ряд других.

2 группа «Научно-технический потенциал» включает такие показатели как доля затрат на исследования и разработки в ВРП; затраты на исследования и разработки на одного исследователя и др.

3 группа «Инновационная деятельность» объединяет следующие показатели: доля организаций, осуществлявших технологические инновации (степень участия организации в осуществлении инновационной деятельности в целом); доля малых предприятий, осуществлявших технологические инновации и др.

4 группа «Экспортная активность» охватывает такие показатели: экспорт товаров (спрос в зарубежных странах на производимые в российских регионах товары); несырьевой экспорт товаров (отражает

спрос в зарубежных странах на производимые в российских регионах несырьевые неэнергетические товары) и др.

5 группа «Качество инновационной политики» интегрирует такие качественные показатели, как наличие / отсутствие обособленного документа «Стратегия инновационного развития в системе документов стратегического планирования региона»; выделенные территории инновационного развития (ОЭЗ и т.п.) и ряд иных [3].

На основе обобщения статистических показателей, интернет-поиска релевантной информации на официальных сайтах регионов была составлена матрица перечисленных показателей, анализ и оценка значений которых позволили составить рейтинг инновационной привлекательности двух ведущих регионов Сибирского федерального округа (табл 1.)

Вопрос, который нас интересовал, почему Новосибирская область отстает от Томской области, с чем это связано.

Детализация информации позволила нам получить такое заключение. Новосибирская область отстает от Томской в группе показателей «социально экономические условия инновационной деятельности» по доле занятых в наукоемких отраслях сферы услуг, охвату занятого населения непрерывным образованием, численности студентов программ среднего профессионального образования на 10000 человек» и др.; по группе «инновационная деятельность» – это показатели доли малых предприятий, осуществляющих технологические инновации и организаций, сокративших материальные и энергозатраты в результате инноваций, а также ряд иных. Наблюдается отставание в группе показателей «научно-технический потенциал», в частности, по доле молодых исследователей, и удельные затраты на исследования и разработки и др.

Таблица 1– Место Новосибирской и Томской области в рейтинге инновационной привлекательности регионов [3]

Регион	Место в рейтинге					
	Общ ий	«Социаль но- экономич еские условия инноваци онной деятельн ости»	«Научн о- техниче ский потенц иал»	«Иннова ционная деятельно сть»	«Экспо ртная активно сть»	«Качеств о инноваци онной политики »
Новосиб ирская область	3	5	2	5	1	1
Томская область	1	1	1	1	6	2

С другой стороны, отметим сильные стороны Томской области, которые позволили ей обойти большинство регионов России. В группе «социально экономические условия инновационной деятельности» высоко значение таких показателей как численность студентов программ высшего образования на 10000 человек, доля студентов программ высшего образования в области STEM, доля организаций, осуществляющих обучение персонала цифровым навыкам; в группе «научно-технический потенциал» высокие значения имеются по таким показателям, КА: доля затрат на исследования и разработки в ВРП, доля занятых в сфере исследования и разработок, доля занятых в сфере исследований и разработок, также высока патентная активность. Что касается инновационной деятельности, то здесь регион лидирует по показателям: доля организаций, осуществляющих технологические и нетехнологические инновации», доля инновационной продукции, новой для рынка. В области экспертной активности традиционно высоки значения показателей доли иностранных студентов, обучающихся по программам высшего образования, и объема экспорта технологий И, наконец, обобщающая группа показателей, характеризующих высокий уровень качества инновационной политики, характеризующие наличие стратегии инновационного развития, действенной программы поддержки инноваций, региональных институтов инновационного развития и высокой доли федерального финансирования инновационных проектов.

Регионы, где сосредоточены научные центры, которые являются источником новых знаний и научных кадров и в которых активно ведутся научные исследования и разработки, получили высокие рейтинги в группе “Научные исследования и разработки” (Томская, Новосибирская

области и Красноярский край). Удачное сочетание научно-производственных факторов совместно с выгодами географического положения региона позволяют рассматривать СФО округ как одну из потенциальных опорных точек инновационного преобразования всех российских технопарков в Новосибирской области и других регионах Сибири. Следует особо выделить модель инновационного развития Томской области, где центр образования, исследований и разработок “ИНО Томск 2020”, местный аналог “Сколково”, стал флагманом инновационного развития [2].

Политику инновационного развития определяют конкретные люди, а не институты. Понимание этими людьми сущности инноваций играет решающую роль в развитии экономики региона. Политика администрации Томской области построена на максимально широком понимании инноватики и активном продвижении инновационного имиджа области. И эта политика давала и продолжает давать свои плоды, особенно для внешнего позиционирования и инновационной привлекательности региона, в чем Новосибирская область чуть отстаёт.

Для того, чтобы позиции, по которым Новосибирская область находится ниже в рейтинге, чем Томская область, стали более успешными, есть ряд условий, который этому поспособствует: создать такой механизм, который будет стимулировать реализацию программ повышения квалификации персонала инновационного малого и среднего предпринимательства на базе высших учебных заведений области (способы реализации: кредитование обучения, субсидирование части затрат, информационная поддержка взаимодействия предпринимательских структур с учебными заведениями); также активное использование опыта наиболее инновационно активных регионов при проведении социально-экономической политики (способы реализации: регулярный мониторинг показателей результатов инновационной деятельности, законодательной базы инновационного развития).

Литература:

1. Мирсияпова А. Р. Основные понятия и определения инноваций и инновационных процессов на региональном уровне [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2017. – № 6 (140). – С. 271-275. – URL: <https://moluch.ru/archive/140/39391/>
2. Самков М.А. Инновационное развитие Сибири // Вопросы экономики и права. 2015. №№1. С. 77-81.
3. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 6 / Г.И. Абдрахманова, С.В. Артемов, П.Д. Бахтин и

др.; под ред. Л.М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 264 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КЛАСТЕРНЫХ СИСТЕМ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЕ

Е.Н. Злакоманова

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ», г. Новосибирск, lady.zlakomanova@mail.ru**

В статье рассмотрены ключевые подходы к оценке экономической эффективности туристско-рекреационных кластеров в регионе. Предлагается комплексная модель оценивания эффективности туристско-рекреационного кластера, включая оценку туристско-рекреационного-потенциала и оценку динамики показателей туристско-рекреационной активности с показателями регионального экономического развития.

The article considers key approaches to assessing the economic efficiency of tourist and recreational clusters in the region. A comprehensive model for evaluating the effectiveness of a tourist and recreational cluster is proposed, including an assessment of the tourist and recreational potential and an assessment of the dynamics of indicators of tourist and recreational activity with indicators of regional economic development.

Ситуация в современной России вызывает необходимость принятия конкретных мер, способных увеличить вклад туристско-рекреационной сферы в экономику. В 2011 году стартовали первые шесть кластерных проектов федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018)» в Ярославской, Ивановской, Рязанской, Ростовской, Псковской областях и Алтайском крае. Число туристических кластеров в России постоянно увеличивается и в настоящее время их число превышает 60.

Стоит отметить, что, несмотря на значимость и значительное финансирование, туристические кластеры реализуются, недостаточно эффективно. Данная ситуация усугубляется отсутствием адекватной методики оценки эффективности кластерных систем. Решение проблемы эффективного развития туристических кластеров в региональной экономике, невозможно без разработки методических положений и прикладных рекомендаций, обеспечивающих рациональный выбор форм и инструментов развития интеграционных процессов в туристско-рекреационной сфере. Объектом исследования в рамках настоящей статьи являются методики оценки эффективности туристско-рекреационных кластеров.

В настоящее время отбор перспективных проектов по формированию туристско-рекреационных кластеров в рамках проектного финансирования осуществляется на конкурсной основе экспертным советом, созданным при Федеральном агентстве по туризму РФ. Оценка реализуемости данных проектов ограничивается проверкой реальности функционирования данного кластера, процента освоения выделенных денежных средств, а также реальности произведённых расходов.

Несмотря на активную деятельность региональных властей по формированию кластерных структур, лишь относительно небольшая часть проектов развития кластеров достигла стадии практической реализации [2] и многие сформированные кластеры, в реальности не отвечают экономической сущности категории кластера.

Работа по оценке экономической эффективности туристических кластеров, как правило, ведется сами разработчики проектов. При этом в большинстве своем оценка проводится с использованием методик оценивания эффективности инвестиционных проектов.

Применяемые методы оценки экономической эффективности решений по развитию туризма в регионе не дают объективных сведений о качестве реализации кластерной инициативы и работы кластера в целом.

Современными учеными предлагаются некоторые варианты проведения оценки эффективности туристических кластеров. Одна из таких методик предложена Л.Н. Федорец [4] и строится на использовании различных переменных, которые объединены в группы в зависимости от объекта оценки:

- показатели, которые измеряют общие результаты деятельности кластера (рост числа фирм, число занятых, объем производства, объем экспорта и т.д.);
- показатели, которые характеризуют влияние кластера на развитие территории или отрасли, на экономику;
- показатели, которые оценивают деятельность каждого из предприятий, взаимодействующих в рамках кластера;
- показатели эффективности использования отдельных видов ресурсов;
- показатели, которые оценивают влияние кластерной структуры на развитие хозяйственных связей.

Придавая высокое значение возможности применения данной методики, по нашему мнению, она не отражает таких важных позиций, как эффективность и полнота использования финансовых ресурсов, инвестиций и средств бюджета, направленных на реализацию кластерной инициативы.

Еще один подход в оценивании эффективности туристических кластеров предложен А. М. Луговским. Автор предлагает оценивать туристический потенциал территории [3]. Данный подход целесообразно использовать в совокупности представленных выше показателей, что позволит более точно оценить результаты работы кластера.

Подход, предложенный О.А. Блиновым, О.В. Шумаковым, Д.С. Нардиным в качестве показателей, позволяющих оценивать синергетический эффект, предполагает использование показателей:

- прогнозируемый прирост общей численности российских туристов;
- прогнозируемый прирост общего дохода в туристической отрасли;
- прогнозируемый прирост налоговых поступлений в региональный и муниципальные бюджеты [1].

Поскольку оценка эффективности кластера предусматривает использование многих показателей, по нашему мнению, логично сформировать комплексную модель оценивания эффективности кластера, включающую в себя оценку туристско-рекреационного потенциала. При этом туристско-рекреационный потенциал кластера является собой ядро взаимодействия широкого спектра факторов, которые можно условно разделить на:

- макроэкономические факторы: административная система и нормативно-правовая база, безопасность потребителей туристских услуг и эпидемиологическая обстановка. А также уровень ВВП, ВРП, и доля туристского сектора и смежных отраслей в его составе; размер процентных ставок на кредитном рынке и степень доступности кредитных (заемных) ресурсов для потенциальных участников кластера, состояние и тенденции развития валютного рынка и пр.

- факторы, которые формируют объективные предпосылки осуществления деятельности субъектами туристско-рекреационного кластера на территории, где он расположен. В эту группу можно отнести природно-климатические особенности территории, экологическую обстановку, наличие культурно-исторических объектов.

- факторы, которые составляют только созданные ресурсы, исходя из наличия, которых инициаторы проекта кластера принимают решение о целесообразности его формирования и дальнейшего развития. В первую очередь, следует говорить об инфраструктурной составляющей, которая включает в себя наличие средств социально-бытового обслуживания, объектов размещения, общественного питания, мест для проведения досуга, дорожно-транспортной доступности и пр. Сюда также следует отнести финансовые, кадровые и образовательные ресурсы.

Категория туристско-рекреационный потенциал отражает латентные характеристики развития региона и могут быть определены с

использованием методов математико-статистического анализа, при этом текущее состояние, инфраструктура и условия (в том числе социально-экономические) отражают условия трансформации туристско-рекреационного потенциала в туристско-рекреационный кластер.

Не менее важной с теоретической и практической точек зрения является задача сопоставления в динамике показателей туристско-рекреационной активности с показателями регионального экономического развития (ВРП, среднедушевые доходы, темпы роста и т.д.).

Выбор показателей для последующей оценки туристско-рекреационного потенциала должен определяться, во-первых, доступностью показателей, во-вторых, надежностью (точностью, объективностью), в-третьих обоснованностью.

Заключение. В целях достижения максимального эффекта и получения в перспективе пролонгированного результата, кластерная инициатива должна быть обоснована, и особая роль в этом отводится оценке потенциала кластера и возможностей его реализации.

На современном этапе остается достаточно много вопросов, касающихся степени влияния тех или иных факторов, прямо или косвенно воздействующих формирование туристско-рекреационных кластеров. Методологическая основа исследования должна быть построена на интеграции индуктивно-эмпирического и концептуально-дедуктивного подходов к определению ключевых факторов, оказывающих влияние на эффективность кластерной системы в туристско-рекреационной сфере.

Литература:

1. Блинов О.А., Шумакова О.В., Нардин Д.С., Нардина С.А. Оценка эффективности функционирования агротуристического кластера омской области // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 11-3. – С. 549-URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39458> (дата обращения: 10.10.2020).
2. Калинина А.Э., Петрова Е.А. Информационно-аналитическое обеспечение реализации кластерной политики в регионах России // *Вестник ВолГУ. Серия 3, Экономика. Экология*. – 2018. Том 20. № 4. – С. –37.
3. Луговской А.М., Межова Л.А. Экономическая оценка потенциала при формировании кластерно-логистической структуры туристско-рекреационной системы // *Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса*. – 2014. – Т. 8. – № 3. – С. 4–10.

4. Федорец Л.Н. Оценка эффективности деятельности туристического кластера // Вектор науки ТГУ. Серия «Экономика и управление». – 2011. - № 1 (4). – С. 42–45.

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЗАЦИИ В РЕГИОНАХ РФ

К.С. Коваленко, Н.В. Бозо

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, cowalenko.kristina2016@gmail.com,
bozo@corp.nstu.ru**

Цель статьи – рассмотреть экологическую ситуацию в РФ; изучить что такое экологизация, как она влияет на экономику страны, на каком уровне находится и т.д. Изучить экологическую ситуацию в стране, по отдельным регионам. Научная новизна заключается в рассмотрении проблемы экологизации с точки зрения экономики. В результате исследования были сделаны следующие выводы: уровень экологизации в РФ находится на начальном этапе, из-за чего и экономически эта сфера развита недостаточно.

The purpose of the article is to consider the ecological situation in the Russian Federation; to investigate what greening is, how it affects the country's economy, at what level it is, etc. To investigate the ecological situation in the country, in individual regions. Scientific novelty lies in the consideration of the problem of greening from the point of view of economics. As a result of the investigate, the following conclusions were made: the level of ecologization in the Russian Federation is at the initial stage, which is why this area is not sufficiently developed economically.

На данный момент в мире существует множество глобальных проблем, и одной из них является – катастрофическое загрязнение окружающей среды. Многие страны начали задумываться о её решении ещё с прошлого столетия. И сейчас мы можем наблюдать очень высокий уровень экологической ответственности стран благодаря процессу экологизации.

Экологизация представляет собой процесс снижения давления на окружающую среду, путем введения экологического подхода и принципов, представляющих собой правовые, технологические, экономические и другие реформы, позволяющие в долгосрочном периоде повысить получение прибыли и уменьшение издержек, при достаточных темпах развития экономики.

Также следует рассмотреть насколько развита экологизация в отдельных регионах страны. Для того, чтобы это сделать, необходимо разработать критерии экологизации по которым можно будет определить

уровень экологизации, а также привести статистические данные по регионам. Были разработаны следующие три основных критерия:

1. Вовлеченность государства.
2. Мнение граждан.
3. Фактические показатели загрязнения.

Первый критерий – вовлеченность государства. Исследовав экологическую ситуацию в стране, были выявлены определённые факторы, которые препятствуют внедрению экологизации в РФ. Основными из них являются:

1. Неосведомленность предприятий в сфере экологии производства. Из этого следует то, что собственники предприятий не видят перспектив во внедрении экологизации в своё производство, но видят в этом только лишние затраты и издержки.

2. Отсутствие систематизированной информации в области экологии и природопользования.

3. Проблема финансирования в развитие экологизации. Последнее время государство начало задумываться о поддержке и стимулировании организаций, готовых применять новые технологии для осуществления экологизации. Но к сожалению, это всё находится на начальном этапе.

4. Даже если у государства есть инструменты стимулирования, часто они могут быть неудобны или трудновыполнимы.

5. Так же государство, в данный момент, не считает главной и приоритетной задачей развитие экологизации в экономике.

Из вышеперечисленного следует что уровень экологизации экономики в РФ находится на начальном уровне развития.

Второй критерий – мнение граждан об экологической ситуации в стране.

Изучив данные мнения граждан об уровне экологического состояния их городов [1], был произведен статистический анализ данных. По результатам исследования которого проведен расчет средней оценки экологического состояния по всем приведенным регионам, он составил 6.1 условных единиц.

Таблица 1 – Общая сводка данных мнения граждан об уровне экологического состояния их городов, составлено автором

Баллы граждан	Процентное отношение, %
4-5,9	32
6-6,9	58
7-8	10

Также, в приведенной таблице (таблица 1) видно, что в основном граждане не особо довольны экологической ситуацией в своих городах, и лишь в 10% процентах городов, состоянием в целом удовлетворены.

Третий критерий – фактические показатели загрязнения.

Одним из основных показателем загрязнения является образование отходов от производства и потребления [2], а также их утилизация. Изучив данные Росстата за 4 года (2016-2019), образование отходов от производства и потребления выросло примерно в полтора раза с 5441313,5 тыс. тонн в год до 7 750 877,3 тыс. тонн в год. Но при этом уровень утилизации и обезвреживания отходов производства и потребления за этот период почти не изменился, от 3243706,0 до 3881871,5 [3].

Изучив и проанализировав экологическую ситуацию РФ в целом, мы снова убеждаемся в том, что уровень экологизации в РФ находится на начальном уровне, а также имеет огромное количество дальнейших возможных путей развития.

Тема экологизации в РФ очень актуальна в наше время так как уровень загрязнения окружающей среды растет, а уровень переработки этих отходов нет. Мусороперерабатывающие заводы являются неотъемлемой частью экологизации, так как сам процесс переработки мусора по сути и является её частью. Но к сожалению, далеко не все мусороперерабатывающие заводы загружены на полную мощность, что является одной из самых важных проблем в регионах. Так же, некоторые заводы вынуждены покупать мусор в других странах, для осуществления своей деятельности.

Изучив влияние экологизации на экономическую составляющую в РФ, необходимо рассмотреть экологическую ситуацию по регионам страны.

На самом деле, оказывается у некоторых людей возникают вопросы есть ли у нас вообще такие предприятия, так как они в основном находятся только в крупных городах России.

- Новокузнецкий мусороперерабатывающий завод
- Курский мусороперерабатывающий завод
- Красноярский
- Оренбургский
- И еще несколько заводов вокруг Москвы

Все эти заводы принимают мусор, который работники сортируют вручную, но на некоторых заводах это осуществляется и с помощью машинного труда.

Хотелось бы рассмотреть экологическую ситуацию по отдельным регионам. На 2017-2018 года можно увидеть, что лидирующие позиции в переработке мусора занимают [4]:

- Московская область (6 млн кубометров);
- Ярославская область (1,72 млн);
- Саратовская область (1,7 млн кубометров).

Но также есть и те регионы, в которых эти показатели не превышают двух тысяч кубометров мусора:

- Мордовия;
- Удмуртия;
- Кировская область;
- Пензенская область.

Хочется отметить, что так называемый «мусорный» бизнес является очень прибыльным, так как предприятий относительно немного по всей стране и исходный материал никогда не заканчивается. Но на практике можно наблюдать что переработка мусора развита далеко не во всех регионах. Из-за чего можно сделать вывод, что мусороперерабатывающие заводы при большой нагрузке, вполне могли бы в некоторой степени улучшить экономическое состояние в РФ. Благодаря тому, что был бы большой оборот финансовых средств, поступающих непосредственно в бюджет страны.

Литература:

1. Экологический рейтинг городов России [Электрон. ресурс] URL: https://www.domofond.ru/statya/66_iz_10_ekologicheskii_reyting_gorodov_rossii/6955 (Дата обращения 16.10.2020)

2. Бозо Н. В. Роль малых инновационных предприятий в развитии экономики региона / Н. В. Бозо, Е. В. Доронина // Инновационный менеджмент и технологическое предпринимательство: материалы Всерос. молодежного науч. форума, Новосибирск, 12–14 ноября 2015 г.: в 2 т. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2015. – Т. 1. – С. 114–117.

3. Федеральная служба государственной статистики [Электрон. ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения 16.10.2020)

4. Мировой рынок мусора: захоронение отходов — удел отстающих стран [Электрон. ресурс] URL: <https://realnoevremya.ru/articles/166395-mirovoy-musornyy-rynok-poka-v-peredovyh-stranah-szhigayut-i-sortiruyut-v-rossii-plodyat-poligony> (Дата обращения 18.10.2020)

5. Оценка текущего уровня экологизации хозяйственной деятельности предприятий с помощью системы коэффициентов [Электрон. ресурс] URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42037> (Дата обращения 18.10.2020)

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

А.А. Кононов, Л.В. Коява

Новосибирский государственный университет экономики и
управления, г. Новосибирск, artem241014@gmail.com

В статье рассматривается ряд особенностей взаимодействия государства и частного бизнеса через закон N 224-ФЗ "О государственно-частном партнерстве". Анализируются факторы, влияющие на разработку и заключение соглашений государственно-частного партнерства (ГЧП) проектов в РФ. Также рассматривается рынок заключения ГЧП в РФ, а именно наиболее популярные сферы деятельности и наиболее успешные регионы в сфере реализации ГЧП проектов.

The article considers a number of features of interaction between the state and private business through the law N 224-FZ "on public-private partnership". Factors influencing the development and conclusion of PPP projects in the Russian Federation are analyzed. We also consider the PPP market in the Russian Federation, namely the most popular areas of activity and the most successful regions in the implementation of PPP projects.

В современных российских реалиях экономические отношения нельзя представить без прямого или опосредованного участия государства. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в последнее время все больше стали уделять внимания таким формам участия государства в развитии экономики городов, регионов и страны в целом, как ГЧП. Уже имеются успешные практики, результаты анализа которых важны для определения дальнейших перспектив развития ГЧП. В процессе написания статьи были проанализированы научные статьи специалистов в области ГЧП, методики центра развития ГЧП, которые были составлены при поддержке министерства экономического развития РФ, а также интернет-ресурсы, которые предоставляют официальную статистику по поводу проектов ГЧП. При написании статьи были использованы следующие методы: анализ, синтез, дедукция, классификация, исторический.

Анализируя рынок реализуемых проектов ГЧП в России (рисунок 1) можем сделать вывод о том, что с 2009 года объём реализации соответствующих проектов несомненно вырос. Пик реализуемых проектов ГЧП пришёлся на 2015 год. Если рассматривать объём инвестиций в соответствующие проекты, то в данном случае ситуация выглядит весьма неоднозначно, трудно утверждать о наличии определенного тренда. О прогнозе на 2020 год говорить еще рано, но несомненным является то, что как количество привлеченных

инвестиций, так и количество реализуемых проектов в 2020 году будет гораздо меньше, чем в 2019 г. в связи с пандемией коронавирусной инфекции.



Рис. 1 – Рынок реализуемых проектов ГЧП в России [3]

Рассмотрим основные сферы, в которых реализуются проекты ГЧП в России.

За период 2009-2019гг. (рисунок 2) наблюдается тенденция преобладания (66%) соглашений ГЧП в России приходится на коммунально-энергетическую сферу, наименее популярными сферами для заключения соответствующего соглашения оказались благоустройство и сопутствующая инженерно-техническая инфраструктура; оборона, и безопасность страны, а также сельскохозяйственная сфера.



Рис. 2 – Сферы реализации ГЧП соглашений за 2009-2019гг., шт. [3]

Согласно рейтингу, составленному платформой поддержки инфраструктурных объектов «РОСИНФРА» [4] есть регионы, которые являются явными лидерами в реализации соглашений ГЧП. Есть те, которые не имеют подобной практики.

Анализируя количество реализуемых проектов ГЧП по округам РФ за 2009-2019 гг. (Рисунок 3) можем сделать вывод о том, что, абсолютным лидером по реализации ГЧП соглашений за исследуемый период является Приволжский федеральный округ, за 2009-2019 гг. в данном округе было заключено и реализовано 139 ГЧП проектов, аутсайдерами данного списка являются Северо-западный и Северокавказский федеральные округа, где за исследуемый период было реализовано всего 12 и 11 ГЧП проектов соответственно.

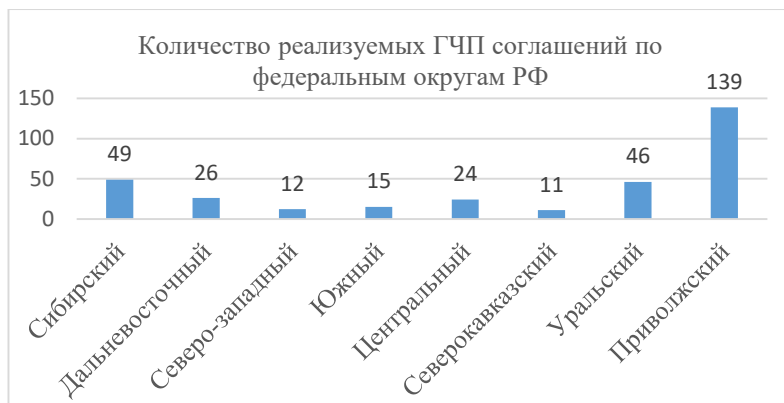


Рис. 3 – Количество реализуемых ГЧП соглашений по округам РФ за 2009-2019 гг. [3]

На такую ситуацию развития разработки и заключения ГЧП проектов в регионах влияют следующие факторы:

1. наличие четко прописанной нормативно-правовой базы;
2. наличие или отсутствие в соответствующем регионе определенных гос. органов, которые наделены необходимыми полномочиями на разработку и последующее сопровождение проектов ГЧП;
3. политический ресурс государства;
4. политическая обстановка в регионе;
5. инвестиционная привлекательность субъекта соглашения;
6. конкуренция между частными компаниями;
7. наличие четкой стратегии развития инфраструктуры субъекта РФ. [5]

Подводя итоги можно сделать вывод о лидерстве центральной России в части реализации соглашений ГЧП. Как правило, следствием является благоприятное влияние вышеперечисленных факторов. Но, механизм ГЧП по-прежнему не позволяет развиваться удаленным регионам, которые сталкиваются с рядом проблем при его применении. Кроме того, несмотря на успешные проекты в ГЧП, большинство частных партнеров по-прежнему отдают свое предпочтение концессионным соглашениям, где накоплен большой опыт реализации.

Литература:

1. Федеральный закон "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении

изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 13.07.2015 N 224-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] / Консультант-плюс - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37868/ (Дата обращения 04.10.2020).

2. Руденко Т.Ю. Сравнительный анализ государственно-частного партнерства и концессии как договорных форм реализации инвестиционных соглашений с участием публично-правовых образований [Электронный ресурс]// Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки – 2018. -URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva-i-kontsessii-kak-dogovornyh-form-realizatsii-investitsionnyh-soglasheniy-s> (Дата обращения 10.10.2020).

3. Рынок реализуемых проектов ГЧП в России [Электронный ресурс]/ РосИнфа - URL: <https://rosinfra.ru/digest/market> (Дата обращения 11.10.2020)

4. Рейтинг регионов Российской Федерации по уровню развития ГЧП за 2019 год [Электронный ресурс]/ РосИнфа - URL: <https://rosinfra.ru/digest/rating/index> (Дата обращения 11.10.2020)

5. Практика применения концессионных соглашений для развития региональной инфраструктуры [Электронный ресурс]// Центр развития государственно-частного партнерства. - URL: <https://pppcenter.ru/upload/iblock/d93/d93eed39b2f0b1617a8fa91c04cd1b92.pdf> (Дата обращения 04.10.2020).

СОПОСТАВЛЕНИЕ ДИСКРЕЦИОННОЙ И НЕДИСКРЕЦИОННОЙ ФОРМ ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Д.А. Кохан, Г.Г. Ляскин

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления, г. Новосибирск, d.a.kohan@nsuem.ru**

Для преодоления кризисных явлений, восстановления и оздоровления экономики, перехода к активному экономическому росту требуются инструменты эффективного государственного регулирования. Одним из таких инструментов является фискальная политика. Однако для эффективной реализации фискальной политики необходимо сочетать различные способы ее осуществления.

In order to overcome the crisis phenomena, as well as to restore the economy, direct it to active economic growth, tools of effective government regulation are required. One of these tools is fiscal policy. However, for the use of fiscal policy, it is necessary to distinguish the ways of its realization.

Фискальную политику принято считать одним из важнейших инструментов государственного регулирования экономики. Фискальная политика является системой реализации государством своих функций, обеспечения экономического роста путем пополнения государственного бюджета с помощью налогообложения и маневрирования государственными расходами и налогами.

Под недискреционной или автоматической фискальной политикой как правило понимается политика встроенных стабилизаторов, автоматический механизм влияния на изменения экономической конъюнктуры. Прогрессивная система налогообложения и социальные трансферты (система пособий по безработице, программы по поддержанию малоимущих, многодетных и иные социальные выплаты) относятся к внутренним стабилизаторам, способным ослабить влияние колебаний экономической активности на бюджет. Благодаря внутренним стабилизаторам недискреционная фискальная политика не допускает так называемого «перегрева» экономики. Прогрессивное налогообложение и социальные выплаты тормозят падение спроса, поддерживая его на плаву. Если рассматривать фазу экономического подъема, то можно отметить, что прогрессивный подоходный налог сдерживает рост прибылей фирм. Размеры государственного дефицита или профицита бюджета зависят от эластичности налоговых поступлений, т.е. от экономической активности.

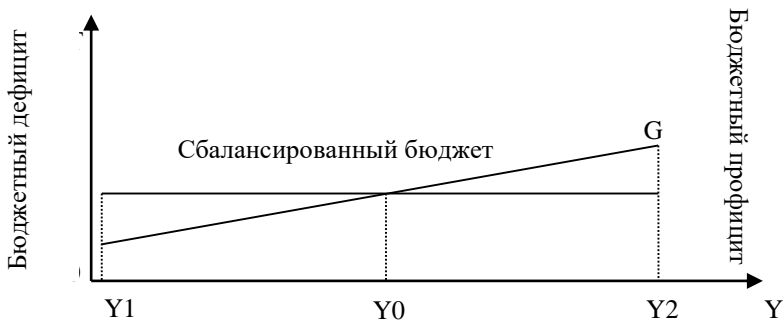


Рис. 1 – Сальдо государственного бюджета

Однако, действия лишь внутренних стабилизаторов недостаточно для поддержания устойчиво-стабильного состояния. Необходимо еще воздействие дискреционной фискальной политики.

В статье «Аспекты фискальной политики государства» Ибрахим М.А. под дискреционной фискальной политикой понимает политику

сознательного регулирования государством государственных расходов и налогообложения с целью воздействия на реальный объем ВВП, экономический рост, инфляцию и экономическую активность. Государство увеличивает расходы, при этом понижая налоговые ставки.

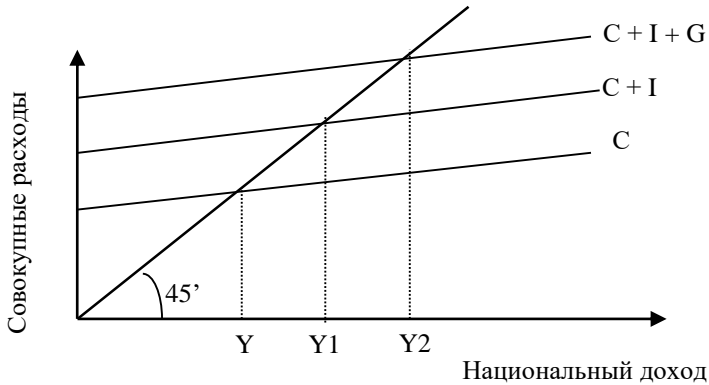


Рис. 2 – Кейнсианская модель «расходы-доходы»

Расходы государства, увеличивая совокупные расходы, воздействуют на совокупный спрос и стимулируют рост национального дохода. Поэтому государственные расходы в фискальной политике используются в качестве средства регулирования макроэкономического равновесия, достижения стабильности и экономической активности. Государственные расходы порождают эффект мультипликатора (1).

$$Kg = (\Delta Y)/(\Delta G) \tag{1}$$

Исследования, направленные на анализ эффективности бюджетной политики, продемонстрировали разделение между налоговым мультипликатором и мультипликатором государственных расходов [1]. Мультипликационный эффект государственных расходов показывает не только изменение объема национального дохода, но и эффективность использования дополнительных бюджетных инвестиций для стимулирования экономического роста. Налоговый мультипликатор (2) влияет на изменение национального дохода и имеет определённую особенность: рост налогового приращения уменьшает потребительские расходы и сбережения. Мультипликатор налогов всегда меньше мультипликатора государственных расходов. При изменении

экономического равновесия налоговый мультипликатор помогает выявить состояние национального дохода исходя из налогового бремени.

$$m_T = (\Delta Y)/(\Delta T) \quad (2)$$

Таким образом, для поддержания устойчиво-стабильного состояния экономики необходима как дискреционная, так и недискреционная формы фискальной политики. Недискреционная фискальная политика предполагает автоматическое изменение налогов и государственных расходов, а дискреционная в свою очередь - сознательное манипулирование правительственным закупками, ставками налогов и размерами трансфертных платежей.

Литература:

1. Волков И.И. Бюджетное маневрирование как инструмент бюджетной политики России: Журнал «Финансы и кредит», 2016.
2. Ибрахим М.А. Аспекты фискальной политики государства: Журнал «Вестник университета», 2016, с 142-145.
3. Капканщиков С.Г., Грачева Ю.А. Логика смены моделей фискальной политики в ходе циклического развития национальной экономики: Журнал «Проблемы современной экономики», 2018.
4. Магомадов Ш.А., Кадыров Х-М.Ш. Налоговая политика России на 2019-2020 годы: Журнал «Экономика и бизнес: теория и практика», 2019.

К ВОПРОСУ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ В КЫРГЫЗСТАНЕ

М.А. Кубатова, Р.Ш. Базарбаева
Кыргызско-Российский Славянский университет
г. Бишкек, merkubatova@gmail.com

В статье поднимается вопрос влияния несовершенства институтов в формировании инвестиционного климата Кыргызской Республики. Рассмотрены пути решения проблем, связанных с ухудшением инвестиционной привлекательности в экономике.

The article raises the issue of the influence of imperfect institutions in the formation of the investment climate of the Kyrgyz Republic. Ways to solve problems related to the deterioration of investment attractiveness in the economy are considered.

Распад интегрированной экономики Советского Союза и внезапное прекращение прямых и косвенных субсидий из союзного бюджета имели серьезные последствия для всех секторов экономики в получившем независимость Кыргызстане. Несмотря на ряд существенных шагов в направлении макроэкономической стабилизации, улучшения инвестиционного климата и деловой среды, экономика страны остается уязвимой к внешним и внутренним шокам и испытывает трудности с привлечением прямых иностранных инвестиций (ПИИ).

В настоящее время инвестиционный климат имеет тенденцию к ухудшению. Как видно на графике (см.рис.1.), динамика изменения притока ПИИ показывает сокращение за период с 2015-2020 гг. на 4,4%. Пик падения объемов ПИИ приходится на 2017 год, что связано с политической нестабильностью и судебными тяжбами с крупными инвесторами, работающими в горнодобывающей отрасли.

В этом году (январь-июнь 2020 г.) в сравнении с аналогичным периодом 2019 года приток ПИИ сократился в 2,4 раза и составил 164,4 млн. долларов США. В структуре ПИИ отмечалось снижение всех составляющих. Объемы поступления ПИИ из стран вне СНГ в сравнении с январем-июнем 2019 года сократились в 2,7 раза, в основном, за счет их снижения из Канады (в 11,5 раза), Великобритании (в 7,1 раза), Китая (в 3,5 раза), Германии (в 6,4 раза), Швейцарии (в 2,1 раза) и Нидерландов (на 3,8 процента). [6] Согласно данным Министерства экономики Кыргызской Республики, такое сокращение обусловлено пандемией COVID-19 (мощнейшим шоком мирового масштаба 2020 г.), распространение которой привело к резкому спаду в экономиках многих стран мира. Из-за карантинных мер во всех странах произошла частичная или полная приостановка производства товаров и услуг. Мировая экономика оказалась в состоянии рецессии. Это непосредственно оказало влияние и на экономику Кыргызской Республики (КР). В мае-июне деловая активность снизилась, индекс деловой активности упал. [5, 5] Кроме этого шока, в нашей стране существуют проблемы, связанные с политической нестабильностью и несовершенством законодательства,

которые тормозят приток ПИИ в целом.



Рис. 1 – Приток ПИИ в Кыргызстан за период 2015-2020 гг. (тыс. долларов США) ¹

Общеизвестно, что несовершенство институциональной среды оказывает влияние на инвестиционный климат. Будущее крупных инвестиционных проектов зависит от контрактов, процесса их заключения и выполнения их условий. Практика показала, что некоторые инвестиционные споры, возникающие в КР, связаны с институтами контрактации и правовой культурой участников инвестиционной деятельности. Несмотря на то, что власти Кыргызстана могут технически поддерживать благоприятную для инвестиций нормативно-правовую базу, ее реализация весьма проблематична. В своей оценке коммерческого права КР эксперты ЕБРР пришли к выводу, что «основные барьеры для иностранных инвестиций обусловлены отсутствием адекватной реализации, а не пробелами в существующих законах». [3, 7] С другой стороны, Базарбаева Р.Ш. указывает на то, что «в Кыргызстане государство стоит не на охране прав собственности, а пытается вмешиваться в отношения собственности через политику. Власть-имущие с помощью своих представителей соответствующих государственных органов управления самостоятельно реализуют свои корыстные интересы в ущерб коллективных и

¹ Составлен автором на основе статистических данных Национального статистического комитета Кыргызской Республики: <http://www.stat.kg/ru/opendata/category/1763/>

общественных интересов, забывая о том, что основной функцией государства является создание «правил игры» для участников рынка (хозяйственного законодательства), контроль за соблюдением этих правил» [1, 140]

В Кыргызстане преобладает отношенческий вид контракта, который представляет собой долгосрочный взаимовыгодный контракт, где неформальные условия могут преобладать над формальными [4, 336]. Если формальных правил недостаточно, то возникают неформальные нормы и правила. Практика пересмотра соглашений правительством страны становится устойчивой неформальной нормой. Контракты/соглашения пересматриваются в одностороннем порядке после вложения средств иностранными инвесторами [1, 142]. По данным маркетингового исследования, проведенного корпорацией «Карана», с целью выявления уровня инвестиционной привлекательности Кыргызстана среди потенциальных инвесторов, было выявлено, что «у Кыргызстана сложился имидж страны, «меняющей правила игры» после того, как инвестиции (например, в разведку месторождений) были вложены на основе предоставленного ряда налогов и установленной арендной платы за разработку недр, как только высоко рискованное предприятие достигает успеха» [2, 11].

Привлечение инвестиций предполагает наличие прозрачного и эффективно функционирующего законодательства, реально защищающего права собственности, сокращение государственного вмешательства и искоренение коррупции, устойчивость финансовой системы, предоставление инвесторам преференций, одинаковые правила для иностранных и внутренних инвесторов. Кроме этого, мы считаем, что стоит обратить внимание на изменение устойчивых неформальных норм в кыргызском обществе для улучшения инвестиционного климата в Кыргызстане. События последних дней демонстрирует эту тенденцию. Так, например, в связи с политической нестабильностью в октябре 2020 года неизвестные группы людей нанесли ущерб второму крупному после Кумтора золотодобывающему месторождению Джеруй, что приостановило работу инвестиционного проекта. Известны также и другие конфликты, возникающие между зарубежными компаниями и населением, где безопасность и защита прав инвесторов слабо обеспечены государством.

В целом, такое поведение населения объяснимо желанием защитить интересы местных сообществ в сохранении окружающей среды и обеспечении рабочими местами. В тоже время, низкая правовая культура простых людей в регионах страны приводит к выбору неформального способа разрешения споров. Такое положение дел создает условия для

беспредела, укрепления коррупции и теневой экономики. В этой связи, необходимо обратить внимание властей на совершенствование институциональной среды: совершенствование нормативно-правового обеспечения и исполнения контрактов, повышение правовой культуры всех участников инвестиционной деятельности.

Для улучшения инвестиционной привлекательности необходимо менять экономическое поведение общества, зависящее от неформальных регуляторов. Важно привести формальные институты к доминирующему положению, ведь создание прозрачности и формализация экономических отношений только увеличит доверие и интерес потенциальных инвесторов.

Решение проблемы несовершенства институтов и их влияния на инвестиционный климат нами видится следующими действиями:

- инвестиционные соглашения должны содержать сильные формулировки для защиты обязанностей государства;
- защита инвестиций должна быть сбалансирована с имеющими юридическую силу и подлежащими исполнению обязательствами инвесторов;
- требуется полная прозрачность и выполнение условий контрактов;
- важно улучшать правовую культуру населения путем культурного развития через образование и знание, чтобы привести к доминированию формальных институтов.

При реализации Правительством КР четко обозначенных целей и задач Национальной стратегии развития КР на 2018-2040 гг. можно ожидать улучшение инвестиционного климата и приток иностранных инвестиций в страну, которые поднимут экономику страны в целом.

Литература:

1. Базарбаева Р.Ш. Институциональные изменения в трансформационных экономиках стран СНГ: противоречия и пути решения – Бишкек: НИИ ИЭ при КЭУ, 2013. - 276 с.
2. Горнодобывающая промышленность Кыргызстана: мнение инвестора // Менчик.- 2004.- №6(15).- С.11.
3. Кноттнерус Р., Сатке Р. Опыт Кыргызской Республики в инвестиционных договорах и арбитражных делах – Транснациональный институт (TNI), 2017. – 7 с. – URL: https://www.tni.org/files/publication-downloads/tni_pb_kyrgyz_republic_russian_210917.pdf
4. Литвинцева Г.П. Институциональная экономическая теория: Учебник, часть 5. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2003. – 336 с.

5. Министерство экономики Кыргызской Республики: Среднесрочный прогноз социально-экономического развития КР на 2021-2023 гг. Постановление Правительства КР от 1 сентября 2020 г. №461 - 5 с. – URL: <http://mineconom.gov.kg/froala/uploads/file/ea85e967cb291184330fd5cfd6f8dd27d4aaf343.pdf>

6. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Поступление прямых иностранных инвестиций в январе-июне 2020 года – Бишкек, сентябрь 2020 – URL: <http://www.stat.kg/ru/news/postuplenie-pryamyh-inostrannyh-investicij-v-yanvare-iyune-2020-goda/>

ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ ПОЛИТИКИ

А. А. Липовская, А.В. Сербулов

**Балтийский федеральный университет им. И. Канта,
г. Калининград, nastlp27@mail.ru**

В статье анализируется процесс реализации продовольственной импортозамещающей политики в эксклавной Калининградской области. Исследована динамика экспортно-импортных потоков, развитие регионально-агропромышленного комплекса и инновационной активности региона. На основе проведенного исследования сделан вывод о необходимости развития собственной сырьевой базы в регионе.

The academic article analyzes the process of implementing food import substitution policy in the exclave Kaliningrad region. The dynamics of export-import flows, the development of the regional agro-industrial complex are investigated and innovative activity of the region is considered. Based on this research, it was concluded that it is necessary to develop its own raw material base in the region.

Импортозамещающая политика государства – это политика, направленная на замещение импорта товарами, которые произведены внутри страны и укрепление отечественной экономики на мировом рынке за счет конкурентоспособности российской продукции. [2]

Проблема импортозамещения приобрела особое значения после введения санкций в 2014 году, которые стали толчком для развития отечественного пр-ва, на импортные товары, ввезенные в регионы РФ, но политика импортозамещения не может быть универсальной для всех регионов, поэтому из-за эксклавности Калининградской области важно

отдельно рассмотреть возможности развития импортозамещающей региональной политики.

Подводя аналитическую работу следует учитывать, что ситуация на внешнем и внутреннем рынке меняется настолько стремительно, что реакция на происходящие процессы должна быть крайне быстрой, а для этого нужно использовать в аналитической работе современные цифровые технологии, применение методов экономического форсайта, предикативной аналитики и искусственный интеллект. Импортозамещение требует взвешенной оценки собственных возможностей экономики в воспроизводстве жизненно важных ресурсов, позволяющих обеспечивать продовольственную, энергетическую, промышленную безопасность. Для этого необходимо провести анализ экспортно-импортных потоков в различных группах товаров, определить сальдо внешнеэкономической деятельности региона, что позволит выявить наиболее уязвимые, критически зависимые отрасли региональной экономики, на которые нужно обратить особое внимание при разработке национальных и региональных программ импортозамещения.

Внешнеторговый оборот региона за 2018 год составил 10,2 миллиарда долларов: экспорт - 2 миллиарда долларов, а импорт - 8,2 миллиарда долларов. Отрицательное сальдо торгового баланса - 6,2 миллиарда долларов. [3]

Одна из основных целей функционирования АПК Калининградской обл. – это снабжение импортозамещения и продовольственной безопасности. Объем производства с.-х. продукции в 2018 году составил 36718,0 млн. рублей, индекс производства 109,1% к уровню прошлого года. [5].

Помимо этого, динамика импорта в Калининградскую область весьма непостоянна и испытывает периодические спады и подъемы. Так, например, в 2017 году импорт составил 7,21 млрд. рублей, в 2018 году – 8,25 млрд. рублей, а в 2019 году – 2,6 млрд. рублей. [4] Потребление мяса, яиц и картофеля в области превышает рациональные нормы и средние российские показатели. В год на одного жителя региона приходится 88 кг. мяса, 115 кг. картофеля и 280 яиц. Среднероссийские показатели составляют 73, 112 и 269 соответственно. [4] Это значит, что на сегодняшний день область полностью обеспечивает себя многими товарами. Таким образом, превышение среднероссийских показателей дает возможность экспортировать большинство продуктов за границу. В начале 2020 года немецкая компания Greenlase GmbH заинтересовалась возможностью создания в регионе льняное производство, чтобы выращивать и производить первичную переработку льна. Затем

полученное сырьё будет вывозиться в Германию для производства из него конечной продукции. [5] Таким образом, будет возрождаться в области льняная промышленность. Но в случае подписания деловых контрактов необходимо предусмотреть долгосрочные перспективы сотрудничества, поэтому экономике выгоднее включить в договорные документы обязательство немецкой стороны поставить в регион оборудование и технологии для переработки лубяных волокон (вероятнее всего, в долгосрочный лизинг).

Наиболее критически зависимые отрасли региональной экономики – производство масла и жиров, продукты растительного происхождения и продукция химической промышленности. Доля импорта в 2018 году составила \$86.9 млн., \$15.2 млн. и \$27.3 млн. что, соответственно, на 185%, 15% и 20% выше по сравнению с 2017 годом. Ведущие страны-импортеры – Бразилия, Беларусь и Китай. [7] Бразилия, находясь на первом месте, поставляет соевые бобы для дальнейшей переработки на заводах ГК «Содружество» в г. Светлый Калининградской области, так как наша область не может в полном объеме производить собственную сою из-за климатических особенностей, следовательно, основная возможная ниша импортозамещения – продукты растительного происхождения. Но проблема в том, что большинство отечественных товаров в несколько раз дороже импортных из-за высоких издержек производства.

Препятствие к развитию – технологическая отсталость из-за неравномерной реализации государственных инвестиций в региональное с/х, а инвесторы заинтересованы во вложении средств в промышленно – производственный сектор, поэтому государство в рамках Федеральной программы импортозамещения должно выступать гарантом получения инвесторами прибыли от вложений.

Кроме этого, область нуждается в усилении инновационной активности, так как по статистическим данным регион находится на 46 месте среди других регионов РФ по инновационной активности по данным 2018 года. [1] Следовательно, для роста производства и снижения рисков предпринимательства необходимо усилить мониторинг деятельности агропромышленных предприятий региона, чтобы стремиться выйти на новый технологический уровень

Таким образом, одна из основных проблем региона – это нехватка собственной сырьевой базы, необходимой для организации процессов производства нужного объема продовольствия в пределах территории области. Поэтому в сегодняшнее время востребованы любые программы импортозамещения, направленные на развитие отраслей материального

производства в регионе и, в первую очередь, сельхозпроизводства и перерабатывающей промышленности.

Литература:

1. Ассоциация инновационных регионов России. [Электронный ресурс] URL: <http://i-regions.org/images/files/airr18.pdf> (дата обращения 25.03.2020).

2. Зорина С.И., Манцевич И.В. Импортзамещение как фактор роста региональной экономики сельского хозяйства на примере Калининградской области// Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. - 2016. URL: <http://e-journal.omgau.ru/index.php/spetsvypusk-2/31-spets02/412-00161>.

3. ИА Прибыль Ру: Деловые новости. [Электронный ресурс] URL: <https://kaliningraddaily.com/fea/eksport-import/2019042270986> (дата обращения 13.03.2020)

4. Калининград.Ru - главный новостной портал. [Электронный ресурс] URL: <https://kgd.ru/news/society/item/59036-minselhoz-kaliningradcyedyat-myasa-yaic-i-ovoshhej-bolshe-chem-drugie-rossiyane> (дата обращения 20.02.2020)

5. Правительство Калининградской области. [Электронный ресурс] URL: <https://gov39.ru/ekonomy/situation/selskoe-khozyaystvo.php> (дата обращения 14.03.2020).

6. Ru-Stat: Экспорт и импорт России по товарам и странам. [Электронный ресурс] URL: <https://ru-stat.com/date-Y2015-2019/RU27000/import/world> (дата обращения 28.06.2020).

ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

М.В. Морозов, Л.В. Бузовская

**Сибирский государственный университет путей сообщения
г. Новосибирск, morozov.mama777@yandex.ru**

Данная статья посвящена комплексному исследованию основных тенденций и проблем развития регионов. В работе рассматриваются проблемы социального и экономического неравенства населения в регионах, институциональные барьеры развития крупных городов. Так же затронута проблема излишней концентрации экономики и инвестиций в Москве.

This article is devoted to a comprehensive study of the main trends and problems of regional development. The paper deals with the problems of social and economic inequality of the population in the regions, institutional barriers to the development of

large cities. The problem of excessive concentration of the economy and investment in Moscow is also touched upon.

Имея сложную экономическую обстановку в период пандемии еще больше обнажились проблемы регионов, о которых сегодня пойдет речь. 2020 год ярко и четко обнаружил спектр проблем, возникших в России ранее. Очень важной задачей, которую необходимо решить, стал спад доходов населения в большинстве регионов России, а так же демографические проблемы.

Для начала хотелось бы обозначить спектр проблем, которые ярко проявились в 2020 году:

1. Излишняя концентрация экономики в Москве и Московской области.
2. Спад и поляризация инвестиций в регионах.
3. Снижение уровня доходов в большинстве регионах страны.
4. Институциональные барьеры для развития крупных городов и агломераций.

Объектом исследования данной работы стали экономические тенденции развития и проблемы регионов.

На данный момент острой проблемой стал экономический кризис из-за пандемии коронавируса. Необходимо отметить, что этот кризис выявил как раз-таки проблемы обычных граждан, в отличие от кризиса 2008-2009 года, потому что тогда пострадали в основном предприятия. Усугубилось положение и из-за неполного выхода из кризиса 2014 года. На конец 2019 года по сравнению с началом 2014 инвестиции составляют -3% в реальном выражении, доходы населения -4%. Во втором квартале 2020 года необходимо говорить о падении доходов -8%. [5]

Исследуя данную проблему, нужно изначально отметить демографическую проблему в регионах. Рост населения наблюдается только лишь в крупных региональных центрах. На дальнем востоке и почти во всей Сибири наблюдается депопуляция населения, исключением является лишь Новосибирск, который притягивает миграцию (в основном студенческую). Чтобы избежать данной проблемы, необходимо, конечно, стимулировать регионы.

Еще одним исходным вопросом является экономическое неравенство регионов. Основным фактором является даже не само неравенство, сколько срединные регионы по этому показателю у которых нет особых преимуществ для интенсивного развития. Как раз большинство населения нашей страны живет как раз в этой середине, следовательно дотации и трансферты срединной части касаются в малой степени.

Еще одной проблемой является сверхконцентрация экономики в Москве и Московской области. Большинство крупных юридически

зарегистрированы именно в Москве. Исходя из несложных расчетов, можно увидеть, что каждый пятый рубль ВРП приходится на Москву и Московскую область, даже Санкт-Петербург и Ленинградская область отстают по этому показателю очень сильно.

Исходя еще из предыдущей проблемы, можно сделать вывод о том, что тем самым срединным регионам будет очень сложно добиться более равномерного распределения экономики по субъектам (Таблица 1).

Таблица 1 – Доля концентрации экономики Москвы в % от РФ

Доля от РФ, %	Москва	Москва и Московская обл	С.-Петербург	С.-Пб и Ленинградская обл
Население	8,5	14	3,6	5
ВРП	21	26	5	7
Инвестиции	14,5	20	4,5	7
Ввод жилья	5	16	5	9
Оборот розничной торговли	15	23	4	6
Доходы населения	17	24	5	6
Вклады в банках	35	41	8	8
Жилищные кредиты	11	19	6	7,5
Доходы бюджета	20	25	5	6
Расходы бюджета на национальную экономику	27	32	5	6
Расходы бюджета на благоустройство	56	62	4	5
Расходы бюджета на пособия по соц. защите населения	21	27	4	5

Следующей проблемой недостаточного развития регионов является поляризация и спад инвестиций. Мы должны отметить, что основной поток инвестиций направлен в определенную часть регионов России. Этими регионами являются все та же Москва и Московская область (20%), а так же новые нефтегазовые регионы нашей страны (Тюменская область с автономными округами, в районе 14%). К сожалению, неблагоприятный инвестиционный климат не дают другим регионам получать новые инвестиции в достаточном объеме. Эти показатели еще раз доказывают полезность инклюзивных и работающих политических институтов, которые пока что работают не лучшим образом.

Так же одной из важных проблем являются непрозрачные межбюджетные трансферты. К сожалению, дотационные республики получают огромные средства не за счет своих заслуг, а в республиках Северного Кавказа за счет политических договоренностей, лидерами межбюджетных дотаций являются республики Северного Кавказа,

Крым, Севастополь и Дальний Восток (доля трансфертов в эти регионы составляет в районе 35%). [3]

Далее следует падение платежеспособного спроса населения, что, конечно сказывается на бизнесе. Пандемия усилила это падение. Число россиян с доходами ниже прожиточного минимума во втором квартале 2020 года, на который пришелся основной удар пандемического кризиса, достигло 19,9 млн человек, или 13,5% от общей численности населения страны, следует из предварительных данных Росстата. [1]

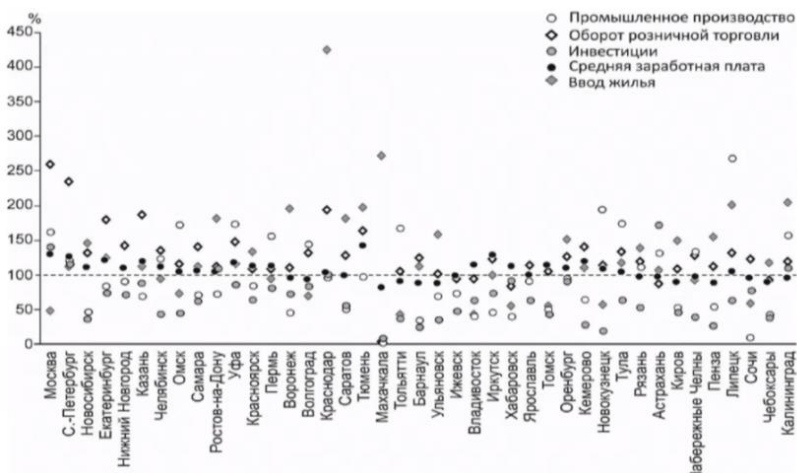


Рис.1 – Душевые показатели крупных городов к средним по РФ

Последней проблемой в моем исследовании стала неэффективная помощь крупным городам. На крупные города выделяется небольшое количество средств и распределяется не эффективно (помощь является не адресной, не проектной), что не позволяет обеспечить экономическое развитие региона в рамках стратегии развития, а лишь покрывает социальные расходы. Происходит приведение к усредненному показателю по всем параметрам, показанным на рисунке. Нужно выделять адресную поэтапную помощь, разрабатывать и обсуждать стратегию развития определенных агломераций (Рисунок 1).

Подводя итоги данной работы необходимо сказать о том, что мы проанализировали динамику развития регионов и их экономических операций. На основе этих фактов можно сделать вывод о том, что регионы имеют серьезные проблемы, которые необходимо решать. По нашему мнению, решения являются следующими:

1. Грамотное распределение межбюджетных трансфертов, основанное на принципах эффективности
2. Улучшение инвестиционного климата в регионах (в приоритете создание условий для ПИИ)
3. Развитие институциональных условий для развития экономики больших городов.
4. Более эффективная распределительная система в области бюджетной политики (деконцентрация роли Москвы в экономике РФ)

Литература:

1. Старостина Ю.А. Антикризисная поддержка властей не смогла остановить рост числа бедных до 20 млн человек [Электронный ресурс]: URL: <https://www.rbc.ru/economics/18/09/2020/5f64ba649a794707f1dd59d1> : (дата обращения: 24.10.2020)
2. Развитие городов и населенных пунктов. [Электронный ресурс] URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/razviti_e_gorodov/razviti_gorodov_i_inyh_naselennyh_punktov/ (дата обращения: 24.10.2020)
3. Зубаревич Н.В. Москве – все, регионам – остатки. Как сверхцентрализация мешает России. [Электронный ресурс] – Дата публикации в интернет: 03.02.2020. - URL: https://www.znak.com/2020-02-03/moskve_vse_regionam_ostatki_kak_sverhcentralizaciya_meshaet_rossii_leksiya_natali_zubarevich (дата обращения: 24.10.2020)
4. Зубаревич Н.В. Россия вымирает: Экономист назвала семь главных причин для регионов. – Дата публикации в интернет: 10.01.2020. [Электронный ресурс] URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/10/01/2020/5e1856009a794710ca6d2a87 (дата обращения: 24.10.2020)
5. Приток иностранных инвестиций. – Дата публикации в интернет: 10.01.2020 [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/ (дата обращения: 24.10.2020)

СОЗДАНИЕ ТОСЭР КАК МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МОНОТЕРРИТОРИЙ

Н.В. Назарова, С.Н. Любященко

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления, г. Новосибирск, nika_nazarova_98@mail.ru**

В статье сделан обзор проблем моногородов в России, их роли в развитии экономики региона. Выявлено, что градообразующие предприятия играют важную роль для экономики и населения моногорода. Подтверждена необходимость создания Территорий опережающего социально-экономического развития в моногородах России.

The results of analysis of existing problems of monocities in Russia are given in the article. It is revealed that city-forming enterprises play an important role for the economy and population of monocities. The necessity of creating Territories of advanced social and economic development in monocities of Russia is confirmed.

В условиях осложненной экономической ситуации, вызванной ухудшением санитарно-эпидемиологических условий, функционирование и дальнейшее развитие многих компаний находится под угрозой. При этом к числу наименее защищенных элементов экономической системы относятся моногорода, т. к. они имеют значительные риски ухудшения социально-экономического положения.

Функционирование моногорода тесно связано с наличием градообразующего предприятия и его решающим воздействием на жизнь граждан. Такие города осуществляют деятельность по производству одного вида продукции или нацелены на конкретную отрасль. В настоящее время многие моногорода считаются проблемными территориями, а не двигателями экономического развития регионов.

Специфика самих моногородов и факторы внешней среды значительно влияют на возникновение препятствий на пути к их самосовершенствованию. К настоящему моменту главными проблемами моногородов России считаются:

- угроза банкротства градообразующего предприятия или истощение его ресурсной базы;
- увеличение количества безработных жителей;
- низкий уровень жизни, а также уменьшение численности и старение населения;
- значительный износ инфраструктуры и отсутствие возможностей для ее улучшения;
- продукция не всегда востребована на рынке;
- рост социальной напряженности [9];

- угроза осложнения экологических проблем [5, с. 373].

Механизм управления развитием моногородов нацелен на изменение ситуации, а также выработку у них адаптивности к изменениям внешней среды.

Критерии отнесения к моногородам указаны в Постановлении Правительства № 709:

- наличие правового статуса городского округа или поселения;
- население округа превышает три тысячи человек;
- количество работников градообразующего предприятия - не менее 20 % от общей величины трудоспособных;
- градообразующее предприятие осуществляет промышленную деятельность или ведет добычу полезных ископаемых (за исключением нефти и газа).

В данный перечень попадают только муниципальные образования, имеющие признаки моногорода на момент составления перечня, т. е. по состоянию на 2014 г. Города, находящиеся в не менее сложном положении, но на соответствующий момент не отвечавшие всему набору критериев, в него не попали. Включение в перечень моногородов предоставляет ряд преференций и дает возможность улучшить социально-экономическую ситуацию при помощи выделяемых бюджетных дотаций и субвенций, предоставления налоговых преференций бизнесу и включения в федеральные и региональные программы развития.

Дополнительными характеристиками моногорода являются социально-экономические показатели хозяйственной деятельности. Постановление Правительства № 709 предусматривает три категории моногородов: со сложным социально-экономическим положением; с риском ухудшения экономического положения; со стабильной социально-экономической ситуацией [4, с. 90].

На начало 2020 г. в РФ зарегистрировано 319 моногородов, 94 из которых считаются городами со сложным социально-экономическим положением, а в 70-ти - социально-экономическая ситуация признана стабильной [3]. Численность населения во всех моногородах составляет около 14 млн. человек (десятая часть населения страны).

Далее рассмотрим факторы, препятствующие проведению реструктуризации экономики моногородов и, соответственно, их развитию, а также повышению качества жизни населения:

- низкие темпы создания новых предприятий, в т. ч. из-за неэффективности мер поддержки субъектов малого предпринимательства;

- низкая проработка законодательной базы в части поддержки развития малых и средних предприятий;
- слабый уровень участия негосударственных институтов развития (бизнес-ангелов, венчурных фондов, краудфандинг площадок);
- не всегда отрегулированное взаимодействие между органами исполнительной власти и государственными институтами развития [1, с. 46].

Данилова С. Н. выделяет следующие проблемы функционирования моногородов:

1) В случае если в моногороде возникает кризис градообразующего предприятия, то население стремится переехать в близлежащие крупные города с целью поиска работы. Следовательно, квалифицированных кадров, которые смогли бы решить проблемы данного предприятия, совсем не остается. В то же время, закрытие предприятия может привести к деградации всего города;

2) Большая часть моногородов находится вдалеке от экономических центров, что негативно сказывается на их сбытовом процессе, т. к. отсутствуют удобные транспортные узлы, которые связывали бы градообразующие предприятия со своими потребителями [2, с. 76-77]

Именно поэтому следует наладить систему развития моногородов в целях стабилизации деятельности градообразующего предприятия, повышения уровня жизни населения, поддержки малого и среднего предпринимательства и повышения инвестиционной привлекательности.

Одним из законодательно предусмотренных способов решения существующих проблем монотерриторий является получение моногородами нового статуса Территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР).

ТОСЭР положительно воздействует на экономику моногорода в связи с тем, что устанавливаются определенные льготы и происходит снижение налоговой нагрузки на предприятия, а именно:

- резиденты освобождаются от уплаты земельного налога и налога на имущество организаций;
 - отсутствуют таможенные пошлины;
 - устанавливаются пониженные арендные платежи;
 - есть возможность в ускоренном и упрощенном варианте привлекать на работу квалифицированных сотрудников и т. д. [6, с. 50-52].
- Преференции позволяют моногородам постепенно выходить из кризиса и становиться городами с устойчивым социально-экономическим развитием.

Таким образом, можно сделать вывод, что для моногородов особенно важным становится получение статуса ТОСЭР. Система функционирования таких городов ограничена, т. к. большая часть населения работает на градообразующем предприятии, что отрицательным образом влияет на развитие моногорода. Положительный эффект после образования ТОСЭР достигается посредством применения льгот для осуществления деятельности.

Создание ТОСЭР будет способствовать не только развитию производств, привлечению инвестиций, обеспечению занятости населения, но и созданию комфортных условий для проживания граждан и выводу моногородов из кризиса [7, 8].

Литература:

1. Вахтина М. А., Игнатова Т. В. Институциональные ограничения на пути комплексного развития российских моногородов // Вестник Академии знаний. - 2020. - № 36 (1). - С. 43-47
2. Данилова С. Н., Петров А. М., Тэйслина О. Г. Государственное регулирование развития территорий с особым статусом // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2018. - № 4 (73). - С. 75-79
3. Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 № 1398-р (ред. от 21.01.2020) <Об утверждении перечня монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)> [Электронный ресурс] /URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166540/ (дата обращения: 14.10.2020)
4. Томилов А. Ю., Чуприн В. В. Моногород в праве и социуме // Вестник Челябинского государственного университета. Философские науки. - 2020. - № 5 (439). - С. 89–97
5. Троянская М. А., Тюрина Ю. Г. Управление моногородом: содержание и характеристика // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2019. - Т. 8, № 3 (28). - С. 372-374
6. Тюрина Ю. Г. Вопросы налогового регулирования в государственной политике по развитию моногородов // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. - 2018. - №2. - С. 45-54
7. Ляскин Г.Г., Татаренко В.И. Мировая экономика и международные экономические отношения / Учебное пособие - Новосибирск, 2016.
8. Ляскин Г.Г., Шабашев В.А. Подходы к оценке роли монополии на рынке труда: региональный аспект // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. - 2016.- № 2. - С. 169-179.

9. Ляскин Г.Г. Монополия на рынке труда: проблемы количественной оценки // Мы продолжаем традиции российской статистики. Материалы I Открытого российского статистического конгресса: сб. науч. тр. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2015. - С. 393-394.

ЗАВИСИМОСТЬ МЕЖДУ УРОВНЕМ ПРЕСТУПНОСТИ И ОБЪЕМОМ БАНКОВСКИХ ВКЛАДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Д.В. Плесовских, С.С. Горина, А.В. Шмаков

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, plesovskikh.d@list.ru**

В работе оценивается зависимость между суммой банковских вкладов физических лиц и количеством совершаемых разбоев, краж и грабежей, предлагается гипотеза относительно объяснения причин выявленной закономерности.

Research assesses the dependence between the amount of bank deposits of individuals and the number of brigandages, burglaries and robberies, suggests a hypothesis concerning explanation of the reasons of the revealed regularity.

Можно предположить, что с ростом преступности увеличивается привлекательность использования банковских вкладов для хранения сбережений. Использование банковских вкладов позволяет снизить риск стать жертвой разбоя, кражи или разбоя. Необходимость дальнейшего развития безналичной формы расчетов делает актуальной проверку данного тезиса. Цель работы: проверить наличие зависимости между суммой банковских вкладов физических лиц и количеством совершаемых разбоев, краж и грабежей.

Приведём официальные данные Федеральной службы государственной статистики, характеризующие количество совершенных преступлений (краж, грабежей, разбоев) и сумму банковских вкладов физических лиц в Сбербанк в период с 2008 – 2018 гг. в РФ (рис. 1).

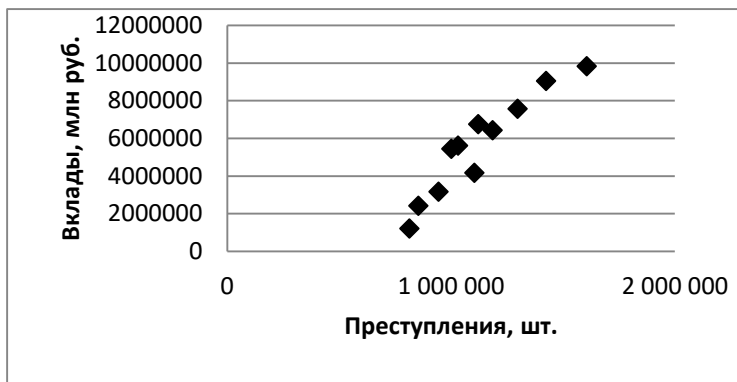


Рис. 1 – Диаграмма рассеяния сумм вкладов и количества преступлений в РФ за 2008-2018 г.

Эти данные позволяют выдвинуть гипотезу, согласно которой рост уровня преступности будет способствовать увеличению суммы вкладов физических лиц на рублевые счета в банках.

Измерив тесноту связи между суммой рублевых вкладов в Сбербанк и количеством грабежей, краж, разбоев по 80 субъектам РФ за 2018 год, получили, что коэффициент корреляции между вкладами физических лиц и грабежами, разбоями, кражами – 0,800; 0,888 и 0,830 соответственно. Полученные коэффициенты корреляции близки к единице, следовательно, наблюдается высокая положительная корреляция. Иначе говоря, отмечается высокая степень связи между суммой вкладов физических лиц и количеством совершённых преступлений (грабежей, разбоев, краж).

Для проверки значимости полученных коэффициентов корреляции использовался критерий Стьюдента. Основная, проверяемая нами гипотеза H_0 состояла в том, что коэффициент корреляции не значим. Альтернативная гипотеза H_1 состояла в том, что коэффициент корреляции значим. Поскольку все расчётные значения t-статистики больше, чем критическое значение t, приходим к выводу о существовании значимой положительной корреляционной связи между суммой вкладов на рублёвые счета в Сбербанк и количеством, совершаемых краж, грабежей и разбоев. Таким образом, расчеты подтвердили наличие связи между суммами вкладов на рублёвые счета в Сбербанк и количеством преступлений (грабежей, разбоев, краж).

Выявленная положительная связь может быть объяснена тем, что рост уровня преступности заставляет людей задумываться о том, что они могут потерять свои сбережения в результате грабежа, разбоя или кражи. Это стимулирует их держать свои денежные средства в банковских

вкладах. Хранение денег в банке, очевидно, надёжнее, чем дома «под матрасом». Соответственно популярность использования банковских вкладов в качестве альтернативы хранению денежных средств дома в наличности растёт.

Литература:

1. Тимофеев В.С. Эконометрика : учебник / В.С. Тимофеев, А.В. Фаддеенков, В.Ю. Щеколдин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2013.– 340 с.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018: стат. сб. / Росстат. – М., 2018. – 1164 с.

САМОЗАНЯТЫЕ И ФРИЛАНСЕРЫ В ЭКОНОМИКЕ РФ

Е.С. Придня, Н.В. Бозо

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, pridnya.el@yandex.ru, bozo@corp.nstu.ru**

Авторами рассматривается в данной статье роль фриланса в экономике Российской Федерации, а также предложены пути легализации данной формы занятости государством.

In this article the authors consider the role of freelancing in the economy of the Russian Federation and suggests ways to legalize this form of employment by the state.

В настоящее время самозанятость является одной из самых обсуждаемых форм занятости в РФ, т. к. страна заинтересована в увеличении объема прямых налоговых сборов, уменьшении официальной безработицы и в развитии экономики. Причиной легализации труда по словам министра финансов Антона Силуанова является то, что бизнес несет большую нагрузку в виде налогов на труд, это является одной из проблем налоговой системы РФ. Из-за неформальной занятости бюджет ежегодно недополучает 3 триллиона рублей доходов, что составляет почти 3% ВВП. При этом около 25% трудовых доходов россиян невидимы государству, а налоги не платят 13 миллионов человек.[1]

Целью создания категории «самозанятые» является легализация лиц, оказывающих услуги в личном порядке, но нигде не регистрирующих свою деятельность и не платящих налоги. Легализация самозанятости объясняется необходимостью преодоления коррупции и взяточничества,

ограждения самозанятых от необходимости давать взятки «власть имущим».

Меры по урегулированию деятельности работающих на себя, предпринимались уже несколько лет. Были созданы различные законы, однако количество зарегистрировавшихся всё ещё на низком уровне. Это происходит из-за того, что:

- Налоговая система требует больших нововведений.
- Фрилансеров требуется выделить в отдельную категорию, вместо внесения их к гражданам ИП.
- Недоверие к государству и системе сбора налогов.
- Налоговые ставки.

С 1 июля 2020 года все регионы России получили возможность вводить специальный налоговый режим (НПД) для самозанятых граждан. С начала 2019 года эксперимент реализовывался и был признан успешным в следующих регионах: Москве, Московской и Калужской областях, Татарстане. С начала 2020 года он был распространён ещё на 19 регионов, а сейчас законы о введении налога приняты уже в 75 субъектах РФ. По состоянию на 21 июля, в стране зарегистрировано более 850 тысяч самозанятых, общий суммарный доход которых составляет более 110 млрд рублей.

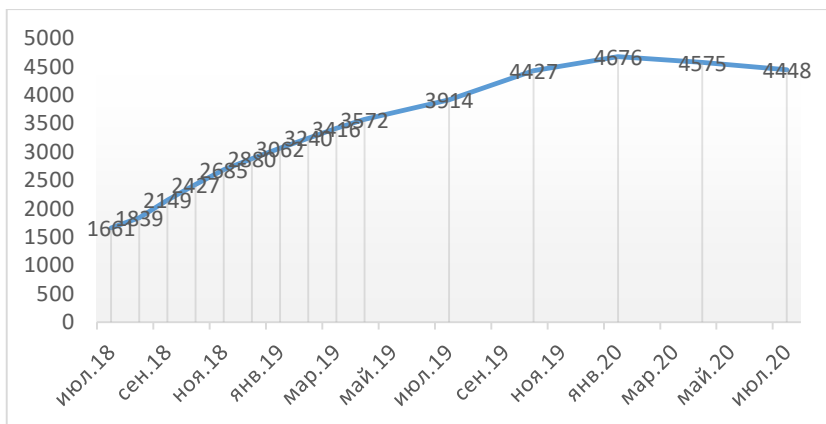


Рис. 1 – Статистика регистрации самозанятости в РФ за 07.2018-07.2020

Несмотря на принятие данного закона, государству не удаётся отыскать всех фрилансеров, так как предложения в законе имеют добровольный характер. Есть вероятность появления штрафов за отсутствие регистрации своего бизнеса. На данный момент подобные

штрафы предусмотрены только для тех, кто воспользуется условиями нового закона.

В настоящее время самым действенным способом поиска самозанятых является отслеживание по их транзакциям на банковских счетах. Предполагается проверять тех, кто переводит большие суммы, так как отслеживать мелкие транзакции в данном случае не имеет смысла. Однако фрилансеры могут перейти на личный счёт или интернет-сервисы для оплаты.

Также существуют другие методы «поимки» самозанятых, среди них:

- Отслеживание социальных сетей (в основном именно там фрилансеры распространяют рекламу своих услуг или товара).

- Оплата услуг ЖКХ при отсутствии оплаты НДФЛ – такую инициативу предлагал министр труда и социальной защиты Максим Топилин.

- Отслеживания контрольных закупок.

На данный момент различные способы определения фрилансеров законодательной властью не будут являться эффективными, если человек не пользуется банковской картой, либо имеет с этой системой минимальные отношения, не получая больших переводов. Также основным минусом самозанятости является то, что у зарегистрированного самозанятого не начисляется страховой стаж для дальнейшего назначения государственной пенсии.

Для решения данной проблемы государство предлагает делать добровольные взносы в пенсионный фонд; совмещать самозанятость со второй работой; позаботиться о старости самостоятельно (с помощью личных накоплений).

С другой стороны, самозанятость имеет ряд преимуществ.[2] Для самозанятых предлагаются самые низкие налоговые ставки, которые не будут менять до 2028 года. Также отсутствует бумажная отчётность. При регистрации самозанятости, работникам предоставляется налоговый вычет в размере 10 тыс. руб. Таким образом, будет происходить снижение ставки (ч. 2 ст. 12 Закона о самозанятых):

- 3% вместо 4% при получении оплаты от физических лиц;
- 4% вместо 6% при получении оплаты от юридических лиц и ИП.

В настоящее время из-за ситуации с Covid-19, всем самозанятым, у которых отсутствует налоговая задолженность, и которые пройдут регистрацию до конца 2020 года, будут выданы бонусные 22 130 рублей. Также с 1.07 до 31.12 2020г. Данный налоговый бонус уменьшит сумму налога в полном объеме.

Подводя итоги, можно сказать, что проблема с регистрацией самозанятости в Российской Федерации актуальна в настоящее время.

Доходы российского фрилансера в 1,5-2 раза больше, чем у штатного сотрудника (50 000 – 100 000 руб. в месяц), что не может не отразиться на экономике страны [3]. Для государства и государственного бюджета самозанятые приносят выгоду, только если они ведут свою деятельность легально (не в роли фрилансеров), поэтому государство старается легализовать самозанятость, создавая законы и оказывая поддержку этому направлению.

У самозанятости есть как положительные, так и отрицательные стороны. К главным преимуществам относят простую регистрацию (в отличие от регистрации ИП, не требуется большое количество документов); легализацию собственных доходов; налоговый вычет и отсутствие отчётности. Основные недостатки: не засчитывается трудовой стаж, ограничение годового дохода (допустимый максимум годового дохода – 2,4 млн руб.) [4], отсутствие социальных гарантий и невозможность совмещать НДС с иными формами налогообложения.

Главной причиной массового ухода самозанятых в тень является обоснованное недоверие к государству. При выборе между «теневым» самообеспечением и официальной регистрацией с непредсказуемыми последствиями представляет собой дилемму, когда в любом случае результат будет неизбежно одинаков. Именно поэтому можно объяснить низкий темп роста регистрации самозанятости в России.

Литература:

1. Шабас А. Самозанятые и самозанятость в России. Причины появления закона и его особенности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/self-employed/> (дата обращения 13.10.2020)
2. Григорьева Е. Все плюсы и минусы самозанятости для граждан в 2020 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nalog-nalog.ru/samozanyatyte/vse-plyusy-i-minusy-samozanyatosti-dlya-grazhdan-v-2020-godu/> (дата обращения 13.10.2020)
3. Бозо Н. В. Роль малых инновационных предприятий в развитии экономики региона / Н. В. Бозо, Е. В. Доронина // Инновационный менеджмент и технологическое предпринимательство: материалы Всерос. молодежного науч. форума, Новосибирск, 12–14 ноября 2015 г. : в 2 т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. – Т. 1. – С. 114–117.
4. Статистика о представленных физическими лицами в налоговые органы уведомления об осуществлении деятельности по оказанию услуг физическим лицам для личных, домашних и (или) иных подобных нужд [Электронный ресурс] – Режим доступа:

https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/selfemployed/ (дата обращения 13.10.2020)

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ИННОВАЦИЙ В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

А.А. Савельева, А.А. Кулешова, И.Б. Адова
**Новосибирский государственный университет экономики
и управления, г. Новосибирск, savelieva.a01@yandex.ru**

В статье проводится анализ инновационного развития Сибирского федерального округа (СФО) за счет деятельности организаций, функционирующих в округе. А также проводится выявление существующих проблем в области инноваций и предлагаются пути решения.

The article analyzes the innovative development of the Siberian Federal district (SFD) due to the activities of organizations operating in the district.

Одной из наиболее серьезных проблем в современности Российской экономики выделяют низкую заинтересованность к инновационным проектам развития. Однако именно это современное направление является необходимым драйвером для роста и устойчивости национальной экономики. На сегодняшний день степень развитости инновационной инфраструктуры региона во многом предопределяет его инвестиционную привлекательность и развитость экономической и иных систем [3].

Инновационное развитие СФО содержит в себе множество элементов, среди которых содержатся и сами организации, функционирование которых оказывает огромное влияние на степень развитости региона. Поэтому в данной статье мы попытаемся сделать общий вывод по сибирскому федеральному округу, используя данные об инновационной деятельности организаций.

Целью данной статьи является сбор и анализ данных об инновационном развитии Сибирского федерального округа за счет деятельности организаций, функционирующих в округе, а также выявление проблем развития и предположение их возможных перспектив.

Объект исследования – инновационные предприятия в Сибирском федеральном округе.

Новосибирская область находится на 6 месте в рейтинге «Инновационные рейтинги России: версия 2018 года», тем самым находясь в группе «Сильных инноваторов» [5].

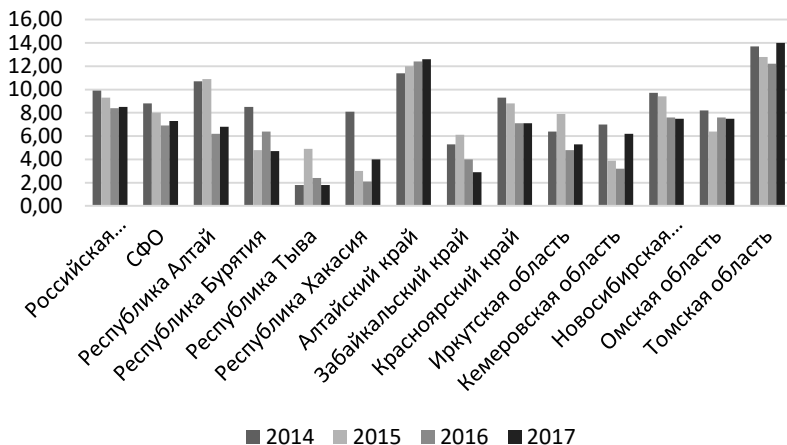


Рис. 1 - Инновационная динамичность организаций (удельный вес организаций, которые реализуют технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе исследуемых организаций), по субъектам РФ (%) [4].

В представленной диаграмме можно отметить, что на основе данных за 2017 г. ведущими показателями являются Томская область (14,0%) и Алтайский край (12,6%), а также стоит отметить, что в десятке регионов показатель удельного веса составляет ниже среднего по РФ (8,5%). За рассматриваемые нами период, можно сказать, что в только в трех регионах СФО число инновационных организаций возросло, к ним относится: Алтайский край, Кемеровская область, Томская область, а в остальных регионах число организаций значительно сократилось.

Еще одним признаком, иллюстрирующим инновационную деятельность региона, является объем инновационных товаров, работ и услуг организаций. В 2017 г. значение данного показателя в среднем по регионам СФО составило ниже среднего уровня по РФ почти в 4 раза [1].

Таблица 2- Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, по субъектам РФ (%) [5].

	2014	2015	2016	2017	2018	Ср. год. процент
РФ	2,9	2,6	2,5	2,4	2,1	2,71
СФО	2,9	2,6	1,7	1,9	2,1	2,04
Республика Алтай	9,3	3,5	1,3	1,1	0,3	2,78
Республика Тыва	0	0	0	0,1	0,1	0,24
Республика Хакасия	0,1	0	0	0,7	0,1	0,21
Алтайский край	1,1	1,1	1,1	1,2	1,3	1,25
Красноярский край	6,9	4	2,5	1,8	2,7	3,78
Иркутская область	3	2,4	1,1	2,4	2,3	2,3
Кемеровская область	0,1	0,4	0,2	0,2	0,1	0,46
Новосибирская область	1,1	1,2	1,5	1,2	1,3	1,64
Омская область	3,9	4,7	2,8	4,5	4,8	5,11
Томская область	2,2	3,4	3,5	4,2	3,8	2,99

Исследуя табличные данные, можно наглядно увидеть, что в 5 регионах СФО издержки на технологические инновации имеют непрерывную динамику коэффициента удельного веса затрат на технологические инновации в общем объеме. За рассматриваемый период (2014–2018 гг.) в четырех регионах произошли незначительные спады, а в двух регионах — немаловажное снижение. В 2018 году ситуация не в полном объеме изменилась: ведущим регионом является Омская область (4,8 %), среди отставших Республика Тыва (0,1 %), Республика Хакасия (0,1%) и Кемеровская область (0,1 %).

Для внесения ясности в динамику удельного веса затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ и услуг по каждому региону СФО, посчитаем среднее годовое значение [1]:

$$\text{Ср. годовое значение (\%)} = \frac{\text{значение каждого года (\%)}}{\text{количество лет}}$$

Ориентировочно, за год среди регионов наблюдается увеличение в 2,07%.

Инновационные процессы в реальном секторе экономики СФО (2,04%) развиваются медленнее, чем в РФ (2,71%). Это связано с тем, что сбалансированное развитие всех уровней в региональном аспекте не является комплексным подходом к существованию инновационного потенциала.

Главные особенности реализации инновационной политики [2]:

1) Слабая финансовая самостоятельность регионов РФ и муниципалитетов и, как следствие, ограниченная возможность осуществления инновационной политики.

2) Функция научных исследований подготовки кадров разделены между институтами Российской академии наук и ВУЗами. Одним словом, реализация инфраструктуры для поддержания развития связей между наукой и бизнесом.

На наш взгляд, возможна следующая перспектива особенностей реализации инновационной политики:

1) Для создания и поддержки стабильности инновационной системы в СФО требуется построение качественной системы стимулов и мотиваций для участников инновационного процесса (государства, организаций и разработчиков);

2) Для приобретения некоей финансовой самостоятельности субъектами Российской Федерации, необходимо создать благоприятный инвестиционный климат, который бы искоренял причины коррупционных правонарушений;

3) Необходимо развивать культуру свободного мышления и развивать заложенный потенциал личностей, имеющих интерес и возможности, в том числе и в сфере инновационных разработок.

Литература:

1. Артемьева, А. Д. Состояние рынка инноваций в Сибирском федеральном округе / А. Д. Артемьева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 52 (290). — С. 339-341. — URL: <https://moluch.ru/archive/290/65920/> (дата обращения: 28.09.2020).

2. Бабкина, Е. В. Механизмы и инструменты инновационного развития региона / Е. В. Бабкина, Н. П. Абаева. – Ульяновск: УлГТУ, 2019. – 179 с.

3. Мельников В. В. Содержание инновационной и научно-технической политики государства при построении национальной инновационной системы // Пространство экономики. 2012. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-innovatsionnoy-i-nauchno-tehnicheskoy-politiki-gosudarstva-pri-postroenii-natsionalnoy-innovatsionnoy-sistemy> (дата обращения: 01.10.2020).

4. Официальная статистика \ Наука, инновации и информационное общество \ Наука и инновации. [Электронный ресурс] URL: http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#. (дата обращения: 01.10.2020).

5. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации <http://i-regions.org/reiting/rejting-innovatsionnogo-razvitiya/>. (дата обращения: 01.10.2020).

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ НА МЕЖДУНАРОДНОМ, ФЕДЕРАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

И.В. Савенкова, Н.Ю. Власова

**Уральский государственный экономический университет,
г. Екатеринбург, ivanov_a01@mail.ru**

Научная статья посвящена актуальной проблеме современной экономики России – проблеме адаптации к масштабным изменениям в мировой экономике в условиях незавершенных институциональных преобразований.

The scientific article is devoted to an urgent problem of the modern Russian economy – the problem of adaptation to large-scale changes in the world economy in the context of incomplete institutional transformations.

В ближайшей перспективе траектория развития российской экономики будет определяться определенным набором факторов, важнейший из которых является связь с глобальными процессами в мировом сообществе. В связи с этим возникают проблемы в поиске ведущих направлений интеграции российской экономики в мировое хозяйство, учитывая, что ещё в России не завершен процесс создания институтов и институциональных преобразований, адекватных высокоразвитой и современной рыночной экономики. Именно поэтому представляется актуальным высказать ряд соображений по поводу институциональных процессов внутри страны в глобальных условиях. Лауреат Нобелевской премии по экономике Д. Норт установил переходные общества, которые находятся в состоянии институционального неравновесия, понимая, что они в поиске своей точки равновесия в институциональном пространстве [4].

С позиции институционализма трансформационную логику можно представить определенным образом: в качестве исходного пункта выступает слом «старого» институционального оформления; защита

реакция общества – заполнение институционального вакуума многообразными моделями неформального взаимодействия; ведущее содержание перемен – определение и утверждение новых формализованных правил и механизмов, которые обеспечивают их соблюдение; в результате – «нормализация» институционального пространства, нахождение совершенно нового стабильного баланса между неформальными и формальными регуляторами [8].

Институциональная модернизация достаточно сложно протекала в России по нескольким причинам:

Во-первых, начало переходных процессов экономики страны совпало с периодом распада СССР и образованием нового государственного устройства – Российской Федерация.

Во-вторых, существенным политическим влиянием [6].

В результате были демонтированы в короткие сроки существующие институты общества, которые были свойственны командно-административной экономике (централизованное планирование, доминирование государственной собственности и др.), рыночные реформы не смогли быстро сформировать базу новейшей экономической системы, которая бы дала гарантии на устойчивость на макро- и микроуровне. Институциональные пустоты образовались стали тут же обрастать теневыми структурами, неявными контрактами и неформальными институтами [1]. В определенном смысле, это явилось ответом общества на освобождение от высокой правовой зарегулированности, которая была следствием директивной системы управления страной. Параллельно стал разворачиваться еще один процесс – это импорт, внедрение и освоение новых общественных формальных институтов по примеру тех, что действуют в странах с развитой экономической системой. Ускорение этого процесса осуществлялось за счет огромных масштабов их «импорта», без которого процесс перехода неизбежно бы растянулся на крайне продолжительный и долгий период [3].

В силу особого географического положения и масштабов России региональная структура имеет высокую дифференциацию. Начиная с 2013 года, в российской экономике наблюдается дестабилизация региональных бюджетов, сокращаются темпы инвестиций, падают доходы потребления и населения. Особая острота отмечается в асимметричности регионального развития, которое проявляется в усилении социально-экономических различиях между муниципальными территориями, которые обусловлены совокупным действием разновекторных внутренних и внешних факторов [9].

Несмотря на кардинальные различия в стартовых формах, условиях, темпах и последовательных реформ, институциональные процессы экономики России и стран Восточной и Центральной Европы были подчинены общей преобразовательной логике, имея при этом разнообразные механизмы и формы рыночной трансформации. В странах Восточной Европы формирование формальной институциональной среды отразилось на сужении зоны неформальных отношений. Настоящим ускорителем формирования инфраструктур и институтов рыночной экономики для данных государств стало предстоящее вступление в Евросоюз, где одно из первых требований являлось адаптация законодательства вступивших в него стран к стандартам ЕС [4].

В России же сформировался интересный парадокс: любые формальные институты сразу же обрастают личными связями и неформальными отношениями. Речь идет о том, что они подвергаются внутренней деформации, то есть теряют универсальные свойства, лишаются прозрачности и утрачивают автоматизм. Подобные проблемы обнаруживаются и у организаций [2]. Так определенная часть крупнейших российских корпораций до настоящего времени являются образованиями кланового типа, с «непрозрачными» и неясными границами внутренней структурой, которая погружена в сложные симбиотические отношения с государством. Эти проблемы стали возможны, в первую очередь, по причине отсутствия действенных механизмов контроля за соблюдением контрактных установлений и законов. Их формирование блокировалось множеством причин, в частности: высокой степенью неопределенности, которая возникает на начальной стадии реформ; незакрепленностью устоявшихся традиций законопослушного поведения, слабыми стимулами двигаться в направлении рыночных преобразований в экономической среде и демократизации общества. Подобные метамарфозы заставляют прийти к выводу, что гипотетически в России существует так называемая стационарно переходная экономика. Это свидетельствует, что переходный институциональный режим экономики страны начинает приобретать черты устойчивого равновесия [7]. Имеющиеся институциональные проблемы ограничивают полноценное участие России в процессах глобализации. Например, иностранный капитал, который вкладывается в российскую экономику, наталкивается на слабые абсорбционные способности. Известно, что для эффективного распределения необходимы эффективно функционирующие институты частной собственности, сделок и конкуренции (банковское регулирование, ценные бумаги, инвестиционные посредники), институты,

которые структурируют и делают прогнозируемым поведение партнеров рынка (контрактное право). Все это в российской экономике находится на стадии становления [5].

На современном этапе продолжающиеся институциональные реформы и их незавершенность в полной мере не позволяют России использовать преимущества экономической глобализации, но ускорение этих экономических процессов неизбежно будет происходить в связи вступлением нашей страны в ВТО, что, очевидно, будет стимулировать процессы развития институциональной среды экономики нашей страны.

Литература:

1. Беломестнов В.Г. Инновационная экономика России: институциональный подход // Проблемы современной экономики. - 2019. - № 4 (72). - С. 30-34.
2. Институциональная экономика: учебное пособие / Ю.И. Соколов, И.М. Лавров, А.Г. Гурушкин. – М.: РУТ (МИИТ), 2018-. - 21 см. Ч. 1. - 2018. - 119 с.
3. Институциональная экономика в синергии развития: монография / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, А.Н. Герасин и др.; под редакцией И.К. Ларионова. – М.: Дашков и К°, 2018. - 404 с.
4. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебное пособие / А.А. Баракин, Н.Т. Васильцова, Н.Г. Данилочкина и др.; под редакцией кандидата экономических наук Н.М. Ермолаевой. – М.: Аспект пресс, 2018. - 311 с.
5. Оськина А.Д. Институциональные аспекты «зелёной» экономики // Экономика и управление: проблемы, решения. - 2016. - Т. 2. - № 2. - С. 37-45.
6. Социально-экономическое прогнозирование: учебное пособие / О.Ю. Бирюкова, И.В. Охотников; Российский университет транспорта (МИИТ). – М.: МАКС Пресс, 2017. - 101 с.
7. Управление экономикой: методы, модели, технологии: XVIII Международная научная конференция, Уфа–Красноуфимск 2018 / ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет», Slovak University of Technology in Bratislava и др.; редколлегия: Л.А. Исмагилова (ответственный редактор). - Уфа: РИК УГАТУ, 2018. - 394 с.
8. Халил М.Р.А. Приоритеты государственной политики регулирования устойчивого развития и стимулирования зеленой экономики // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. - 2020. - № 1 (121). - С. 176-182.

9. Хошимов Х.Х. Региональная политика как инструмент макроэкономического регулирования процесса устойчивого развития территорий // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Серия: Естественные и экономические науки. - 2018. - № 4 (47). - С. 180-187.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКИ И ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТИ ДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА ТЕРРИТОРИИ РФ

**А.Ю. Смирнова, О.А. Горянинская
Алтайский государственный университет,
г. Барнаул, ка 404707@mail.ru**

В работе рассмотрены вопросы создания и функционирования системы цифровой маркировки и прослеживаемости товаров, проанализированы возможные проблемы и рассмотрены экономические аспекты ее внедрения.

The paper deals with the creation and functioning of a digital labeling system and traceability of goods, analyzed possible problems and considered the economic aspects of its implementation.

Введение в российской практике системы маркировки и прослеживаемости товаров направлено на «повышение уровня безопасности и защиты жизни и здоровья населения, сокращения объемов нелегального оборота продукции, повышения собираемости налогов и таможенных пошлин, а также для мониторинга и контроля конкурентной среды на товарных рынках» [1]. По мнению экспертов, эти действия приведут к увеличению налогового бремени и созданию входных барьеров при ведении определенных видов предпринимательской деятельности. Проанализировав законодательную базу по вопросам создания и функционирования системы маркировки и прослеживаемости товаров, можно выделить следующие задачи, которые должна осуществить данная система в разрезе субъектов:

1. потребитель: защита жизни, здоровья и прав потребителей;
2. государство: сокращение доли теневой экономики, повышение собираемости таможенных и налоговых платежей, сокращение затрат государства на контроль за счет повышения прозрачности товарного рынка;
3. бизнес: повышение конкурентоспособности легальных производителей, увеличение выручки за счёт вытеснения с рынка

участников с нелегальной продукцией, отслеживание продукции по всей логистической цепи в режиме настоящего времени.

Опыт зарубежных стран показывает, что изначально целью введения маркировки было усиление контроля над оборотом только тех товарных групп, которые из-за своего низкого качества или высоко уровня контрафакта могли причинить серьёзный вред жизни или здоровью населения. В странах ЕАЭС расширен перечень товарных групп, в отношении которых будет реализован механизм обязательной маркировки [2].

В таблице 1 рассмотрим динамику перехода на единую маркировку товарных групп, подлежащих физической прослеживаемости на территории Российской Федерации (таблица 1).

Таблица 1 – Переход на единую систему маркировки и прослеживаемости [3]

Категория, запуск	Стадия
Алкогольная продукция (22.11.1995)	В действии
Меха (12.08.2016)	С 1 июня 2019 г. в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 14.03.2019 №270 информационная система маркировки изделий из меха перешла в единую национальную систему Честный знак.
Табачные изделия (01.03.2019)	С 1 июля 2020 г. прекратился оборот немаркированной продукции.
Обувные товары (01.07.2019)	
Фотоаппараты и лампы-вспышки (01.12.2019)	С 1 октября 2020 г. оборот немаркированных фототоваров запрещен.
Шины и покрышки (01.12.2019)	С 15 декабря 2020 года оборот и вывод из оборота немаркированных товаров будет запрещен.
Легкая промышленность, духи и туалетная вода (01.12.2019)	С 1 января 2021 г. оборот немаркированных товаров будет запрещен.
Лекарственные препараты (01.01.2021)	С 1 января 2020 г. планировалось поставить на учет все группы препаратов. Срок перенесен на 1 июля, затем на 1 января 2021г.

Введение системы маркировки – сложный процесс, требующий значительного количества ресурсов, поэтому, кроме ожидаемого государством положительного эффекта, возможен ряд отрицательных последствий, которых опасаются другие субъекты экономики. В таблице 2 представлены преимущества и недостатки введения системы маркировки и прослеживаемости товаров для всех участников рынка.

Таблица 2 - Преимущества и недостатки введения единой системы маркировки и прослеживаемости для всех участников рынка

Субъекты рынка	Преимущества и недостатки
Государство	Достоинства: Возможность выявления нелегального производства и товаропотока по отдельным группам товаров. Рост налоговых поступлений и повышение эффективности контрольно-надзорной деятельности.
Производители	Достоинства: Возможность расширения рынков сбыта (касается лишь крупных предприятий, которые работают на рынке с высокой долей контрафакта). Доступ к данным о движении продукции по логистической цепи в режиме реального времени. Недостатки: Искажение конкурентных условий: выигрышное положение у крупных производителей. Усложнение процедуры таможенного оформления товаров, бизнес-процессов и документооборота. Дополнительные затраты на закупку дорогостоящего оборудования для маркировки. Изменения в сфере налогового законодательства (запрет на применение системы налогообложения ЕНВД).
Потребители	Достоинства: Возможность получения достоверной информации о продукции. Повышение уверенности в том, что приобретается легальный товар с заявленным производителем уровнем качества. Недостатки: Повышение цен на продукцию в результате повышения издержек для производителей. Сокращение товаров на рынке в связи с уходом участников, не соответствующих новым правилам и требованиям.

На данный момент очень сложно провести количественную оценку эффективности введения системы маркировки, так как нет единого подхода к оценке объема фальсифицированной продукции (в разрезе товарных групп). Таким образом, в настоящее время нет возможности

оценить влияние введенной системы на снижение нелегального оборота товара.

Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ) дает следующую количественную положительную оценку от внедрения цифрового маркирования на рынке РФ [3]:

1. сокращение доли теневой экономики на 50-60% приведёт к увеличению выручки легальных производителей: на 50-100 млрд. рублей на отрасль при доле контрафакта 5-10%; если доля контрафакта составляет 45-50%, то выручка вырастет до 200-250 млрд. рублей;
2. если под маркировку попадёт более чем 10 товарных групп, то ожидаемый суммарный эффект составит более 1 трлн. рублей;
3. рост собираемости акцизов на 20-40% за 1-2 года после внедрения (к примеру: 26-40 млрд руб. только по табачным изделиям);
4. увеличение эффективности участников рынка на 6-7% в каждой отрасли.

В России внедрение цифровой маркировки товаров предполагается в рамках государственно-частного партнерства. Со стороны государства публичным партнером и координатором проекта является Минпромторг России, частным - «Оператор-ЦРПТ». За 15 лет сумма инвестиций ЦРПТ в проект составит приблизительно 220 млрд рублей при сроке окупаемости проекта - не менее 7 лет.

Критерием эффективности проекта можно считать налоговые доходы федерального бюджета. По прогнозным данным, при реализации проекта система маркировки будет приносить в бюджет дополнительно 2,5% ежегодно.

Предварительные оценки показывают, что только за первые 11 лет выручка оператора системы маркирования может составить 3,9 трлн руб. Сумма расходов всех участников, задействованных во внедрении единой национальной системы маркировки, к 2030 году составит приблизительно 20,5 трлн. рублей.

Следует отметить, что, введение системы маркирования товаров может привести к отрицательным экономическим последствиям, это затронет как бизнес (увеличением издержек), так и потребителей (ростом цен на товары). Особое опасение вызывают последствия для малого бизнеса, который не обладает необходимыми финансовыми ресурсами для возмещения расходов, связанных с введением маркировки. Бизнес с низким уровнем фискальных рисков окажется в безвыходном положении, с одной стороны, значительные издержки, с другой - дополнительная административная нагрузка.

Таким образом, введение системы маркировки и прослеживаемости товаров на территории РФ является своевременной необходимостью,

направленной на «обеление» рынка и создание условий для добросовестной конкурентной состязательности, но стоит учитывать реальные возможности всех субъектов экономики. Я считаю, что с целью минимизации рисков для малого и среднего бизнеса требуется увеличение сроков тестирования пилотных проектов и разработка мер помощи и поддержки со стороны государства с внедрением необходимых систем, технологий малому бизнесу.

Литература:

1. Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2018 г. № 2963-р Об утверждении Концепции создания и функционирования в РФ системы маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров // Консультант-Плюс: справ. правовая система. - [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 15.10.2020).
2. Соглашение о маркировке товаров средствами идентификации в Евразийском экономическом союзе от 2 февраля 2018 г. // Консультант-Плюс: справ. правовая система. – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 15.10.2020)
3. Официальный сайт государственной системы маркировки и прослеживания Честный ЗНАК. - [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--80ajghhoc2aj1c8b.xn--p1ai/> (дата обращения: 16.10.2020)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРЕСТУПНОСТЬ И ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЕЕ ФАКТОРЫ

А.О. Степаненко, Е.Е. Бойко, С.П.Анофриков

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ», г. Новосибирск, stera88161@gmail.com**

В данной статье изучается влияние различных факторов на динамику экономических преступлений. При помощи регрессионного и корреляционного анализа рассматривается наличие связи и её теснота между результативным показателем и различными факторными показателями. Сформулированы рекомендации по борьбе с влияющими факторами.

This article examines the influence of various factors on the dynamics of economic crime. With the help of regression and correlation analysis, the presence of a connection and its closeness between the effective indicator and various factor indicators are considered. Recommendations for dealing with influencing factors have been formulated.

Количество экономических преступлений в последнее время имеет тенденцию к росту. Такая динамика отрицательно влияет на экономику Российской Федерации, а также ухудшает финансовое положения как отдельного человека, так и всего общества в целом. Именно поэтому важно выделить те факторы, которые оказывают непосредственное влияние на совершение преступлений экономической направленности.

Определить влияние тех или иных факторов на совершение экономических преступлений позволит корреляционно-регрессионный анализ, при помощи которого можно изучить тесноту связи между экономическими преступлениями и различными показателями. Для исследования взаимосвязи факторов с помощью стохастического анализа были отобраны факторы и их значения (таблица 1):

1. Численность безработных в возрасте 15-72 лет, тыс. чел.;
2. Среднедушевые денежные доходы населения по РФ, руб.;
3. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, млн. человек;
4. Количество разводов, шт.;
5. Количество населения с высшим образованием, человек.

Результативным показателем является уровень экономических преступлений значения, которого представлены в таблице 1 под номером 6.

Как известно, измерение тесноты связи между факторным и результативным показателем возможно только в том случае, если между ними есть либо линейная, либо нелинейная связь. Поэтому факторы были подвергнуты проверке на наличие линейной корреляционной связи.

Таблица 1 – Значения результативного и факторных показателей [1]

год №	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	6284	5544	4922	4131	4137	3889	4264	4243	3967	3657
2	6895	18958,4	20780	23221,1	25928,2	27766,6	30466,6	0675,1	31367	2609,3
3	18,4	17,7	17,9	15,4	15,5	16,3	19,6	19,4	19	18,4
4	99430	639321	669376	644101	667971	693730	611646	608336	611436	83942
5	44200 0	1468000	1443000	1397000	1291000	226000	1300000	161000	969000	30000
6	28792	276435	202454	172975	141229	107797	112445	08754	105087	09463

В соответствие с этим был проведен анализ факторов, представленных в таблице 1 на наличие линейной корреляционной связи. Выбранная вероятность для анализа $\gamma=0,95$. Его результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ наличия корреляционной линейной связи между результативным и факторными показателями

Показатели	1	2	3	4	5
r_{xy}	0,9569	-0,8824	-0,0089	0,5635	0,6556
$t_{r_{xy}}$	9,3169	-5,3040	-0,0254	1,9293	2,4558
Сравнение $t_{r_{xy}}$ с t-статистикой	$ 9,3169 > 2,3060$	$ 5,3040 > 2,3060$	$ 0,0254 \leq 2,3060$	$ 1,9293 \leq 2,3060$	$ 2,4558 > 2,3060$
Выводы по неравенству	линейная связь	линейная связь	линейная связь отсутствует	линейная связь отсутствует	линейная связь
Направление связи	прямая	обратная	-	-	прямая
Выводы по шкале Чеддока	тесная	тесная	-	-	слабая

Как видно из таблицы 2, между тремя факторами существует линейная корреляционная зависимость, а два оставшихся необходимо подвергнуть проверке на наличие нелинейной зависимости. Для этого, в первую очередь, будет использован графический анализ данных, который наглядно продемонстрирует наличие даже самой слабой взаимозависимости.

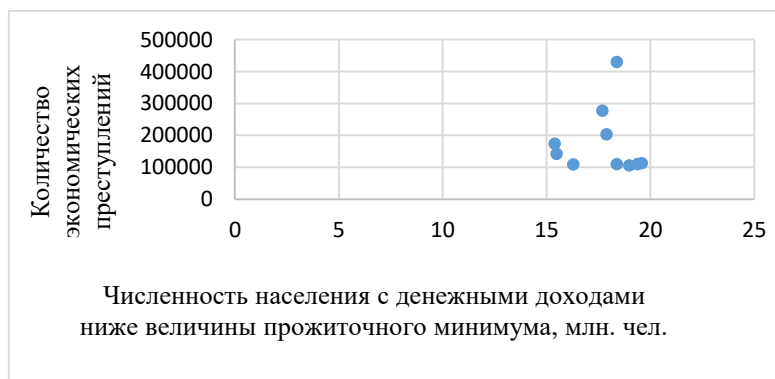


Рис. 1 – корреляционное поле для результативного показателя и численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума

На основании данных, представленных на рисунке 1, можно сделать вывод о том, что между двумя выбранными факторами нет никакой взаимозависимости вообще.

Другая ситуация складывается между количеством экономических преступлений и количеством разводов.

Для этих показателей корреляционное поле представлено на рисунке 2.

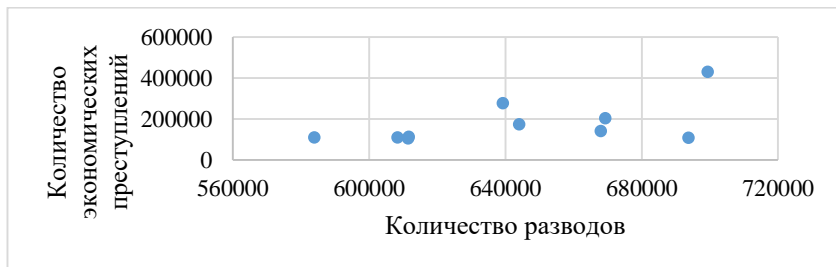


Рис. 2 – корреляционное поле для результативного показателя и количества разводов

Исходя из данных, представленных на рисунке 2, можно говорить о существовании нелинейной зависимости между показателями.

В процессе проведения стохастического анализа было выявлено, что между количеством экономических преступлений и численностью безработных в возрасте от 15-72 лет, среднедушевыми денежными доходами, численностью населения с высшим образованием, количеством разводов существует взаимосвязь: с первыми тремя факторными показателями она линейная, а с последним нелинейная.

Выявив факторы, влияющие на уровень экономических преступлений можно предложить методы государственного регулирования для снижения показателей преступности:

1. освобождения от налогового бремени малообеспеченной части населения;
2. индексация всех зарплат в зависимости от инфляции;
3. создание дополнительных рабочих мест;
4. организация системы образования и производственно-технического обучения кадров в соответствии с требованиями современной экономики;
5. ужесточить процедуру развода;
6. развивать социальную политику семьи и брака.

Таким образом, предложенные мероприятия позволяют, точно повлиять на факторные показатели, что в соответствии с наличием связи,

сможет снизить уровень экономических преступлений. Государственное регулирование экономических преступлений на сегодняшний день необходимо, ведь построение здоровой и чистой экономики невозможно без вмешательства одного из главных субъектов - государства

Литература:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/>

СОВРЕМЕННАЯ ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: АНАЛИЗ МИРОВЫХ ТРЕНДОВ

Д.Д. Суфиянова, С.М. Чештанова, Т.С. Суходаева
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС,
г. Новосибирск, sufyanova1999@mail.ru

Значение цифровых технологий на современном этапе развития мировой и национальных экономик серьезно возрастает, причиной чего являются не только глобальные кризисы и поиск принципиально новых источников наращивания конкурентоспособности экономики отдельных государств. В разделе проанализированы ключевые предпосылки цифровых трансформаций, происходящих в современной мировой экономике на основе новых технологий. Установлено, что между национальными экономиками отдельных стран продолжает усиливаться технологическая неравномерность, что обусловлено как уровнями развития этих стран, так и разным восприятием и адаптацией ими цифровых технологий.

The importance of digital technologies at the present stage of development of the world and national economies is seriously increasing, the reason for which is not only global crises and the search for fundamentally new sources of increasing the competitiveness of the economies of individual states. The section analyzes the key prerequisites for digital transformations taking place in the modern world economy based on new technologies. It has been established that technological inequality continues to increase between the national economies of individual countries, which is due to both the levels of development of these countries and their different perception and adaptation of digital technologies

Цифровая экономика при отсутствии единого понимания этого явления имеет множество определений. Они отражают новую парадигму организации системы и пространственной структуры экономической деятельности (сферы), коммерческих операций и профессиональных взаимодействий на основе новейших информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Проект программы «Развитие цифровой экономики в России: программа до 2035 года» дает следующее определение: «Цифровая (электронная) экономика — совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объёмов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государств» [5].

Цифровая экономика представляет собой сектор создания и применения новой информации, технологии, телекоммуникационные услуги, электронный бизнес, электронную торговлю, электронные рынки, дистанционное обслуживание, ряд других компонентов и отражает переход к четвертой промышленной революции. При этом признается ее существенное отличие от интернет-экономики, так как происходит выход за пределы информационных товаров и услуг.

Таким образом, экономическая деятельность сосредоточивается на платформах «цифровой» экономики; реализуются персонализированные сервисные модели; происходит непосредственное взаимодействие производителей и потребителей и распространение экономики совместного пользования; становится значительной роль индивидуальных участников.

В цифровой экономике становятся все более значимой конкуренция, которая приобретает существенные и весьма специфические особенности. Более важной становится конкуренция не в бизнес-модели, а конкуренция между бизнес-моделями или платформами. Имеется в виду, что успех бизнесу в цифровой экономике приносит доминирование или монополия интернет-платформ.

Другой особенностью многих цифровых рынков является их возможность получения минимум двум и более группами пользователей выгоды от использования цифровой платформы. Так, поисковые системы применяются как частными лицами для доступа к информации в интернете, так и рекламодателями для доступа к зрителям. Отметим также, что цифровые рынки характеризуются высокими темпами инвестиций и инноваций, которые увеличивают технологический прогресс в отрасли.

В целом развитие цифровой экономики потенциально генерирует новые научные исследования и технологические прорывы, создавая новые рабочие места и способствуя экономическому росту.

Современные исследователи выделяют десять основных направлений развития цифровых технологий будущего [6]:

- искусственный интеллект и машинное обучение (AlandMachi

- блокчейнкриптовалюты (BlockchainandCryptocurrencies).
- большие данные (BigData).
- телемедицина (Telemedicine).
- дополненная и виртуальная реальность (AR/VR).
- чат-Боты и виртуальные помощники (BotsandVirtualAssistants).
- мобильность и кибербезопасность (MobileandCybersecurity).
- Интернетвещей (— Internet of Things).
- Компьютерноезрение (Computer Vision).
- Нейросети (Artificial Neural Networks).

Во многих странах мира, а также на межгосударственном уровне разработаны и реализуются госпрограммы и стратегии развития и стимулирования цифровых технологий и цифровизации национальных экономик, промышленного сектора, медицины, государственного и муниципального управления. Так, в странах Евросоюза существует более 30 национальных и региональных инициатив по промышленной цифровизации. Лидеры этих стран в качестве генеральной задачи, которая является долгосрочной, определили формирование единого цифрового рынка Европы. В КНР совместными усилиями бизнеса и государственных институтов разработана интегрированная стратегия дальнейшего развития цифровых технологий. В США единой государственной программы развития цифровых технологий нет, однако существуют запущенные в разные годы специальные технологические инициативы [5].

В последнее десятилетие ведущие промышленные страны мира, Организация экономического сотрудничества и развития (OECD), международные интеграционные объединения, в том числе Евразийский экономический союз, предпринимают усилия по выработке т.н. «единых цифровых повесток» для поиска эффективных механизмов регулирования процессов цифровизации на межгосударственном уровне.

Цифровизация большинства сфер жизнедеятельности человечества отражает прогресс развития цифровой экономики разных стран и степень интеграции глобальной сети в жизнь миллиардов людей [4]. Темпы дигитализации определяют 4 основных фактора: наличие доступа к интернету и уровень совершенствования инфраструктуры; потребительский спрос на цифровые технологии; институциональная среда; инвестиции в r&d и в digital-стартапы.

В ТОП-10 стран с наиболее развитой цифровой экономикой входят США; Китай; Швеция; Сингапур; Великобритания; ОАЭ; Швейцария; Дания; Финляндия; Южная Корея [6].

Состояние и скорость цифрового развития иногда оценивается через измерение уровня «цифрового доверия»,

По этому показателю выделяют страны-лидеры с новейшей цифровой экономикой и мощной динамикой развития; страны с низким темпом роста, которые теряют динамику развития и находятся на «цифровом плато»; перспективные страны с не высоким уровнем цифровизации, но стремительно развивающиеся; и, наконец, проблемные страны с низким уровнем и снижающейся динамикой цифровизации. Большинство исследователей рассматривают уровень цифрового доверия как ключевое условие развития глобальной цифровой экономики.

Для оценки цифровой конкурентоспособности и развития ИКТ для стран Евросоюза разработан индекс DESI, который учитывает доступность высокоскоростного интернета; цифровые навыки населения; использование интернет-услуг гражданами; интеграция цифровых технологий в бизнесе; цифровые государственные (публичные) услуги [1].

Цифровая трансформация жизни общества порождает проблемы формирования, становления цифрового пространства и цифровых форм коммуникаций, а также проблемы самого нового типа хозяйственного развития. Это проявляется в межстрановом неравенстве, выстраивании жесткой иерархии полей цифрового рынка, перераспределении доходов в пользу поставщиков инновационных решений, которые имеют технологический и организационный характер; цифровом неравенстве пользователей, угрозах технико-технологических сбоях в работе IT-систем, сохранности и безопасности информации; проблем идентификации пользователей [3].

Проблемы, порождаемые цифровой экономикой как принципиально новым типом экономического развития, связаны с изменением структуры занятости, обеднением характера труда большей части работников, тотальным контролем над человеком и обществом и др.

Наращение изменений в глобальной экономике, связанных с цифровизацией, увеличат неравномерность развития цифровых рынков. Цифровизация не только повысит общественное благосостояние, но и усилит власть тех, кто владеет цифровыми технологиями.

Литература:

1. Афонцев, С.А. Новые тенденции в развитии мировой экономике / С.А. Афонцев // Мировая экономика и международные отношения. – Москва, 2019. – Т. 63, № 5. – С. 36 - 46.
2. Баранов, Д. Н. Сущность и содержание категории «Цифровая экономика» / Д.Н. Баранов // Экономика и управление. – 2(25). – 2018 г. – С.15-23. URL <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35199946>(дата

обращения: 25.10.2020). —Режим доступа: науч. - электрон.
библиотека «eLibrary.ru», требуется авторизация.

3. Беляков, К. С. Цифровая экономика: проблемы и перспективы / К.С. Беляков // Информационное общество: состояние, проблемы, перспективы.- Москва: Изд-во РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2018. С. 61–67.

4. Иванов, В.В. Цифровая экономика: мифы, реальность, перспектива / В.В. Иванов // Российская академия наук. - Москва, 2017 - С. 36-37

5. Развитие цифровой экономики в России: программа до 2035 года [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf>

6. С надеждой всматриваясь вдаль. Российский выпуск 20-го опроса руководителей крупнейших компаний мира. 2017 год [Электронный ресурс]: <https://www.pwc.ru/ru/ceo-survey/20th-ceo-survey.pdf> (дата обращения 20.10.2020)

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ЦЕНЫ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

Г.Н. Исмоилов, А.Ю. Филатов

**Санкт-Петербургский государственный университет,
Дальневосточный федеральный университет, г. Санкт-Петербург,
г. Владивосток, ismoilov.gn@gmail.com, alexander.filatov@gmail.com**

В работе с использованием метода экономико-математического моделирования исследуются факторы, влияющие на динамику межрегиональных цен в России. Выборка охватывает период 2000–2019 годы. На основе пространственных регрессионных моделей получены количественные оценки зависимостей для разных интервалов времени. Показаны смены тенденций в 2008–2009 и 2014–2015 годах.

In this work, using the method of economic and mathematical modeling, the factors influencing the dynamics of interregional prices in Russia are investigated. The analyzing period is 2000–2019. On the basis of spatial regression models, quantitative estimates of the dependences for different time intervals are obtained. Changes in trends in 2008–2009 and 2014–2015 are shown.

Одним из ключевых факторов, влияющих на цены, является удаленность региона от экономического центра. Еще с работ Маккиндера [1], Кристаллера [2] и Лёша [3] была создана модель «центр-периферия», в современном виде реализованная Полом Кругманом [4]. Среди ключевых принципов модели можно выделить [5] то, что капиталоемкие процессы сосредотачиваются в центре, а трудоемкие – на периферии,

зарплата в центре выше, чем в периферийных регионах, а структура экономики более сложная. При этом существенное влияние на экономику оказывает география распределения ресурсов, а также существенные транспортные издержки, усложняющие доставку продукции в удаленные регионы.

Влияют на темпы роста цен и множество других региональных факторов. Их можно разделить на 2 группы – факторы, влияющие на совокупный спрос, и факторы, влияющие на совокупное предложение. В табл.1 представим основные из них и работы, в которых им уделялось особое внимание.

Таблица 1 – Факторы, объясняющие региональные инфляционные различия

Факторы совокупного спроса	Факторы совокупного предложения
Эффект Балассы-Самуэльсона: [6], [7]	Структура экономики региона: [8], [9]
Региональная фискальная политика [7], [10], [11]	Уровень конкуренции: [6], [12], [13]
Различные фазы делового цикла [8], [10], [11], [12], [14]	Издержки торговли: [12], [15], [16], [17], [18], [19]

Статистической базой исследования являлись помесечные данные о ценах, аппроксимированных стоимостью фиксированного набора из 83 потребительских товаров и услуг, и средних зарплатах в регионах за 2000–2019 годы, а также ряд других показателей, характеризующих удаленность от остальных регионов, экономический рост, зависимость от импорта, роль государства в экономике, и т.д.

Уже первый взгляд демонстрирует неоднородность инфляции по регионам, что демонстрирует рис.1. При этом на самом деле происходящие процессы еще более сложны, что и было показано с использованием эконометрического инструментария.

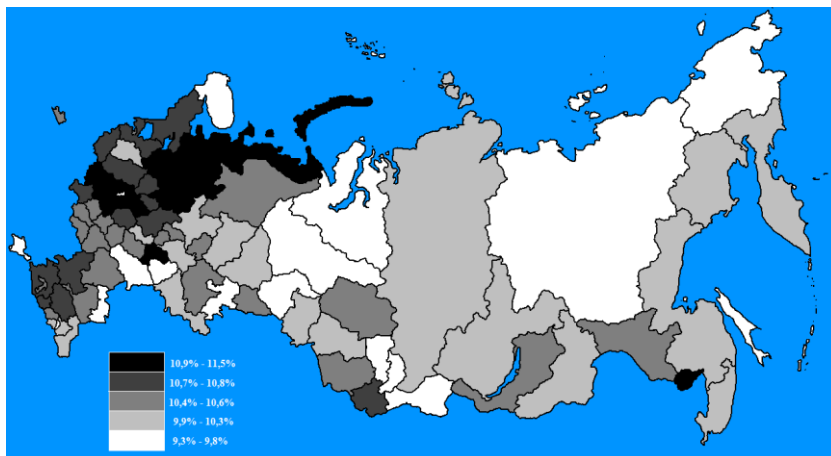


Рис.1 – Средняя инфляция в регионах России за 2000–2019

Исследование продемонстрировало наличие трех периодов с различными, подчас диаметрально противоположными тенденциями. Первый период – период бурного экономического роста, продолжавшийся с 2000 по 2008 годы. Второй период (2009–2014) – период мирового экономического кризиса и восстановления экономики. Наконец, 2015–2019 годы – период кризиса российской экономики, связанного, в том числе, с падением цен на энергоносители, политическими проблемами и экономическими санкциями, а также резким усилением роли государства в экономике. Для этих трех периодов были получены следующие регрессионные модели:

$$y_i = -0,606p_i^{***} + 0,138w_i * + 0,103d_i^{**} - 0,014grp_i + 0,026imp_i * - 0,018fisc_i, \\ (0,169) \quad (0,070) \quad (0,041) \quad (0,066) \quad (0,012) \quad (0,042)$$

$$y_i = -0,803p_i^{***} + 0,125w_i - 0,007d_i - 0,035grp_i + 0,025imp_i * + 0,090fisc_i *, \\ (0,177) \quad (0,089) \quad (0,043) \quad (0,097) \quad (0,013) \quad (0,040)$$

$$y_i = -0,718p_i * + 0,360w_i * - 0,140d_i * + 1,148grp_i * - 0,009imp_i * + 0,155fisc_i *. \\ (0,353) \quad (0,160) \quad (0,079) \quad (0,497) \quad (0,022) \quad (0,073)$$

Здесь y_i – региональный темп инфляции за соответствующий период, p_i – начальный уровень региональных цен, w_i – начальный уровень региональной заработной платы, d_i – удаленность региона от остальных регионов, grp_i – средний за период темп экономического роста в регионе, imp_i – средняя за период доля регионального импорта в ВРП, $fisc_i$ – средняя за период доля расходов консолидированного бюджета региона в ВРП.

Все переменные в модели представлены в отклонениях от среднероссийского уровня. Одной, двумя и тремя звездочками обозначены переменные, значимые при уровне значимости 5%, 1% и 0,1% соответственно.

Видим, что в течение всего времени наблюдается конвергенция регионов по ценам. При этом остальные факторы в разные моменты действуют по-разному. В период бурного роста (2000–2008), а также после 2014 года в богатые регионах товары дорожали сильнее. А в период мирового экономического кризиса и периода восстановления 2009–2014, эта тенденция становилась незначимой – компании, работающие в более экономически продвинутых регионах, наиболее пострадавших от кризиса, стремились любым способом, в том числе, снижением цен, сохранить спрос, поэтому рост цен замедлялся относительно общероссийского уровня.

Также в период 2002–2008 годов наблюдался опережающий рост цен в наиболее удаленных регионах, далее эта тенденция становится незначимой, а в последние 5 лет она сменяется на противоположную, что, в частности, связано с резким увеличением роли государства, усилением контроля над ценами и другими ограничивающими мерами, что сделало регионы более похожими друг на друга.

Экономический рост положительно коррелирует с более высоким ростом цен только в последнюю пятилетку. Напротив, в период до 2014 года есть положительная связь роста цен с долей импорта, в последние годы она исчезает. Высокая доля государства в экономике за счет стимулирующих фискальных мер приводит к опережающему росту цен – это явно видно в период после 2008 года.

Построенные в рамках исследования модели могут быть использованы при прогнозировании инфляционных процессов в региональном разрезе. Полученные количественные оценки влияния различных факторов на региональную инфляцию могут помочь в процессе разработки более эффективной фискальной и монетарной политики государства. А анализ аутлаеров позволяет получить независимую оценку уровня конкуренции в регионе.

Литература:

1. Mackinder H. The geographical pivot of history. – Royal Geographical Society, 1904.
2. Christaller W. Die zentralen Orte in Süddeutschland: eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmässigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen. – University Microfilms, 1933.
3. Losch A. Economics of location. – 1954.
4. Krugman P. Increasing returns and economic geography // Journal of political economy. – 1991. – Т.99. – №3. – С.483–499.

5. Combes P., Mayer T., Thisse J. Economic geography: the integration of regions and nations. – Princeton University Press, 2008.
6. Altissimo F., Benigno P., Palenzuela D. Long-run determinants of inflation differentials in a monetary union. – National Bureau of Economic Research, 2005. – №11473.
7. Duarte M., Wolman A. Fiscal policy and regional inflation in a currency union // Journal of international Economics. – 2008. – Т.74(2). – С.384–401.
8. Honohan P., Lane P. Divergent inflation rates in EMU // Economic Policy. – 2003. – Т.18(37). – С.357–394.
9. Arnold I., Verhoef B. External causes of Euro zone inflation differentials // Inter-economics. – 2004. – Т.39(5). – С.254–263.
10. Добронравова Е.П., Перевышин Ю.Н., Шемякина К.А. Закон единой цены и различия инфляции в российских регионах. – М.: РАНХиГС, 2019.
11. Andersson M., Masuch K., Schiffbauer M. Determinants of inflation and price level differentials across the Euro area countries // ECB Working Paper Series, 2009. – №1129.
12. Перевышин Ю.Н., Синельников-Мурылев С.Г., Трунин П.В. Факторы дифференциации цен в российских регионах // Экономический журнал ВШЭ. – 2017. – №3(21). – С.361–384.
13. Batista C., Filho S. Trade costs and deviations from the Law of one price // American Journal of Agricultural Economics. – 2010. – Т.92(4). – С.1011–1023.
14. Corsetti G., Dedola L., Viani F. Traded and nontraded goods prices, and international risk sharing: an empirical investigation. – National Bureau of Economic Research, 2011. – №17501.
15. Cecchetti S., Mark N., Sonora R. Price index convergence among United States cities // International Economic Review. – 2002. – Т.43(4). – С.1081–1099.
16. Marques H., Pino G., Tena J. Regional inflation dynamics using space-time models // Empirical Economics. – 2014. – Т.47(3). – С.1147–1172.
17. Глущенко К.П. Закон единой цены в российском экономическом пространстве // Прикладная эконометрика. – 2010. – №1(17). – С.3–19.
18. Глущенко К.П. Межрегиональная дифференциация темпов инфляции // Научные доклады Российской программы экономических исследований. – 2001. – №99(17).
19. Цыплаков А.А. Статистический анализ динамики региональных уровней цен // Вестник НГУ: Социально-экономические науки. – 2000. – Т.1(1). – С.5–19.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ВОСПРИЯТИЕ СТУДЕНТАМИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

А.М. Фомичева, В.Ю. Кудрявцева, А.В. Шмаков
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nura-foma@mail.ru

В работе рассмотрены результаты эксперимента, в ходе которого произведена оценка влияния социальных сетей Вконтакте и Instagram на удовлетворённость студентов качеством собственной жизни.

The article considers an experiment that involves evaluating the impact of social networks Vkontakte and Instagram on students satisfaction with the quality of their own lives.

В современном обществе социальные сети являются не просто способом коммуникации, они стали «средой обитания», где можно развлекаться, работать, учиться, вступать в сообщества и «жить, не выходя из комнаты» [2]. Согласно статистическим данным, в январе 2020 года число людей, пользующихся социальными сетями, выросло до 3,8 млрд, то есть их использует почти 60 % населения мира [6]. В результате, многие сферы жизнедеятельности общества подверглись деформациям. Изменился характер общения, ускорилась передача сообщений, покупки совершаются по клику мыши, а популярность и успех человека напрямую связаны с количеством подписчиков. Цифровая трансформация общества вносит свои коррективы в повседневную жизнь и влияет на качество жизни населения [1]. Именно поэтому появляется необходимость оценки влияния социальных сетей на удовлетворенность населения качеством жизни.

Цель работы – оценить воздействие социальных сетей на удовлетворённость студентов качеством жизни; выявить параметры, дифференцирующие данное воздействие.

Для оценки влияния социальных сетей был проведен экономический эксперимент. Эксперимент проводился в два этапа. На первом этапе студенты заполняли анкету, позволяющую оценить их уровень удовлетворённости жизнью, на втором этапе им предлагалось пользоваться одной из предложенных социальных сетей в течении 1 часа, на третьем этапе они снова заполняли такую же анкету.

В исследовании приняло участие 258 студентов. Для проведения эксперимента были использованы две популярные социальные сети: ВКонтакте и Instagram. Для оценки удовлетворённости жизнью использовалась Шкала удовлетворённости жизнью SWLS [7]. Данная шкала позволяет оценить эмоциональную удовлетворенность индивида

собственной жизнью. Респондентам предлагается описать свое состояние, оценив следующие позитивные утверждения: «почти во всем моя жизнь соответствует моему идеалу», «условия моей жизни превосходные», «я удовлетворен своей жизнью», «пока я достигал в главном всего, чего хотел в жизни», «если бы я мог прожить свою жизнь еще раз, я бы почти ничего в ней не изменил». Оценка каждого утверждения осуществляется по семибалльной шкале: от 1 – «совершенно не согласен», до 7 – «совершенно согласен». Затем баллы суммируются. Испытуемые в соответствии с методикой оценки были разделены на следующие группы: 0% – 20% – низкий показатель удовлетворенности; 21% – 40% – пониженный показатель; 41% – 60% – средний показатель; 61% – 80% – повышенный показатель; 81% – 100% – высокий показатель [5].

Проведенный эксперимент показал, что просмотр социальных сетей неодинаково повлиял на испытуемых с разной степенью изначальной удовлетворенности жизненными условиями. У 14% представителей группы со средним показателем удовлетворенности после просмотра социальных сетей зафиксировано его снижение. Среди представителей группы с низким показателем удовлетворенности, напротив, не выявлено существенных изменений после эксперимента. В группе с повышенным показателем удовлетворенности у 4% респондентов просмотр социальных сетей привел к увеличению удовлетворенности

В ходе оценки влияние социальных сетей на респондентов разной гендерной принадлежности было выявлено, что социальные сети оказывают большее негативное влияние на женщин, чем на мужчин. Мужчин, у которых проявилось негативное изменение восприятия собственной жизни, на 9% меньше, чем женщин. При этом влияние социальной сети Instagram на женщин на 12% превышает влияние той же сети на мужчин. В случае использования сети Вконтакте данный показатель составляет 5%.

Такое расхождение в показателях оказываемого воздействия связано с психологическими особенностями восприятия у женского и мужского пола. Первым свойственна эмоциональность и фиксация внимания на деталях, вторые мыслят более рационально и воспринимают информацию обобщенно. Различна и реакция на критику, свойственную для социальных сетей. Мужчины более осмысленно подходят к критике и принимают её, если она обоснована. Женщины же воспринимают критику негативно, не задумываясь об ее обоснованности.

Также, девушки более склонны к сравнению себя с «идеалами» виртуального пространства, вследствие чего оценка собственной жизни падает. Сопоставление личности со «звездными» пользователями

социальных сетей приводит к комплексам и потере стимула развития. Таким образом, частый просмотр подобного контента угнетает и может привести к психологическим расстройствам. Наибольшее влияние Instagram как раз и проявляется вследствие того, что данная сеть является более идеализированным интернет порталом, чем Вконтакте.

Литература:

1. Литвинцева Г. П. Теоретические основы взаимодействия цифровой трансформации и качества жизни населения / Г. П. Литвинцева, С. П. Петров // Журнал экономической теории. - 2019. –Т. 16. – № 3. – С. 414–427.
2. Умаров М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / Михаил Умаров. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 230 с.
3. Лучшие сайты в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alexa.com/topsites/countries/RU>
4. Статистика социальных сетей / brand analytics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://brand-analytics.ru/statistics/am/?hub_id=3&date=202009&period_type=month
5. Психологическая диагностика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sites.google.com/site/test300m/swls>
6. Digital 2020: 3.8 billion people use social media [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
7. Larsen R. J. The Satisfaction With Life Scale / R. J. Larsen, E. Diener, R. A. Emmons, S. Griffin // Journal of Personality Assessment. – 1985. – № 49. – PP. 71 –75.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ МЕХАНИЗМОВ ПОД/ФТ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Ю.А. Шаройко

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления, г. Новосибирск, sharoiko.yurij@yandex.ru**

В статье рассматриваются проблемы существующих механизмов ПОД/ФТ в банковской сфере, даны возможные пути их решения и совершенствования.

The article examines the problems of the existing AML / CFT mechanisms in the banking sector, gives possible ways to solve and improve them.

Когда мы говорим о современной системе противодействия отмыванию доходов и финансированию терроризма (ПОД/ФТ), мы

имеем в виду большой спектр как нормативно-правовых актов для регулирования данной сферы, так и фактически применяемых средств для использования в ходе реализации действий. Одним из наиболее крупных секторов, подверженных легализации преступных доходов, является банковская сфера. В банках применяются разнообразные средства предупреждения преступлений в сфере ПОД/ФТ. Наряду с финансовой разведкой и финансовым мониторингом одним из наиболее интересных и крупных является некое хранилище, а именно «Реестр клиентов (юридических и физических лиц), оказание услуг которым признано нецелесообразным», простыми словами «Чёрный список клиентов» (далее по тексту Чёрный список).

Исходя из названия, можно дать характеристику Чёрному списку, как некоторому реестру, в который включаются лица, совершившие проступки в отношении банка по различным причинам. К примеру, в такие списки попадают лица и компании, которые долгое время не выполняли свои обязательства по кредитным договорам, предоставляли ложные сведения банку, занимались обналичиванием денежных средств, а так же лица или организации которые были замечены в связи с террористическими организациями и другие. В целом – это всё один большой Чёрный список, он имеется у каждого банка. Данный список является закрытым, т.е. внесением информации занимаются определенные сотрудники, включая сотрудников внутренней безопасности, центра мониторинга рисков (комплаенс). Доступ к просмотру данной информации имеется так же не у всех сотрудников. Тем не менее, Чёрный список обычно интегрирован в другие банковские программы, в основном как некий «флаг», что стоит обратить внимание на данное лицо, т.к. оно присутствует в списке. Полная же информация о лице и его проступках доступна, в основном, только уполномоченным сотрудникам банка и недоступна рядовым.

Список является рекомендательным, т.е., если в таком списке есть запись о клиенте, ему не обязательно откажут в обслуживании, всё зависит от его проступка и других переменных, в банках это называется «Аппетит к риску». Фактически это показатель доли плохих кредитов «NPL 90+» (Non-performing loan, дословно — «неработающая ссуда»). Т.е. «Аппетит к риску» – это система показателей, которые указывают, какой совокупный риск банк считает для себя приемлемым. Таким образом, сотрудник, который совершает действия с клиентом (если у него достаточно полномочий), должен сам принимать решение, предоставлять, к примеру, кредит или отказать. Степень аппетита к риску прописана в каждом банке, обычно она находится на уровне 90%, т.е. на 100% выданных займов, невозвратных должно быть не более 10%. Если

будет больше – банк потеряет деньги на невозвращённых займах, если будет меньше – банк недополучит прибыль по процентам от займов.

Сама проблема кроется в разобщённости систем отдельных банков. В настоящее время нет никакой единой информационной реестра клиентов, в который был бы доступ у всех банков. Это порождает такие ситуации, когда клиент, совершил некий проступок в одном банке, но может без проблем обратиться в другой. Конечно, если говорить о займах, то банки пользуются единой системой – Бюро кредитных история, однако она хороша только для работы с ссудами. Когда же мы говорим, к примеру, об обналчивании денежных средств, клиент, который не смог обналичить средства в одном банке и попал в «Чёрный список», переведет их в другой и сможет попробовать обналичить там.

Именно поэтому в современных условиях назрела необходимость разработать масштабную систему реестра «Неблагонадежных клиентов». Тем не менее, это крайне сложно. Для начала потребуется законодательно закрепить создание такой системы и обязательное подключение к ней всех банков. Так же имеется проблема технического характера. Обычно, «Чёрные списки» в банках хранятся на внутренних серверах компании, т.е. подключиться возможно только через внутреннюю сеть, а это значит, что информацию из них требуется выгружать в некий кластер из подобных серверов разных банков. Помимо этого, не стоит забывать, что необходима так называемая точка доступа, т.е. сайт или иной ресурс/программа с которого будет осуществляться вход на этот кластер. Однако тут встаёт проблема, как же защитить всю информацию? Ведь обычную сеть будет довольно легко взломать. В связи с этим видится, что потребуется создать огромную внутреннюю сеть, которая будет объединять все банки, а для подключения необходимо будет использовать некие «удаленные рабочие места» с возможностью подключения к этой сети у всех уполномоченных сотрудников. Конечно, если вспомнить об утечках информации из крупных российских банков, ставится под сомнение возможность полной конфиденциальности такой системы. Тем не менее, в случае реализации данной идеи, появится возможность в реальном времени делиться с другими банками информацией, а это в свою очередь повысит как уровень безопасности в банках, так и уровень реализации инструментов для противодействия в сфере ПОД/ФТ в банковской сфере.

Литература:

1. Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 254 с.

2. Овчаров, А. О. Методология научного исследования : учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 304 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Магистратура). – DOI 10.12737/357. - ISBN 978-5-16-009204-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081139> (дата обращения: 03.10.2020). – Режим доступа: по подписке.

3. Elibrary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 02.10.2020).

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

О.А. Шишкарева, А.Р. Кабирова, С.П. Анофриков
**Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ», г. Новосибирск, oles0023@mail.ru**

В данной статье рассмотрены основные проблемы в области финансирования социальной сферы и проведен анализ расходов федерального бюджета. Сформулированы рекомендации для устранения проблем.

This article discusses the main problems in the field of social sphere financing and analyzes Federal budget expenditures. Recommendations for Troubleshooting are formulated.

Развитие социальной сферы является одной из стратегических задач, от решения которой зависит формирование инновационной траектории становления российской экономики. Социальная сфера является одной из фундаментальных сфер жизни общества. Она непосредственно затрагивает жизненные интересы всех людей, их разнообразных групп, объединений и общностей.

Согласно статье 7 Конституции РФ, страна является социальным государством. Этот факт говорит о том, что Конституция РФ гарантирует гражданам определенный перечень социальных услуг, которые предоставляются за счет государства, и о том, что Россия – социальноориентированное государство, для которого приоритетным является финансирование социальных расходов [1].

На сегодняшний день нет однозначной трактовки определения «социальная сфера», что усложняет ее анализ [5].

В современной научной литературе понятие социальной сферы трактуется в двух значениях [3, с. 36].

В узком смысле оно обозначает те формы деятельности во всей их совокупности, посредством которых люди удовлетворяют свои материальные потребности.

В широком смысле социальная сфера - это сфера удовлетворения всей совокупности жизненных интересов людей, включая и потребности духовной жизни. Эти интересы представлены здесь не только материально-биологическими интересами, интересами непосредственного воспроизводства и выживания, активного поиска и отбора необходимых средств для жизни человеческого организма, его приспособления к среде. Человек как биосоциальное существо испытывает потребность в познании, морали, искусстве, игре, красоте и т.п.

Социальная сфера включает все государственные и негосударственные институты, которые предоставляют гражданам бесплатные или льготные услуги по материальному обеспечению, здравоохранению, образованию и иным видам помощи.

Важнейший отличительный признак социальной сферы, который отделяет ее от производственной, состоит в том, что некоторые услуги оказываются жителям не в обмен на труд, а просто потому, что они являются гражданами того или иного государства.

Для того чтобы социальная сфера получала приоритетное развитие, необходимо обеспечить и приоритетное выделение средств в эти цели. На содержание и развитие социальной инфраструктуры финансовые ресурсы направляются из нескольких источников: из бюджета, внебюджетных фондов, из средств предприятий и населения. Основными источниками финансирования социальной сферы в России выступают средства бюджетной системы страны, т.е. средства бюджетов всех уровней и бюджетов государственных социальных внебюджетных фондов [4, с.11]

В современных условиях социальная сфера выступает важнейшим фактором развития производительных сил, занимая при этом значительное место в народнохозяйственном комплексе страны.

В рамках данной статьи проанализируем расходы федерального бюджета. Для этого обратимся к статистике расходов, выделяемых на социальную сферу из федерального бюджета РФ.

На рисунке 1 представлены расходы федерального бюджета на социально-культурные мероприятия в 2014-2020 гг. и прогноз на 2021 и 2022 гг. (миллиардов рублей).

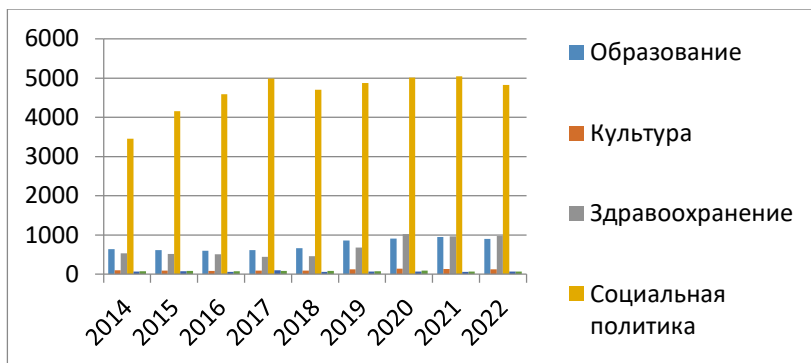


Рис. 1 – Расходы федерального бюджета на социально - культурные мероприятия в 2014-2020 гг. и прогноз на 2021 и 2022 гг. (миллиардов рублей) по данным Росстата [2]

На основании данных, представленных на рисунке, наглядно видно, что наименьшее значение показатели расходования средств имели в 2014 году, в 2015 году наблюдается некоторое увеличение объемов расходования.

Наибольшие расходы приходятся на «Социальную политику» и в 2020 году максимальное значение составит 5010,6 млрд. руб., наименьшие расходы приходятся на «Физическая культура и спорт» и в 2019 г. составило 64,7 млрд. руб.

Относительно неизменными остаются следующие статьи расходов: здравоохранение, культура и физическая культура и спорт.

В настоящий момент существуют следующие нерешённые проблемы финансирования социальной сферы:

1. отсутствие механизма расчета реальной стоимости обеспечения социальных гарантий;
2. отсутствие механизма качества обеспечения социальных услуг;
3. дефицит качества социальных услуг и дефицит квалифицированных кадров в образовании и здравоохранении;
4. низкий уровень социальных выплат и реальных доходов населения,
5. наличие слабо защищенных слоев населения, включая бюджетную сферу.

Для решения существующих проблем, основными направлениями социальной политики должны являться:

- увеличение уровня оплаты труда отдельных категорий работников бюджетной сферы;

- реализация мер по стимулированию трудовой мобильности населения, по профессиональной подготовке и переподготовке кадров, созданию новых рабочих мест, отвечающих требованиям инновационной экономики;
- развитие системы здравоохранения путем реформирования системы обязательного медицинского страхования, модернизации используемого оборудования и технологий, формирования сети современных центров высоких медицинских технологий;
- развитие открытости системы образования к внешним запросам, применение проектных методов, конкурсное выявление и поддержка лидеров, успешно реализующих новые образовательные подходы на практике, адресность инструментов ресурсной поддержки и комплексный характер принимаемых решений.

Проведенный анализ показал, что политика страны становится социально направленной, свидетельством чему является увеличение доли расходов государства на социальную сферу. Однако для улучшения качества предоставляемых благ и реализацию разработанных рекомендаций следует увеличить расходы на социальную сферу, путем перераспределения бюджетных средств, в пользу самых уязвимых статей расходов.

Разработанные мероприятия позволят реализовать эффективность бюджетного финансирования социальной сферы, а также повысить уровень и качество жизни населения.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) [Электронный ресурс] / – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] / – URL: <https://rosstat.gov.ru>
3. Бобков В.А. Понятие социальной сферы: экономическое содержание и законодательные основы // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2016 г. – С. 35-37.
4. Ниналалова Ф.И. Проблемы бюджетного финансирования социальной сферы региона // Вестник экспертного совета. – №1. – 2015г. – С. 10-14.
5. Анофриков С.П. Государство в рыночной экономике: учеб. пособие / М-во Рос. Федерации по связи и информатизации, Гос.

образоват. учреждение высш. проф. образования "Сиб. гос. ун-т телекоммуникаций и информатики". – Новосибирск, 2004. – 30 с.

РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ В СТРАНАХ АФРИКИ К ЮГУ ОТ САХАРЫ КАК ФАКТОР СМЯГЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕРАВЕНСТВА

Е.Е. Щедрин

**Государственный университет управления
г. Москва, shedrin9@yandex.ru**

Автором рассматриваются перспективы преодоления экономического неравенства в странах Африки к югу от Сахары путём развития национальных инновационных систем. Особое внимание уделяется проблемам НИС, наличие которых препятствует развитию инновационной экономики.

The author examines the prospects for overcoming economic inequality in sub-Saharan Africa by developing national innovation systems. Special attention is paid to the problems of NIS, the presence of which hinders the development of an innovative economy.

Согласно данным ООН, самые высокие показатели роста населения (в процентном соотношении) приходится на Африку. Ежегодно демографический прирост к каждому предыдущему году составляет около 2,5 процента [1]. Высокие темпы демографического роста в странах Африки, в частности, в странах к югу от Сахары бросают новые вызовы национальным экономикам. При отсутствии модернизации экономического сектора такой рост может спровоцировать ещё более существенный социально-экономический разрыв.

Мировой экономической кризис 2008 г. обострил дискуссию о развитии национальных инновационных систем в странах Африки к Югу от Сахары. Тропическая Африка оказалась наименее подготовленной к последствиям, которые повлечёт за собой данный кризис. Причина такой неготовности заключалась в изъянах монетаристской модели, которую навязали странам Африки международные финансовые институты. Не менее значимую роль в неэффективной борьбе с кризисом сыграло отсутствие должного уровня развития современных технологий. В настоящее время инновации становятся наиболее важным драйвером экономического роста населения и прогресса экономики в целом. В свою очередь, развитая инновационная экономика может сформироваться только при условии возникновения эффективной национальной инновационной системы. Понимание необходимости развития

технологий странами Тропической Африки приводит к появлению основных стратегических целей по развитию национальных инновационных систем. Ключевые стратегические цели отражают главные проблемы, которые замедляют темп формирования национальных инновационных систем. Рассмотрение проблем развития национальных инновационных систем стран Тропической Африки является важным аспектом в вопросе формирования эффективной модели экономики.

подавляющее большинство стран Африки к югу от Сахары сталкивается с существенными проблемами в развитии финансовых систем. Наименее развитые финансовые системы препятствуют развитию национальных инновационных систем. Прежде всего, это связано с проблемой низкого уровня доступа к финансовым ресурсам. Согласно данным за 2017 год, всего лишь 42% совершеннолетнего населения имеет банковский счёт [2]. Это самый низкий показатель среди самых крупных экономических регионов. Тропическая Африка уступает даже Карибскому бассейну, который имеет более 55% физических лиц с банковским счётом. Данные показатели являются закономерными, т.к в регионе остро стоит проблема отсутствия идентификационных документов. По данным Всемирного Банка на 2016 г, во всём мире 1,2 млрд. человек не имеют простых идентификационных документов. На страны Африки к югу от Сахары приходится около 450 млн. человек [3].

Несмотря на очевидные проблемы в области финансов, есть и перспективные тенденции, которые благополучно сказываются на формировании национальных инновационных систем. Кения и Южно-Африканская Республика – одни из мировых лидеров по уровню распространённости мобильных финансовых сервисов. Ежегодно, на протяжении последних семи лет, вклад финтеха в общий ВВП стран составляет порядка 8,3 - 8,7%. Такие показатели превосходят средние показатели по миру практически вдвое. Всё началось с внедрения системы M-Pesa, которая позволяла переводить деньги с одного телефона на другой. За 13 лет M-Pesa выросла настолько, что компания стала многофункциональной и с её помощью можно совершать покупку товаров, оформлять медстраховку, оплачивать коммунальные услуги и налоги [4]. Владелец компании учредил ряд других компаний, среди которых M-Кора, занимающаяся созданием системы солнечных батарей в Кении. Цифровая платформа Twiga, которая также имеет прямое отношение к M-Pesa, объединила сельхозпроизводителей и продавцов, что позволило сократить потери урожая с 32% до 5%. Таким образом, M-Pesa стала самым ярким примером финтех-революции в регионе и заработала для Кении условный статус Силиконовой саванны.

Увеличение влияния М-Реса способствует развитию НИС в стране и сокращению уровня бедности в государстве. За время существования компании, ВВП на душу населения вырос практически на 65% достигнув отметки в 3500 долларов США в год. Кенийский опыт демонстрирует необходимость развития национальных инновационных систем для снижения разницы между бедным и богатым населением в государствах Африки к югу от Сахары.

Существенные проблемы региона, которые препятствуют формированию национальных инновационных систем, не сосредоточены исключительно на финансовом секторе. Значительное внимание уделяется увеличению объёмов инвестиций в НИОКР. Как показывает опыт других стран и регионов, инвестиции в научный сектор напрямую отражают степень развитости той или иной национальной инновационной системы. Так, к примеру, страны Восточной Азии являются лидерами по показателям инвестиций в НИОКР (в процентах от общего ВВП). Средний показатель по региону - 2,45%, что опережает показатели Центральной Европы на 0,31% [5]. Соответственно, Южная Корея, Япония, Китай и Гонконг входят в число лидеров по показателям развитости НИС не только в Азии, но и во всём мире. Необходимость развития НИОКР привела к формированию правительственных программ в Эфиопии, Кении, ЮАР и Мадагаскаре, которые предполагают повышение объёмов вложений в данный сектор. Инвестиции сосредоточены на поддержке специалистов в сфере квантовых инноваций и социальных наук, т.к эти направления обладают наибольшим дефицитом специалистов. Страны региона показывают самые низкие показатели по количеству мировых исследований. Лидер региона – Южно-Африканская Республика, которая имеет всего 0,6% от общемировых показателей [6,с.82].

Наличие вышеперечисленных проблем усложняет этап формирования национальных инновационных систем в странах региона. Стоит отметить, что некоторые страны, в их числе Эфиопия, ЮАР, Кения и Руанда, уже проходят этапы, которые необходимы для развитой инновационной экономики. Инновационные технологии в этих странах уже обеспечивают взаимовыгодные отношения субъектов различных сфер, что положительно сказывается на росте экономики и снижении экономического неравенства населения.

Литература:

1. Научная электронная библиотека sberleninka [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/demograficheskaya-problema-v-stranah>

tropicheskoy-afriki-60-e-gg-xx-v-nachalo-xxi-v (дата обращения: 25.10.2020).

2. Глобальная база данных Findex Всемирного банка: показатели мирового развития – 2017.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/26447> (дата обращения: 23.10.2020).

3. Программа идентификации для развития (ID4D). Всемирный банк, 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2017/10/12/11-billion-invisible-people-without-id-are-priority-for-new-high-level-advisory-council-on-identification-for-development> (дата обращения: 23.10.2020).

4.. Программа идентификации для развития (ID4D). Всемирный банк, 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.PP.CD?locations=KEN> HYPERLINK

"https://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.PP.CD?locations=KE&name_desc=false"&HYPERLINK

"https://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.PP.CD?locations=KE&name_desc=false"name_desc=false (дата обращения: 24.10.2020).

5. Глобальная база Всемирного Банка, Вашингтон. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS> (дата обращения: 23.10.2020).

6. South Africa's National Research and Development Strategy, 2012. The Government of the Republic of South Africa. 82 P.

**Секция ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ
ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ,
ОТРАСЛЕЙ И ТЕРРИТОРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
СИСТЕМ**

**АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ
ЭКОНОМИКЕ**

С.А. Абрамян, Л.В. Коява

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»,**

г.Новосибирск, grigosed@bk.ru

В данной статье проводится аналитическое исследование развития малого и среднего предпринимательства в российской экономике, которое является неотъемлемым элементом современной системы любого развитого государства. В современной экономике развитие предпринимательской деятельности является важнейшим фактором экономического прогресса. Проведенное исследование позволит определить состояние и проблемы развития малого и среднего предпринимательства в экономике России.

This article provides an analytical study of the development of small and medium-sized businesses in the Russian economy, which is an integral part of the modern system of any developed state. In the modern economy, the development of entrepreneurial activity is the most important factor in economic progress. The conducted research will determine the state and problems of the development of small and medium-sized businesses in the Russian economy.

Средний и малый бизнес играет все большую роль в развитии российской экономики. Данное направление является одной из приоритетных и стратегических задач в развитии экономики России, разрабатываются масштабные проекты и меры для реализации поставленных целей, от эффективности которых зависит состояние предпринимательского сегмента. Высокое значение малого и среднего предпринимательства в экономике любой страны связано с тем, что данные хозяйствующие субъекты способны быстро реагировать на различный уровень изменений в спросе и предложении товаров и услуг, обладают высокой адаптивностью и гибкостью, позволяют быстро, чутко и своевременно реагировать на изменяющиеся конъюнктурные механизмы рынка, активно осваивать новые технологии, технические новинки, расширять ассортимент и номенклатуру товаров и услуг.

Отсюда можно сделать вывод о позитивности и перспективности направлений развития предпринимательского сегмента. В связи с этим анализ состояния развития субъектов малого и среднего предпринимательства в российской экономике позволит выявить уровень развития данного сегмента, достижения поставленных задач и эффективность реализуемых мер.

Гипотезой данного исследования заключается в следующем, что развитие малого и среднего бизнеса находится в процессе стагнации, существующие меры поддержки позволяют слабо интегрировать малое и среднее предпринимательство в общую предпринимательскую среду российской экономики.

Анализ будет проведен по следующим параметрам: доля предпринимательского сегмента в ВВП, динамика изменения численности и структура субъектов МСП, динамика основных показателей деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства (прибыль, инвестиции, численность занятых), индексов опоры и опросов предпринимательского сегмента.

Одним из главных показателей развития предпринимательского сегмента является его доля в ВВП, который характеризует вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в экономический рост страны. По итогам 2017 года 21,9% составила доля малого и среднего бизнеса в ВВП России [3]. Действительно, в российской экономике не реализован потенциал роста малого и среднего предпринимательства, так как доля данного сегмента в экономике страны еще не достиг такого уровня как в развитых странах. Доля малых и средних предприятий в ВВП составляет около 21% и необходимо отметить, что темпы роста данного показателя достаточно низкие и прогнозное значение на 2018-2019 будет также на уровне 22%. Согласно стратегии развития малого и среднего бизнеса утвержденная правительством планируется увеличить долю МСБ в ВВП до 40% к 2024 году, но с такими низким темпом роста представляется практически невозможным.

В ходе исследования была выявлена неоднозначная динамика числа субъектов малого и среднего предпринимательства, продолжительная динамика роста не проявляется. За анализируемый период, можно сказать, что существенного изменения не произошло. Основную долю также занимают индивидуальные предприниматели в сфере малого и предпринимательства более 57%, за период с 01.08.2016 по 10.09.2019 произошел рост на 12,5%, при этом доля занятых в данной сфере 16% [6]. Анализируя соотношение числа предприятий по размеру стабильно сохранялось в течение несколько последних лет.

Основу сектора МСП составляют микропредприятия (более 40%) и

индивидуальные предприниматели (более 53%), за последние два года структура МСП не изменилась существенно. Удельный вес средних предприятий (0,3%) и малых предприятий (более 3%) в относительном значении остался прежним, при этом в абсолютном выражении произошло снижение в среднем на 8%. Необходимо отметить, рост в абсолютном и относительном значении количества индивидуальных предпринимателей [6].

Положительным моментов в развитии малого и среднего предпринимательства является повышение финансовых показателей их деятельности. Оборот малых предприятий за анализируемый период вырос на 37%, объем выручки у индивидуальных предпринимателей также вырос, но темп при этом замедлился, рост составил 21% [3].

В целом секторе малого и среднего предпринимательства численность занятых составляет приблизительно 25-27% от всего трудоспособного населения страны, сравнивая с зарубежными странами достаточно невысокий показатель. Отрицательным моментом при исследовании показателей деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства является то, что с ростом финансовых показателей снизилась численность занятых в данной сфере: в малых предприятиях снижение численности занятых произошло на 7,8%, индивидуальные предприниматели - 1,3%, предпринимательская активность снижается на фоне неблагоприятной инфраструктуры.

Немаловажным показателем является инвестиции в основной капитал, который демонстрирует рост за анализируемый период, но необходимо отметить, что бюджетные средства в структуре инвестиций в основной капитал у средних предприятий имеют несущественную долю - около 6%, кредиты – около 15%, и более 50% собственные средства. Если рассматривать структуру инвестиций в основной капитал в малые предприятия за 2016 год (включая микропредприятия), то доля бюджетных средств составляет около 8%. Основными целями при инвестировании в основной капитал: замена изношенной техники и оборудования, увеличение производственных мощностей, снижение себестоимости продукции, что конечно в общем итоге не способствует развитию инновационной экономики.

В структуре оборота малых и средних предприятий составляют следующие виды экономической деятельности: торговля розничная и оптовая – более 55%, строительство - 10%, обрабатывающие производства - 9% (производство пищевых продуктов и готовых металлических и неметаллических изделий), менее 2% приходится на сельское хозяйство, хотя является одним из приоритетных направлений по развитию малого предпринимательства.

За последние пять лет структура территориального распределения субъектов малого и среднего предпринимательства не была подтверждена изменениям: более 30% субъекты МСП также расположены в Центральном федеральном округе (Москва, Московская область, Воронежская область), далее Приволжский округ (республика Татарстан, республика Башкортостан, Нижегородская область, Пермский край) -18%, Южный округ (Краснодарский край, Ростовская область) - 12%, Северо-Западный округ (Ленинградская область) - 12%, Сибирский округ (Новосибирская область, Красноярский край) - 11%. Наиболее высокая концентрация субъектов малого и среднего предпринимательство преимущественно расположены в крупнейших агломерациях страны с развитой сферой услуг [3].

Согласно данным Росстата в 2017 году структура субъектов малого и среднего предпринимательства по видам экономической деятельности не подверглась. Популярными отраслями среди субъектов МСП оказались следующими: торговая деятельность – 42% от общего числа малых и средних предприятий, далее операции с недвижимым имуществом - 18,3%, транспорт и связь 11%, строительство - 9%, обрабатывающие производство - 8%. Отрицательным моментом является колоссально низкая доля организаций, занятые в образовании, здравоохранении и научной сфере, и исследованиях.

Исследуя бизнес-настроение субъектов МСП, то на основе индекса опоры RSBI можно сделать вывод, что малой и средний бизнес начинает восстанавливаться после существенного падения в 2018 году и настроение становится менее пессимистичным, но при этом индекс доступности финансирования не изменился. Преобладающая доля субъектов малого и среднего предпринимательства не ожидают улучшений в экономике страны, испытывают сложность и недостаток в получении государственной поддержки, что в итоге позволяет прийти к следующему выводу, что система мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства не создает эффективной инфраструктуры для развития данного сегмента.

Состояние предпринимательского сегмента в экономике страны не изменилось и находится еще в стагнации. Структурных изменений по таким критериям как вид и масштаб деятельности, численность, территориальное распределение в рамках исследуемого периода не было выявлено. Достижение показателей, характеризующие инновационное развитие экономики страны, разработанной Минэкономразвития в рамках Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации представляется пока невозможным.

Большая часть субъектов малого и среднего предпринимательства до

сих пор испытывают сложность в получении государственной поддержки. Согласно опросу общероссийской организации «Опора России» было выявлено, что более половины опрошенных не получают необходимой поддержки, которая не отвечает потребностям бизнеса, 27%- считают, что идеи хорошие, но до бизнеса не доходит и лишь 8%-оценили положительно с пользой.

Литература:

1. Индекс ОПОРЫ RSBI Деловой активности малого и среднего бизнеса. Официальный сайт «ОПОРА РОССИИ». [Электронный ресурс]. URL: <http://opora.ru/upload/iblock/579/579fc46954f33f9e769db4cc748fcd0b.pdf>

2. Итоги сплошного наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства за 2015 год. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс].

URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/small_business/itog2015/itog-part1.htm

3. Малое и среднее предпринимательство в России. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359

4. Национальный отчет: Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2016/2017. [Электронный ресурс]. URL: http://smb.gov.ru/files/images/gem_russia_2016-2017.pdf

5. Коява Л.В., Новгородов П.А., Смирнов С.А. Предпринимательский университет. Концепт// Современная конкуренция. - 2018. - Т. 12. - № 4-5 (70-71). - С. 93-105.

6. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minrec/about/structure/depmb/20160513>

7. Статистика по государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в целом по Российской Федерации. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. [Электронный ресурс]. URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/regstats

ОСОБЕННОСТИ ОТХОДОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ В РФ

А.Н. Байрак

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, bairakan@gmail.com

По результатам проведенных экспертных интервью описаны особенности переработки отходов в России, рассмотрены причины, препятствующие улучшению отрасли, рассчитаны ежегодные экономические потери при сохранении имеющейся системы управления отходами.

The features of waste processing in Russia are described on the basis of expert interviews, the reasons that impede the improvement of the industry are considered, the annual economic losses are calculated while maintaining the existing waste management system.

Автором проведены экспертные интервью с представителями перерабатывающих предприятий в Казани, Тверской области, Новосибирске, на основании интервью описаны сложности и особенности сектора в России.

Технологические особенности. Общей особенностью отходоперерабатывающих производств являются длинные технологические цепочки от "мусора" до нового продукта, схематично показаны на рисунке 1. Предприятий полного цикла переработки в России мало, что логично и экономически целесообразно. Гораздо больше предприятий микро, малого и среднего бизнеса, перерабатывающих один или несколько видов вторичного сырья.

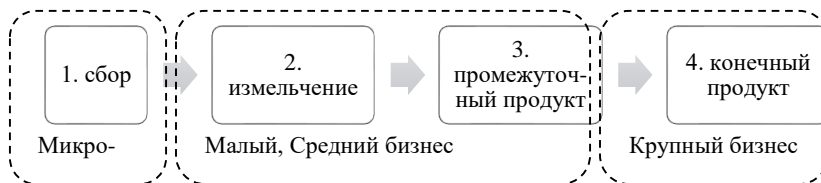


Рис. 1 – Технологическая цепочка переработки отходов

Процессы сбора, измельчения, изготовления промежуточного продукта часто отделены от процесса изготовления конечного продукта.

Сбор сырья – заготовкой могут заниматься как микропредприятия, так и средний бизнес, специализирующийся на одном или нескольких видах

отходов, на этой ступени наблюдается высокая доля нелегальных заготовителей. Для деятельности на этой ступени необходим минимальный набор оборудования, в основном, прессы для оптимизации транспортных затрат.

Измельчением могут заниматься как заготовители, так и отдельные предприятия, специализирующиеся на одном или нескольких видах отходов.

Изготовлением промежуточного продукта могут заниматься предприятия, специализирующие только на этой деятельности, но чаще всего, это звено технологической цепочки объединено с предыдущим и является результатом постепенного расширения производства.

Изготовлением конечного продукта с применением вторичного сырья занимаются крупные комбинаты: металлургические, целлюлозно-бумажные и другие, в основном это сектор b2b (бизнес-бизнес) из-за необходимости поставок больших объемов сырья.

Экономические особенности. Наиболее экономически привлекательное направление в переработке отходов – работа с металлами, оно придает устойчивости бизнесу и служит опорой при расширении списка принимаемых видов отходов. Второй "локомотив" среди отходов – бумага и картон. Спрос на рынках вторичного сырья крайне нестабилен, особенно для пластиков. Сложность технологических процессов затрудняет получение кредита на открытие бизнеса. Наблюдается ослабление конкуренции от центральных регионов к удаленным: чем дальше регион, тем слабее конкуренция и тем меньше компаний по переработке. Барьерами для входа в отрасль являются: дорогостоящее оборудование и лицензирование на каждый вид отходов. Наблюдается региональная асимметрия рынков отдельного вторсырья: например, за компьютерную мышку потребитель в Краснодаре получит 10р., а в Новосибирске необходимо заплатить за её утилизацию. Для предприятия необходима диверсификация бизнеса (расширение списка принимаемых отходов). Наблюдается недобросовестная конкуренция из-за нелегальных заготовителей. В проекте по сбору вторсырья можно поддерживать текущую рентабельность (заработная плата, логистика, административные расходы), амортизировать инвестиции в текущих условиях невозможно. Успешное функционирование переработки отходов зависит от спроса на конечный продукт, произведенный с применением вторичного сырья.

Институциональные особенности. Основной институциональной особенностью является высокая доля неучтенного оборота вторичного сырья, большая часть которого отбирается из общей массы бытовых отходов на полигонах лицами без определенного места жительства по

причине отсутствия раздельного сбора отходов в населенных пунктах. Это имеет ряд экономически негативных последствий.

Во-первых, снижается доля используемого вторсырья в связи с тем, что часть отходов, пригодных к переработке, безвозвратно теряют свои свойства, например, бумага. Другая часть отходов либо нуждается в дополнительной очистке (пластик или стекло), либо безвозвратно устопает в общей массе отходов на полигонах.

Во-вторых, сохранение существующей устоявшейся системы по отбору вторсырья усиливает теневой сектор, что в свою очередь затрудняет деятельность лицензированных, официальных предприятий, потому что снижает цены на поставку собранного вторсырья.

Из-за высокой доли теневого сектора, открывающиеся фирмы сталкиваются с такими сложностями, как многочисленные проверки со стороны банков, налоговых органов, так как с их стороны возникают сомнения в легальности проводимых операций. Репутации фирмы, в свою очередь, имеет значение для сотрудничества производителей с перерабатывающими предприятиями при реализации экологических проектов, направленных на экологическое просвещение.

«Рециклинг представляет собой часть замкнутого воспроизводственного цикла, обеспечивающего вовлечение отходов в повторный хозяйственный оборот, и включает совокупность взаимосвязанных процессов сбора и переработки отходов для последующего использования в производстве продукции» [1, С. 258]. Эффективность рециклирования ТКО зависит от чистоты отбираемых отходов – что достигается наличием системы их раздельного сбора, в России такая система низкоэффективна по причинам:

доступности, по данным российского офиса международной организации “Гринпис” в 2019 году доступ к системе РСО имели всего 18,5% жителей России [2], в основном, в крупных городах;

отсутствия стимулов к РСО у населения, в местах, оборудованных баками для сбора отдельных видов отходов, наблюдается выбрасывание мусора смешанным способом – причин такого поведения множество: недостаточная осведомленность и отсутствие доверия к системе РСО, отсутствие экологической грамотности и материальной заинтересованности, психологические и бытовые причины (непристижность, лень, нехватка места для сортировки в квартире) [3, С. 56];

малой доли отбираемых отходов, что связано с двумя предыдущими пунктами, так как смешанный сбор отходов (преобладающий способ) малоэффективен и приводит к порче большей части потенциально перерабатываемых отходов.

Оценка экономических потерь при сохранении существующей системы управления отходами. Несмотря на мусорную реформу, проводимую с 2018 года, в РФ перерабатывается от 10 до 30% вторичного сырья, в зависимости от степени развития рынка конкретного вида отходов. На рис.2 изображено использование и потери вторичного сырья в России.

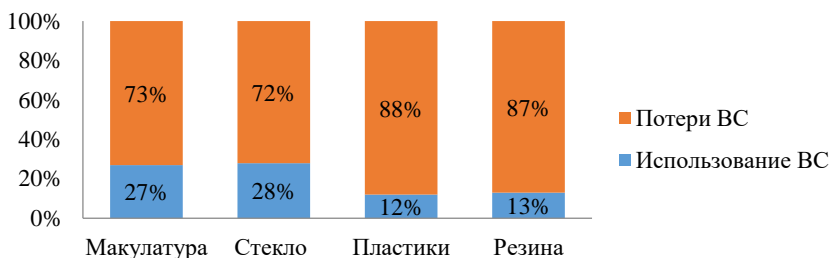


Рис. 2 - Объем потерь вторичного сырья, составлено по [4]

Таблица 1- Экономические потери вторичного сырья в РФ в год

Вид ВС	Объем, тыс.тн	Используй- о-вание, тыс.тн	Потери, тыс.тн	Расценк и тыс.руб./ тн	Потери, млн. руб. (при сред.зн.)
Макулатура	12000	3230	8770	5-6	48 235,0
Стекло	4000	1130	2870	2-5	10 045,0
Пластик и	3600	450	3150	15-40	86 625,0
Резина	729	66	663	15-20	11 602,5
Итого:					156 507,5

Рассчитано по [4,5]

Слабое развитие сектора связано с: *затруднительным сбором вторсырья*, особенно у населения, ежегодные потери макулатуры, стекла, пластиков более 75%; *сортировкой*, если в развитых странах РСО является основным источником сырья, то в РФ он практически не влияет на рынок; *учетом образования и обращения с отходами*, например, уровень переработки «электронных» отходов имеет широкий диапазон от 5% до 20%; *управлением отраслью*, отсутствие центра, отвечающего за полный цикл всех отходов, сейчас проблемой занимаются несколько министерств и ведомств, а созданный «Российский экологический

оператор”, отвечает только за твердые коммунальные отходы; *отсутствием стимулирующей законодательной базы.*

Литература:

1. Дирко С.В. Цепи поставок вторичных ресурсов в системе рециклинга // В сборнике: Интеграция Республики Крым в систему экономических связей Российской Федерации: теория и практика управления Материалы XII межрегиональной научно-практической конференции с международным участием, 2016. – С. 258-260.

2. Каждый третий житель крупного города России имеет доступ к раздельному сбору [Электронный ресурс] // официальный сайт организации Гринпис. – Режим доступа: <https://greenpeace.ru/blogs/2020/03/12/rejting-greenpeace-kazhdyj-tretij-zhitel-krupnogo-goroda-rossii-imeet-dostup-k-razdelnomu-sboru/> (дата обращения: 20.03.2020).

3. Байрак А.Н. Роль населения РФ в развитии отрасли рециклирования // Вестник НГУЭУ. – 2017. – № 1. – С. 54-63.

4. Волкова А.В. Рынок утилизации отходов // Национальный исследовательский университет. – Высшая школа экономики, 2018. – 81 с.

5. Отраслевой портал «твердые бытовые отходы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.solidwaste.ru/>.

ОТРАСЛИ ПОСТРАДАВШИЕ ОТ КОРОНОВИРУСА В РОССИИ

К.С. Березовский, Н.В. Бозо

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Kirya.Leksuss@gmail.com, bozo@corp.nstu.ru**

В данной работе проанализирована степень влияния эпидемии COVID-19 на экономику страны. Выявлены отрасли, которые оказались наиболее сильно подвержены влиянию пандемии. Проанализирована информация с разных точек зрения, что позволило сделать выводы о влиянии пандемии COVID-19 на экономику различных отраслей.

This paper analyzes the impact of the COVID-19 epidemic on the country's economy. The industries that were most affected by the pandemic were identified. The information was analyzed from different points of view, which allowed us to draw conclusions about the impact of the COVID-19 pandemic on the economy of various industries.

На сегодняшний день практически самой актуальной проблемой экономики является пандемия COVID-19, попробуем разобраться,

почему. Начало эпидемии, которая не только отняла огромное количество жизней, но и заметно ухудшила экономическую ситуацию в стране, пришлось на 8 декабря 2019 года. Начиная с этого времени многие предприятия разорялись или несли большие убытки, несмотря на помощь со стороны государства.

Изучая статистику, нетрудно заметить взаимосвязь COVID-19 и экономики мира в целом и сделать выводы о том, какие отрасли оказались наиболее сильно подвержены влиянию вируса.

Авиaperезовки:

Поскольку в целях предотвращения распространения коронавируса между различными странами в первую очередь были закрыты границы, в данной отрасли начал прослеживаться наиболее сильный спад. (Рис. 1) Железнодорожные и водные перевозки:

В начале весны пассажиропоток в поездах дальнего следования снизился практически на 77% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. В сегменте внутреннего водного транспорта и пассажирских морских перевозок ситуация также была неутешительна. (Рис. 1)

Нефтедобыча:

Поскольку из-за спада авиапромышленности значительно сократились объемы грузоперевозок (рис. 2), можно сказать, что закрытие границ оказало влияние и на нефтедобычу, снизив объемы потребления нефти.

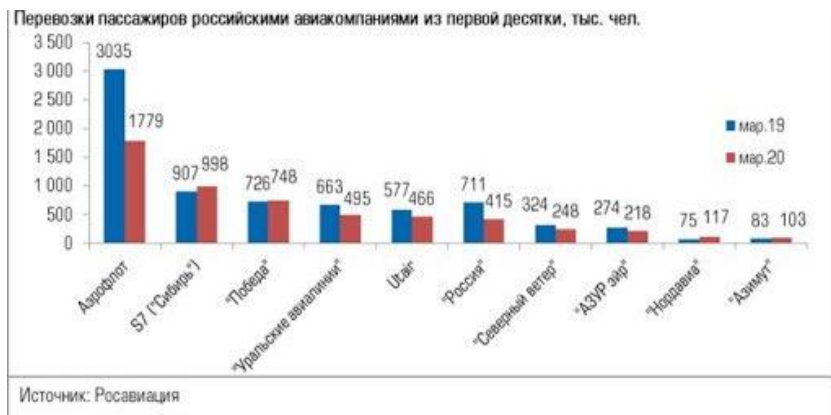


Рис. 1 – Перевозки пассажиров российскими авиакомпаниями

Производство автозапчастей:

В избежание распространения коронавирусной инфекции среди населения, в Китае был введен строгий режим изоляции, из-за которого рабочие не могли выполнять в полном объеме свою работу, а следовательно, и снабжать иностранные заводы необходимым количеством автозапчастей [1]. В результате выпуск готовой продукции был невозможен в связи с нехваткой деталей.

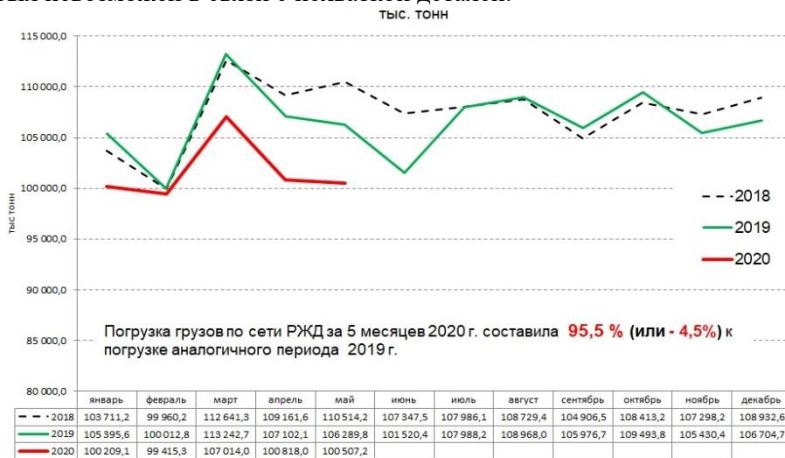


Рис. 2 – Помесячная динамика погрузки грузов по сети РЖД в 2018-2020гг.

Гостиничный бизнес:

Путешествия стали менее востребованными среди населения, что привело к снижению числа авиаперевозок, железнодорожных и водных перевозок, что в итоге отразилось на экономике гостиничного бизнеса. Из-за нехватки клиентов отели, вынужденные платить аренду, коммунальные услуги и зарплату сотрудникам, работают в убыток. При этом многие отели вынуждены закрываться или сокращать штат сотрудников до минимума (рис. 4).



Рис. 4 – Доходность на гостиничный номер

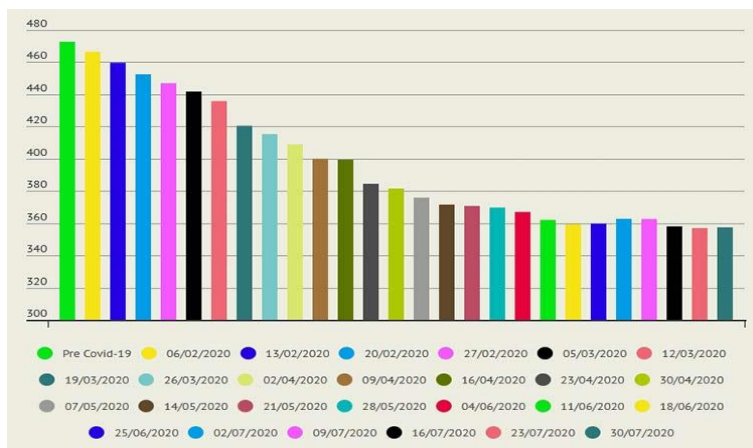


Рис. 5 - Прогнозы на валовый доход мирового игорного рынка

Игорный бизнес:

Наиболее сильно пандемия COVID-19 затронула развлекательную сферу, так как из-за введения режима самоизоляции большая часть населения в Владимир вынуждена находиться дома, а посещение мест общественного пользования было строго запрещено. При этом сами развлекательные организации теряли ежедневно огромное количество средств на аренду помещения, выплаты сотрудникам и т.д., не получая при этом никакой прибыли (рис. 5).

Пандемия COVID-19 нанесла ущерб экономике всего мира, разорив и заставив закрыться множество организаций. Думаю, связи с этим можно прогнозировать следующие риски:

1. Снижение темпов роста ВВП китайский рынок по итогам 2020 года может замедлить темпы роста.

2. Увеличение вероятности роста числа платежных дефолтов и банкротств в секторах, которые особенно сильно будут подвержены влиянию карантинных мер, связанных с эпидемиологической обстановкой.

3. «Охлаждение» азиатских рынков, а именно вероятность стран, экономика которых напрямую зависит от туризма, не досчитаться огромных объемов прибыли.

Литература:

1. Бозо Н. В. Формирование отраслевой политики государства через оценку структурных изменений экономики России // Институциональная трансформация экономики: российский вектор новой индустриализации: материалы 4 междунар. науч. конф. : в 2 ч. – Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та, 2015. – Ч. 1. – С. 533–536.

2. Бухгалтерский учет, налогообложение, отчетность, МСФО, анализ бухгалтерской информации, 1С бухгалтерия [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://buh.ru/news/uchet_nalogi/108818/ (дата обращения 13.10.2020)

3. Постановление Правительства РФ от 3 апреля 2020 г. № 434 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.garant.ru/73846630/> (дата обращения 13.10.2020)

4. Российская газета RG.RU [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/04/06/utverzhden-spisok-naibolee-postradavshih-ot-koronavirusa-otraslej.html> (дата обращения 14.10.2020)

РЕЗУЛЬТАТЫ И ПРОБЛЕМЫ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РФ

А.С. Голешев, Н. В. Бозо

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, -art-energy01@mail.ru, bozo@corp.nstu.ru**

В данной статье рассматриваются проблемы действующей политики импортозамещения в России. Показаны результаты политики импортозамещения с 2014 года по 2020 год. Проанализированы причины неэффективности политики импортозамещения в РФ.

This article examines the problems of the current import substitution policy in Russia. Analysis of the results of the import substitution policy from 2014 to 2020. Analyzed the reasons ineffectiveness of the import substitution policy in the Russian Federation.

У России всегда было много политических врагов по всему свету, на протяжении многих столетий. И особенно в течении последних лет, когда другие страны вводят санкции против нашей страны. По этой причине Росси нужно уменьшать зависимость от враждебных стран. Для этого в 2014 году у нас в стране запустили программу импортозамещения, которая была принята для улучшения качества и объёмов производства на территории страны.

В наши дни проблема эффективности политики импортозамещения касается абсолютно всех граждан Российской Федерации, затрагивая напрямую их благосостояние и здоровье. Все сферы, которые затрагивает политика замещения импорта имеют значительный вес для экономики страны и по этой причине нужно уделять особое внимание тому как идёт нынешняя политика и необходим качественный контроль за её исполнением и значительные инвестиции.

Импортозамещение в отрасли медицины было введено в 2014 году, правительством России, эта программа запрещала государственным медицинским организациям закупать конкретные импортные препараты и лекарства, часть из которых производились на территории РФ. Так же летом 2019 года к списку запрещённых медицинских изделий добавили ещё 14 импортных препаратов. В итоге за последние 6 лет правительство выделило примерно 200 миллиардов рублей частных и государственных инвестиций, из них в 2016 году выделили 15 миллиардов рублей из государственного бюджета. В течении 2015-2016 годов Российские производители выпустили на рынок примерно 75 импортозамещающих препаратов. В планы правительства РФ входило увеличить долю лекарств отечественного производства из списка жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП) до 90%. В 2020 году доля ЖНВЛП отечественных производителей примерно оценивается в 83% в денежном эквиваленте. Более того на территории России с 2014 года были открыты около 40 фармацевтико-производственных предприятий. Причинами такого результата стали в большей степени иностранные фармацевтические компании. В России зарубежные фармацевтические компании, такие как: Novartis, Teva, Besins Healthcare, Takeda построили семь заводов и компании Bayer, Janssen, Merck, Roche локализовали свои товары на базе отечественных производителей. Однако если затрагивать не ЖНВЛП, то импорт в России в медицинской отрасли составляет 73%, при том, что

план был равен 33%. Согласно статистике Минпромторга объём фармацевтического рынка в России в 2019 году был равен 1,45 триллионов рублей, прирост к 2014 году был равен 58,8%. Объём Российского рынка в 2019 году, в упаковках был равен 5,09 миллиардов единиц, из них отечественных препаратов было 3,12 миллиардов упаковок (61,3%). Что касается денежного выражения, то отечественные препараты в 2019 году составили около 30,8% от общего объёма рынка, в 2014 году это значение составляло 25,1%. Но что более важно из-за запрета на импортные лекарства многие граждане РФ не имели возможности купить жизненно важные препараты на полках местных магазинов и поэтому и приходилось, обходя закон закупать и привозить это лекарства из других стран и в итоге многим из них были предъявлены обвинения в контрабанде и иных преступлениях.

В промышленной отрасли программа импортозамещения за несколько последних лет не показала значительных изменений. В период с 2015 по 2018 года на развитие отечественного производства в промышленной отрасли было выделено более 1,6 триллионов рублей. Согласно, данным Росстата на 2013 машины и оборудование в товарной структуре импорта составляли 48,6%, правда к 2018 году этот показатель снизился до 47,3%. Так же не мало важен тот факт, что местные компании предпочитают закупать импортные оборудование и сырьё, это можно понять по снижению закупок местными организациями, сырья, материалов, машин и оборудования у отечественных производителей. В 2015 году машины и оборудование отечественных производителей закупали около 30% предприятий, а Российские сырьё и материалы примерно 22%, однако в 2018 году эти значение опустились примерно до 8-9%. В добывающем секторе количество импортного оборудование увеличилось, в 2017 году было около 43%, а в 2018 году это значение достигло уже 55%. Из исследования ВШЭ следует что с 2016 года по 2018 год доля организаций, закупивших импортный транспорт выросла на 6% и в 2018 году составила 38%.

Относительно продовольственной отрасли, начиная с 2013 года по 2018 год доля импорта продуктов понизилась на 31,2% до 29,8 миллиардов долларов, более того доля продукции на местном рынке превзошла запланированное значение по многим продуктам [5]. Также увеличился экспорт отечественных продуктов с 16,8 миллиардов долларов в 2013 году, до 25,8 миллиардов долларов в 2018 году. В 2013 году на мероприятия Госпрограммы развития сельского хозяйства выделили 197,7 миллиардов рублей, в 2019 году выделили 307,9 миллиардов рублей. И на фоне развития отрасли можно увидеть рост

рентабельности сельхоз организаций. В 2018 году, учитывая субсидии этот показатель достиг 12,5%, в 2013 рентабельность равнялась 7,3%. Так же выросли зарплаты в этой отрасли с 15,1 тысячи рублей в 2013 году, до 25,5 тысяч рублей в 2018 году. В целом можно сказать что продовольственная отрасль развивается, однако качество продуктов снижается и их цен растёт, что в свою очередь ухудшает положение потребителей.

Среди причины почему же не удалось выполнить поставленные цели, можно выделить следующие: Во-первых, слишком короткий срок, за этот период было просто невозможно разработать лекарства так как на это нужно примерно 7 лет, также нужно очень много времени на налаживание производства оборудования и товаров. Во-вторых, Российские предприятия предпочли закупать импортное оборудование, машины и сырьё [6], России следовало уделить большее внимание на мотивирование и стимулирование этих компаний закупать Российские товары. В-третьих, это не хватка инвестиций. В-четвёртых, это низкое качество некоторых продуктов, из-за чего граждане РФ предпочитают импортные товары. Для России было бы более эффективно сконцентрироваться на качестве своей продукции и тем самым Россия смогла бы противопоставить свою продукцию конкурентам из других стран и тем самым увеличить экспорт, что в свою очередь было бы более выгодно для экономики страны.

Литература:

1. Россия: итоги пяти лет импортозамещения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://russian.eurasianet.org/итоги-пяти-лет-импортозамещения>.
2. Время дженериков: к чему привело импортозамещение в медицине и фармацевтике [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/408537-vremya-dzhenerikov-k-chemu-privelo-importhozameshchenie-v-medicine-i-farmaceutike>
3. За последние 5 лет Россия сократила импорт продовольствия на треть [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mcx.gov.ru/press-service/news/za-poslednie-5-let-rossiya-sokratila-import-prodovolstviya-na-tret/>
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 г. № 328 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/91634/>
5. Бозо Н. В. Роль малых инновационных предприятий в развитии экономики региона / Н. В. Бозо, Е. В. Доронина // Инновационный менеджмент и технологическое предпринимательство : материалы

Всерос. молодежного науч. форума, Новосибирск, 12–14 ноября 2015 г. : в 2 т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. – Т. 1. – С. 114–117.

6. Бозо Н. В. Формирование отраслевой политики государства через оценку структурных изменений экономики России // Институциональная трансформация экономики: российский вектор новой индустриализации : материалы 4 междунар. науч. конф. : в 2 ч. – Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та, 2015. – Ч. 1. – С. 533–536.

КАК РАБОТАЕТ ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

А.В. Городецкая, Е.В. Малышева

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, gorodeckaya_a@mail.ru**

В статье рассмотрены основные понятия, связанные с вертикальной интеграцией предприятий. Выделена классификация вертикальной интеграции. Проанализированы на теоретическом уровне принципы работы вертикальной интеграции.

The article deals with the main concepts related to vertical integration of enterprises. The classification of vertical integration is highlighted. The theoretical principles of vertical integration are analyzed.

Что же такое вертикальная интеграция? Вертикальная интеграция — это процесс в бизнесе, когда компания покупает другую компанию, которая поставляет ей товары или которая покупает товары у нее, чтобы контролировать все процессы производства. То есть, вертикальная интеграция — это объединение компаний, связанных между собой технологической зависимостью. Благодаря вертикальной интеграции, многие фирмы могут повысить свою конкурентоспособность. Например, она может помочь компаниям сократить расходы и повысить эффективность за счет сокращения транспортных расходов и времени выполнения заказов. Ярким представителем вертикальной интеграции, является ОАО «Лукойл». В единой системе данной компании «завязаны» множество предприятий, обеспечивающие следующий цикл: добыча нефти, ее транспортировка, переработка, реализация топлива. Так же примером вертикально интегрированной компании может служить Target. Target — это американская компания, которая управляет сетью магазинов розничной торговли, а также имеет собственные торговые марки и производственные мощности. Они создают, распространяют и продают свою продукцию, и не нуждаются в помощи «внешних

объектов», таких как производители, транспорт или другие материально-технические средства [1].

В зависимости от направления, выделяют: интеграцию вперед и назад. Интеграция вперед — это стратегия, которую компании используют для расширения, приобретая и контролируя прямое распределение или поставку продуктов компании. Производитель одежды, который открывает свои собственные торговые точки для продажи своей продукции, является примером прямой интеграции. Стратегия прямой интеграции эффективна, когда:

- немного качественных дистрибьюторов доступны в промышленности;
- дистрибьюторы или розничные продавцы имеют высокую прибыль;
- дистрибьюторы очень дороги, ненадежны или не могут удовлетворить потребности фирмы в дистрибуции;
- ожидается, что отрасль значительно вырастет;
- есть преимущества стабильного производства и распространения;
- у компании достаточно ресурсов и возможностей для управления новым бизнесом.

Обратная интеграция — это когда компания расширяется назад по производственному пути в производство. Примером обратной интеграции может быть Amazon.com Inc. (AMZN), которая расширилась от онлайн-ритейлера, который продавал книги, чтобы стать книгоиздателем. Amazon также владеет складами и частями своего канала дистрибуции. Стратегия обратной интеграции наиболее полезна, когда:

- текущие поставщики фирмы ненадежны, дороги или не могут предоставить необходимые ресурсы;
- мелких поставщиков немного, но в отрасли много конкурентов;
- промышленность быстро расширяется;
- поставщики получают высокую прибыль;
- компания обладает необходимыми ресурсами и возможностями для управления новым бизнесом.

Существует четыре степени вертикальной интеграции:

Первая – полная вертикальная интеграция. Получение всех активов, ресурсов и опыта, необходимых для копирования верхнего или нижнего звена цепочки поставок.

Вторая – квазивертикальная интеграция. Получение некоторой доли в поставщике в форме специализированных инвестиций или доли в акционерном капитале для получения агентских выгод за счет увеличения доли участия в результате.

Третья – долгосрочные контракты. Разветвленная форма вертикальной интеграции, в которой некоторые элементы закупок поддерживаются постоянными, чтобы уменьшить несоответствия в доставке продукции при сохранении в определенной степени постоянных затрат.

Четвертая – Спот контракты. Точка, в которой фирма не является вертикально интегрированной, — это когда фирма полагается на спотовые контракты, чтобы получить немедленный вклад, необходимый для ее производства.

Как же работает вертикальная интеграция? Вертикальная интеграция происходит, когда компания берет на себя контроль над несколькими производственными этапами, участвующими в создании ее продукта или услуги на определенном рынке [3]. На рис. 1, представлена простая схема цепочки поставок. Как правило, цепочка поставок или процесс продаж компании начинается с покупки сырья у поставщика и заканчивается продажей конечного продукта клиенту.



Рис.1 – Простая схема вертикальной интеграции

Стратегия вертикальной интеграции осуществляется в рамках одной и той же отрасли. Для компании вертикальная связь включает в себя производство сырья. Компания покупает у других фирм и продает продукцию непосредственно конечному потребителю. Когда компания «поглощает» производство, происходит обратная интеграция сырья. Когда компания «поглощает» розничную торговлю товаров конечным потребителям, происходит интеграция вперед. Обычно каждый участник цепочки поставок производит другой продукт или (специфичную для рынка) услугу, и продукты объединяются для удовлетворения общей потребности. Это противопоставлено горизонтальной интеграции, в которой компания производит несколько товаров, которые связаны друг с другом [2].

Компании могут интегрироваться, приобретая своих поставщиков, чтобы снизить затраты на производство. Компании также могут инвестировать в розничную или сбытовую часть процесса, открывая физические места, а также сервисные центры для послепродажного процесса. Контроль процесса распределения — это еще одна распространенная стратегия вертикальной интеграции, означающая, что компании контролируют складирование и доставку своей продукции.

Вертикальная интеграция в бизнесе означает, что вся цепочка поставок компании контролируется и принадлежит организации. Таким образом, позволяя контролировать каждый шаг с помощью потребителей, в цифровом же мире вертикальная интеграция происходит, когда компания может контролировать первичные точки доступа для получения данных от потребителей. Чем ближе производитель к потребителю или же чем ближе розничный продавец к производству товара или услуги, тем больше контроля над всей цепочкой поставок. В свою очередь, это со временем позволит доминировать в отрасли и строго контролировать все процессы, качество продукции и операции.

Один из долгосрочных успехов вертикально интегрированной организации основан на сохранении контроля над ее процессами и способности контролировать всю цепочку поставок. Стратегия вертикальной интеграции стоит дорого, но она так же способствует устойчивому росту. Традиционные компании, работающие в более «медленных» сектора, например компания Luxottica в индустрии очков, удалось получить контроль над цепочкой поставок, и они стали мировым лидером. Luxottica владеет 80% доли рынка компаний, которые производят корректирующие и защитные очки, а также владеет многими розничными торговцами, оптическими отделами в Target и Sears и ключевыми группами по страхованию глаз, такими как EyeMed [3].

Литература:

1. Бозо Н.В. Институциональные барьеры в развитии нефтегазового сектора России: монография / Н.В. Бозо, Е.В. Малышева, В.В. Шмат; науч. Редактор В.А. Крюков. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2010. – 328с
2. Качапкина Ю. В. Интеграция как форма развития предпринимательских формирований [Текст] / Ю. В. Качапкина // Российское предпринимательство. – 2010. – № 8. – Вып. 2 (165). – С. 48–52. – URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/10993> (дата обращения: 5.05.2020).
3. Вертикальная интеграция: чему учит опыт [Электронный ресурс]. – URL : <http://finance.obozrevatel.com/business-and-finance/vertikalnaya-integratsiya-chemu-uchit-opyit.htm> (дата обращения: 12.04.2020).

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

А.С. Дихтеренко, Н.В. Бозо

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, dikhterenkoalina@gmail.com, bozo@corp.nstu.ru

Состояние окружающей среды и здоровья населения напрямую зависит от распространения процесса экологизации на предприятиях всех отраслей, от улучшения систем налогообложения и штрафов в сфере экологии. Именно эти действия напрямую повлияют на экономическую составляющую предприятия, она должна быть реорганизована.

The state of the environment and health of the population directly depends on the spread of the process of greening in enterprises of all industries, on the improvement of taxation systems and fines in the field of ecology. It is these actions that will directly affect the economic component of the enterprise, it should be reorganized.

Актуальная проблема, связанная с экологией, с каждым годом все больше обсуждается в современном мире, ведь состояние окружающей среды ухудшается и в наших силах это исправить.

Одними из главных факторов, оказывающих негативное влияние на экологию, являются выбросы вредных веществ в атмосферный воздух, сбросов в водные объекты, загрязнением почвы отходами производственных предприятий. Поэтому сейчас активно пропагандируется и вводится политика бережливого производства, штрафов за превышение количества и качества выбросов, сбросов и размещение твердых отходов.

Использование в производстве пылегазоулавливающего оборудования, безотходное производство, циклическое использование водных ресурсов (регенерирование, очищение воды) – одни из основных методов, участвующих в процессе экологизации предприятия.

Также на предприятии должна внедряться система внутренних экологических улучшений [1], ведь заинтересованность персонала и привлечение его в новые разработки и применение методов экологизации производства даст возможность быстрее поменять, переосмыслить стереотипы об экологии и её месте в производственном предприятии. Но для этого, разумеется, нужно дополнительное финансирование.

Тут можно заметить замкнутый круг: чтобы защитить окружающую среду необходимо постоянное финансирование, однако часто предприятия экономят на реализации природоохранных мероприятий, что в конечном счете приводит к новым убыткам из-за ухудшения состояния природы.

Важно рассматривать экологичность на всех этапах производства: начиная с выбора более качественного, экологически чистого сырья и на протяжении всего технологического процесса, при получении конечного продукта - экологичность его упаковки, возможность использования её во вторичном производстве и получение экономической выгоды.

Минимализация отходов – стремление задействовать «отходы», как отдельный вид продукта, получаемый попутно, то есть - многонаправленное производство (продажа не только основного продукта, но и образующихся в процессе производства отходов). Такие действия позволят избавиться от большей части отходов и принесут дополнительную прибыль организации. Ведь существуют даже такие примеры, когда именно сопутствующие продукты, получаемые при производстве основного, приносят больше прибыли, чем продукт, на который направлено производство.

Повышение операционной эффективности за счет снижения потребления энергоресурсов и использование вторичных энергоресурсов, значит использование оборудования с пониженным энергопотреблением, также должно применяться на всех предприятиях.

Промышленное производство влияет не только на природную составляющую, но и на здоровье каждого отдельного человека. См. таблицу 1.

Таблица 1. «Влияние производства на здоровье населения» [2]

Показатель	Выбросы от стационарных источников, т	Численность населения, на загрязненной территории, чел.	Площадь территории и загрязненая, км ²	Ущерб от заболеваний, млн руб.
Производство				
Химическое производство	5483	69682	100	2,2
Обработка древесины	3923	436623	40700	16,3
Производство пищевых продуктов	443	459674	43400	1,8
Металлургическое производство	272	126947	4700	0,6
Производство, распределение газа, воды	8373	500989	54500	35,4

Без точной оценки влияния деятельности производственных предприятий на состояние природы и здоровья людей невозможно обеспечить экологизацию промышленной экономики России, ведь именно предприятия в большей степени оказывают влияние на окружающую среду.

Сейчас по большей части используются пассивные методы защиты природы, которые только сокращают количество вредных выбросов, с помощью такого оборудования, как улавливатели пылегазовыделений, очистка сточных вод от различных примесей.

При проведении экологической экспертизы, необходимо прежде всего ориентироваться на экологизацию производства, широкое применение малоотходных и безотходных технологий и иных достижений научно-технического прогресса, обеспечивающих рациональное природопользование, повышение эффективности капитальных вложений в охрану природы и комплексный подход к решению экологических, научно-технических, экономических и социальных проблем, руководствуясь при этом нормами и правилами природопользования, природоохранным законодательством, исходя из приоритета безопасности духовного, физического здоровья человека.

Экологизация экономики предприятия предполагает обязательное ограничение на все инструменты экстенсивного развития, которые только увеличивают использование природных ресурсов, а не повышают эффективность уже изъятых. Упор необходимо делать именно на интенсивных методах, на изменении стереотипов работы у сотрудников всех уровней, на преобразовании экономико-производственного цикла, что позволит выполнить планы и уменьшить употребление энергии, материалов и веществ, используемых в производстве.

Платность использования природных ресурсов (налоги, платежи, штрафы, страхование, экономическое стимулирование [3,4]) играет главную на сегодняшний момент роль в экономике экологизации производства. Поэтому так важно, чтобы плата за загрязнение окружающей среды была основана на четком соответствии наносимому вреду. Ведь в реальности плата за загрязнение часто занижена, и поэтому не выполняет свои главные функции практически.

На данный момент плата за негативное воздействие на окружающую среду берется за виды вредные воздействия: выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ стационарными объектами; выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ передвижными объектами; сбросы загрязняющих веществ в поверхностные и подземные водные объекты; размещение отходов производства и потребления.

Пример платы за негативное воздействие на окружающую среду: 2017 году суммарный экологический налог для организаций был начислен в объеме 146 500 руб. [5].

Исходя из этого, размер авансовых платежей по НВОС в 2018 г.: ежеквартальные авансовые перечисления в 2018 году будут равны 36 625 руб. (146 500 x 25%). По результатам 2018 года общие обязательства составили 138 000 руб.

Уплате по итогам 2018 г., с учетом авансовых платежей, подлежит 28 125 руб. (138 000 – (36 625 + 36 625 + 36 625)).

Недопущение превышения установленных предельно допустимых выбросов и сбросов, при стабильно работающем производстве; соблюдение технологических норм, контроль за технологическим состоянием оборудования (ремонт, чтобы не было лишних выбросов), применение достижений научно-технического прогресса, использование примеров зарубежных практик, четкое планирование материальных ресурсов, применение лучших практик предприятий того же сектора – то, что сделает производство наиболее безопасным для природы и человечества.

Если каждое предприятие, каждый цех/отдел, каждый рабочий будут стараться минимизировать отходы, сортировать мусор, тогда и действительно появится шанс спасти нашу планету. Ведь то, что мы делаем сегодня, определяет наше завтра.

Литература:

1. Бозо Н. В. Роль малых инновационных предприятий в развитии экономики региона / Н. В. Бозо, Е. В. Доронина // Инновационный менеджмент и технологическое предпринимательство : материалы Всерос. молодежного науч. форума, Новосибирск, 12–14 ноября 2015 г. : в 2 т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. – Т. 1. – С. 114–117.
2. Основные направления экологизации промышленного производства в регионе [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=32540> (дата обращения 13.10.2020)
3. Бозо Н. В. Нефтегазовая «монополия» в России / Н. В. Бозо, В.В. Шмат // ЭКО. – 2011. – № 10. – С. 78–101.
4. Бозо Н. В. Нефтегазовая «монополия» в России (окончание) / Н. В. Бозо, В.В. Шмат // ЭКО. – 2011. – № 11. – С. 92–106.
5. Экологические платежи в 2018 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spmag.ru/articles/ekologicheskie-platezhi-v-2018-godu> (дата обращения 13.10.2020)

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

А.О. Дудина, Н.В. Бозо

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, asya.dudina.01@mail.ru, bozo@corp.nstu.ru

В статье говорится о важности того, что государство должно обратить внимание на экологическую обстановку страны. Статья предназначена для широкого круга читателей.

The article speaks of the importance of the state's attention to the country's ecological situation. An article for a wide range of readers.

Одной из главных проблем современного мира является – ухудшение экологии. Эта тема достаточно остра, так как люди пытаются подчинить себе природу. Они постепенно забывают о том, что надо беречь и сохранять окружающую среду. Плохое отношение людей проявляется в нецелесообразном использовании природных ресурсов: вырубают леса, часто не заботясь об их восстановлении, истребляют целые виды животных, птиц и растений, без колебаний потребляют минеральные ресурсы, загрязняют воздух работой заводов и выхлопами автомобилей, воду и почву мусором и различными токсичными отходами. Если человечество не прекратит вести себя подобным образом, мы можем потерять самое бесценное, что у нас есть – это жизнь.

Рассмотрим вопрос о предотвращении гибели природы с точки зрения государства. Как же оно может повлиять на окружающую обстановку?

Государство стремится улучшить жизнь общества. Со всех сторон оно пытается защитить, помочь, уберечь страну и ее жителей от внешних факторов [1, 2]. Если рассматривать с точки зрения экологии, то чем меньше будет выбросов в атмосферу, тем обществу от этого лучше. Многие люди уже давно поняли сами, что нужно утилизировать отходы правильно.

Из российской газеты «Аргументы и факты» приставлены следующие данные: «На сегодняшний день в России функционирует 243 мусороперерабатывающих завода, 50 мусоросортировочных комплексов и 10 мусоросжигательных заводов. При этом свалками заняты семь миллионов гектаров земли. Ежегодно на них вывозят свыше 250 кубометров только твёрдых коммунальных отходов». Согласно этим расчетам, всего за 10 лет, а то и меньше, поскольку население растёт, на земле прибавится на 8 миллиардов тонн мусора. Ужасная картина, правда?

Государственные льготы, которые предоставляются предприятиям по переработке ТБО.

Во-первых, предлагается субсидировать до 0% ставки по кредиту на специализированные проекты, входящие в комплекс по переработке отходов.

Во-вторых, предусматриваются налоговые льготы для предприятий, создающих перерабатывающую инфраструктуру и закупающих оборудование для переработки: налоговые каникулы по налогу на имущество и земельный налог для новых компаний, а также нулевая ставка по налогу на прибыль и упрощенная система налогообложения сроком на пять лет.

Также эксперты считают необходимым уменьшить размер налога на прибыль для предприятий на сумму капитальных вложений в переработку и отменить НДС на продукцию, переработанную из отходов.

Наконец, предлагается «наладить систему закупки полезных фракций у населения по установленным для региона ценам – стекло, бумага, металлы, пластик и др. Это может быть реализовано, например, путем создания системы налоговых отчислений для граждан, пояснили ТАСС в аппарате Уполномоченного по правам человека.

Также специалисты считают возможным снизить до нуля тариф на вывоз мусора для населения и бизнеса в случае раздельного сбора.

На сегодняшний день роль государства – «невмешательство». Хотелось бы порекомендовать, чтобы государство учувствовало в поддержке, контролировала и способствовала продвижению мусороперерабатывающих предприятий. Очень важно не препятствовать, не ужесточать требования к открытию новых фирм, напротив, стимулировать их.

Грамотное использование отходов, превращение их в топливо(биотопливо) позволит экономичнее расходовать добываемые природные ресурсы.

Литература:

1. Бозо Н. В. Нефтегазовая «монополюшка» в России / Н. В. Бозо, В.В. Шмат // ЭКО. – 2011. – № 10. – С. 78–101.
2. Бозо Н. В. Нефтегазовая «монополюшка» в России (окончание) / Н. В. Бозо, В.В. Шмат // ЭКО. – 2011. – № 11. – С. 92–106.
3. Овчаренко Я.Э. Кузнецова А.С. Новикова К., Сафошина Е. Проблемы утилизации отходов и их влияние на экономическое развитие [Электронный ресурс] // Наука и образование: электрон. науч. библиотека – 2020. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43055627> (дата обращения: 25.10.2020).

АНАЛИЗ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

П.И. Ермолаев, Б.И. Штейнгольц
Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ», г.Новосибирск

Статья представляет собой методический набор, анализа платежеспособности фирмы, через расчет ключевых показателей платежеспособности и ликвидности

The article is a methodological set of analysis of the firm's solvency, through the calculation of key indicators of solvency and liquidity

Анализ платежеспособности, это неотъемлемая часть работы любого экономического субъекта, как в России, так и за ее пределами. Чаще всего анализ платежеспособности начинается, через подсчет собственного оборотного капитала (чистые активы). Собственный оборотный капитал рассчитывается следующим образом, как разница между оборотными активами и краткосрочными обязательствами. Если при расчете краткосрочных обязательств оказывается больше, значит компания находится в состоянии банкротства или же близка к данному состоянию.

В подавляющем большинстве, основной причиной увеличения или уменьшения собственного оборотного капитала является прибыль (убыток).

Для поддержания текущей платежеспособности компании, чистые активы должны состоять из ликвидных активов, которые в случае надобности компании сможет конвертировать в денежные средства и расплатится по собственным обязательствам. Если же в чистых активах наибольшую долю занимают сложно реализуемые активы, это снижает платежеспособность предприятия, поскольку компания не сможет в срочном порядке реализовать данные активы, для получения денежных средств.

Что может произойти с компанией, если у нее низкая платежеспособность?

Чаще всего компании, которые не могут рассчитываться по своим обязательствам становятся банкротами. Процедуру банкротства может инициировать компания самостоятельно, или же это может сделать кредитор в судебном порядке, но в любом случае это свидетельствует о неспособности компании рассчитываться по своим обязательствам.

Что бы не допустить банкротства компании, необходимо поддерживать необходимый уровень ликвидности.

Ликвидность предприятия – это возможность предприятия погасить краткосрочные обязательства за счет быстрой реализации текущих активов.

Анализ показателей ликвидности начинается с расчета наиболее простых показателей таких как:

Коэффициент абсолютной ликвидности или же коэффициент срочности

Рассчитывается данный коэффициент следующим образом, отношение быстрореализуемых активов (денежные средства, быстрореализуемые ценные бумаги) к краткосрочным обязательствам (краткосрочная кредиторская задолженность). Расчет данного коэффициента позволяет определить, какая часть обязательств может быть погашена за счет наиболее ликвидных активов. Нормативные значения данного показателя варьируется от 1,2 до 2,5 в зависимости от отраслевых особенностей.

Уточненный (промежуточный) коэффициент ликвидности

Данный коэффициент, это отношение быстро реализуемых активов плюс дебиторская задолженность к краткосрочным обязательствам. Данный показатель показывает, какое количество обязательств может быть погашено за счет наиболее ликвидных активов и поступлений от дебиторской задолженности. Нормативное значение данного коэффициента от 0,7 до 1. Но при расчете данного коэффициента стоит учитывать, что брать нужно не всю дебиторскую задолженность, а только ту которая точно будет получена в ближайшее время, иначе есть вероятность, что в расчет попадет невозвратная дебиторская задолженность и долгосрочная (которая также может оказаться невозвратной)

Коэффициент текущей ликвидности

Коэффициент текущей ликвидности или коэффициент покрытия, позволяет рассчитать соотношение оборотных активов к оборотным обязательствам. Данный коэффициент характеризует обеспеченность организации оборотными средствами. Для получения более достоверных значений, необходимо убрать из расчета налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, а также величину расходов будущих периодов, также необходимо уменьшить обязательства на сумму доходов будущих периодов. Нормативное значение данного показателя от 1,5 до 2.

Также часто рассчитывается такой показатель, как обеспеченность организации собственными оборотными средствами. Есть два способа расчета:

Первый способ. Это собственных средств минус Внеоборотные активы (итог III раздела пассива баланса) (итог I раздела актива баланса) делить на оборотные активы (итог II раздела актива баланса).

Второй способ. Оборотные активы — Краткосрочные обязательства (итог V раздела пассива баланса) (итог II раздела актива баланса) делить на оборотные активы (итог II раздела актива баланса).

Нормативные значение данного коэффициента в зарубежной практике нет, но для России, согласно Постановление Правительства РФ от 20.05.1994 г. N 498 "О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий", значение должно быть не менее 0,1.

В случае, если коэффициент текущей ликвидности имеет значение ниже минимального нормативного, а коэффициент обеспеченности собственными средствами ниже значения 0,1, то компания считается неплатежеспособной.

Если же выполняется одно из двух условий, то считается, что компания может восстановить нормальный уровень платежеспособности.

Как было показано выше, для поддержания платежеспособности необходимо иметь достаточное количество ликвидных активов.

Существует некая градация ликвидности активов и пассивов, классификация, представленная в таблице 1

Таблица 1, классификация активов и пассивов баланса по степени ликвидности

Активы		Пассивы	
Показатель	Составляющие (строки формы №1)	Показатель	Составляющие (строки формы №1 — бухгалтерский баланс)
A1 — наиболее ликвидные активы	Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (стр.260 + стр.250)	П1 — наиболее срочные обязательства	Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы (стр.620 + стр.670)
A2 — быстрореал	Дебиторская задолженность и прочие	П2 — краткосрочные пассивы	Заемные средства и другие статьи разд.6 "Краткосрочные"

изуемые активы	активы (стр.240 + стр.270)		пассивы" (стр.610 + стр.630 + стр.640 + стр.650 + стр.660)
А3 — медленнореализуемые активы	Статьи разд.2 "Оборотные активы" (стр.210 + стр.220) и долгосрочные финансовые вложения (стр.140)	П3 — долгосрочные пассивы	Долгосрочные кредиты и заемные средства (стр.510 + стр.520)
А4 — труднореализуемые активы	Внеоборотные активы (стр.110 + стр.120 — стр.140 + стр.130)	П4 — постоянные пассивы	Статьи разд.4 "Капитал и резервы" (стр.490)

Общепринятый факт, чтобы баланс считался абсолютно ликвидным необходимо выполнение всех четырех неравенств:

$$A_1 \geq П_1$$

$$A_2 \geq П_2$$

$$A_3 \geq П_3$$

$$A_4 \leq П_4 \text{ (носит регулярный характер);}$$

После того как мы распределили активы и пассивы по степени ликвидности, можно преступить к расчету коэффициентов ликвидности, описанные нами выше. Данный подход можно применить к любой компании, поскольку коэффициенты, представленные в данной работе, являются достаточно общими и подходят всем.

Подводя итог, можно сказать, что платежеспособность компании, напрямую зависит от соотношения ликвидных активов и текущим обязательствам и чем это соотношение оптимальнее, тем лучше финансовое положение компании.

Литература

1. Лукаш, Ю. А. Анализ финансовой устойчивости коммерческой организации и пути ее повышения [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Ю. А. Лукаш. - Москва: Флинта, 2017. - 282 с. - ISBN 978-5-9765-1368-

6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/455304>

2. Трансформация антикризисного управления в современных экономических условиях: Монография/Алферов В.Н., Березин К.А., Кован С.Е. и др. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 157 с. (Научная мысль) ISBN 978-5-16-0099088. – Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/53821>

3. Кеменов, А. В. Управление денежными потоками компании/Кеменов А.В., 2-е изд., стереотипное - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 142 с. ISBN 978-5-16-104310-3 (online). - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/544299>

4. Кован, С. Е. Предупреждение банкротства организаций: монография / С.Е. Кован. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 219 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-003729-5. — Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078334>

5. Куприянова, Л. М. Финансовый анализ: учебное пособие / Л. М. Куприянова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 157 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-016300-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1094559>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

П.И. Ермолаев, Б.И. Штейнгольц
Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»,
г.Новосибирск

В статье представлено описание основных теоретических аспектов платежеспособности фирмы, в статье представлены ключевые понятия платежеспособности, ликвидности.

The article presents the description of the main theoretical aspects of solvency of the firm, the key concepts of solvency and liquidity.

В действующей экономической ситуации все компании стремятся сохранить устойчивое финансовое положение. Одним из наиболее значимых показателей, финансовой устойчивости является, платежеспособность. Для каждого экономического субъекта

современной экономики первоочередной задачей является поддержание устойчивого уровня платежеспособности.

Устойчивый уровень платежеспособности – это, способность компании расплачиваться по своим обязательствам, как перед внутренними, так и перед внешними контрагентами.

Поддержание стабильного уровня платежеспособности, это трудоемкая работа, требующая сбора аналитических данных с последующим анализом, и принятием решений, исходя их полученных данных, это особенно актуально в нынешней ситуации, для любого экономического субъекта. Каждая компания стремится к идеальному соотношению активов и обязательств, ликвидных и менее ликвидных активов.

Стабильный уровень платежеспособности зависит от ряда факторов, к ним относятся:

- достаточный размер ликвидных активов, таких как денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, краткосрочная дебиторская задолженность, для своевременного покрытия срочных обязательств и менее срочных обязательств;

- необходимый объем производственных запасов, необходимых для стабильного функционирования компании. Предприятие не должно хранить запасы, которые будут храниться долгое время, прежде чем их смогут реализовать. Для поддержания приемлемого уровня платежеспособности экономический субъект должен непрерывно реализовывать, перерабатывать и пополнять свои запасы готовой продукции, сырья и материалов. Нужно максимально снизить вероятность порчи, выветривания, ссыхания, кражи запасов, для этого необходимо непрерывное движение запасов компании.

- выполнение плана по производству и реализации продукции позволяет получить достаточный объем валовой выручки, которая является основным источником погашения обязательств предприятия.

- оптимальное соотношение дебиторской и кредиторской задолженности. Все чаще предприятия стремятся к идеальному соотношению дебиторской и кредиторской задолженности. Но в реальных условиях это практически невозможно, но возможно улучшить возвратность дебиторской задолженности с помощью предварительного анализа потенциального контрагента, его экономических показателей, а также поверхностных сбор репутационных данных. Это поможет выбирать более надежных контрагентов, что в свою очередь улучшит оборачиваемость дебиторской задолженности, а поддержанием оборачиваемости дебиторской задолженности позволит выстроить план-график по погашению обязательств.

На данный момент существует два понятия платежеспособности, это текущая платежеспособность и перспективная. Текущей платежеспособностью называют, ту платежеспособность которая есть у компании на данный момент времени. А под перспективной платежеспособностью подразумевается, ожидаемую платежеспособность в обозримом будущем.

Перспективная платежеспособность, это прогнозный показатель, рассчитываемый исходя из прогноза обязательств и платежных средств в прогнозируемом периоде, который зависит от прогнозируемых объемов и степени ликвидности активов, а также от срока расчетов по обязательствам. Компания может выстроить прогноз исходя из опыта прошлых лет, большое количество компаний имеет сезонную направленность бизнеса, есть сезоны, когда компания работает на полную мощность, происходит множество операций по добычи, переработки, обработке, реализации, предоставлению и т.д. И исходя из таких данных компании могут спрогнозировать поступления денежных средств и количество обязательств на данный период. Но также есть множество компаний, которые не имеют зависимости от сезона, для таких компаний анализ платежеспособности особенно актуален, поскольку прогнозирование имеет более простой характер. Для таких компаний наиболее актуально оптимизация, процессов реализации, минимизация затрат и четкое управление по взиманию задолженностей у контрагентов и погашение текущих обязательств по четкому графику.

Как было сказано выше, платежеспособность на прямую зависит от степени ликвидности активов. Таким образом, основным условием для поддержания устойчивого уровня платежеспособности будет являться, наличие у компании необходимого количества ликвидных активов, сумма которых будет достаточно для покрытия срочных обязательств.

Литература:

1. Лукаш, Ю. А. Анализ финансовой устойчивости коммерческой организации и пути ее повышения [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Ю. А. Лукаш. - Москва: Флинта, 2017. - 282 с. - ISBN 978-5-9765-1368-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/455304> (Дата обращения: 10.09.2020)
2. Кеменов, А. В. Управление денежными потоками компании/Кеменов А.В., 2-е изд., стереотипное - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 142 с. ISBN 978-5-16-104310-3 (online). - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/544299> (Дата обращения: 10.09.2020)

3. Кован, С. Е. Предупреждение банкротства организаций: монография / С.Е. Кован. — Москва: ИНФРА-М, 2020. - 219 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-003729-5. – Текст: электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1078334> (Дата обращения: 10.09.2020)

4. Куприянова, Л. М. Финансовый анализ: учебное пособие / Л. М. Куприянова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 157 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-016300-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1094559> (Дата обращения: 10.09.2020)

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ НОВОГО ТОВАРА: ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕТОДЫ И ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ

Д.К. Ефремов

**Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИНХ»,
г.Новосибирск, danilfremov2@gmail.com**

*Новый товар, восприятие, рынок, маркетинговые исследования, компании
New product, perception, market, marketing research, companies*

Исследование целевой аудитории и маркетинговые исследования являются важным аспектом деятельности для каждой организации. Компании важно понимать, кто именно является потребителем ее продукции. Особое значение данный аспект принимает для крупных компаний: производство, поставленное на поток, должно максимально удовлетворять потребности широкой аудитории. Подробное изучение социально-демографических, экономических, психологических и поведенческих характеристик аудитории позволяет сделать товар и соответствующее ему коммерческое предложение более актуальным для потребителей. Благодаря маркетинговым исследованиям и анализу целевой аудитории можно составить развернутый портрет потребителя, который покажет, чем живет типичный представитель целевой аудитории, какой у него доход, как часто он делает покупки, что именно покупает и т.д.

Проблема, поднимаемая в статье, заключается в поверхностном изучении целевой аудитории, которое ведет к созданию неактуальных для потребителей товаров и услуг, а также к формированию неэффективных коммерческих предложений.

Предмет исследования – это социально-демографические, экономические, психологические, поведенческие характеристики.

Достигнутый уровень процесса исследования: полное изучение развёрнутого портрета потребителя по восприятию нового товара, социально-демографических, экономических, психологических, поведенческих характеристик. Определены сильные и слабые стороны компаний в России, факторы, влияющие на результат продаж.

Новизна результатов исследования: многие компании ведут рекламную деятельность по упрощенному принципу: выбирают продукт, формулируют уникальное торговое предложение, отличающее продукт от того, что предлагают конкуренты, и запускают рекламу. При этом рекламное предложение не ориентировано на целевую аудиторию, в этом и заключается одна из причин неэффективной рекламы. Необходимы эффективные и современные методы изучения потребителя, что поможет компаниям лучше использовать имеющийся бюджет, проводить правильную рекламную стратегию.

Область применения результатов работы может принести пользу малому и среднему бизнесу, где не так много средств на продвижение, это могут быть коммерческие и некоммерческие организации, а также, крупный бизнес, улучшение его маркетинговой политики.

Литература:

1. Просветов, Г.И. Маркетинговые исследования: Задачи и решения: Учебно-практическое пособие / Г.И. Просветов. — М.: Альфа-Пресс, 2017. — 240 с.
2. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров / Д.В. Тюрин. — М.: Юрайт, 2017. — 342 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ

А.И. Ивченко, Т.А. Аверьянова

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления, г. Новосибирск, alinagorshkova95@gmail.com**

Инвестиционная политика предприятия может быть эффективной и целесообразной только, если проведено технико-экономическое обоснование проекта, подтверждена его экономическая целесообразность и источники финансирования выбраны с учетом сравнительного анализа и риск-менеджмента.

В статье представлены отдельные позиции сравнительного анализа, проведенного при выборе источников финансирования инвестиционной энергетической компанией.

The investment policy of an enterprise can be effective and achievable only if a feasibility study of the project is carried out, its economic feasibility is confirmed and the sources of financing are selected taking into account comparative analysis and risk management.

The article presents certain positions of the comparative analysis carried out when choosing sources of financing for an investment energy company.

Обоснование выбора источников финансирования при проведении инвестиционной политики компании является важной задачей современного управления.

Эффективное управление денежными средствами представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием денежных средств и организацией их оборота, направленных на обеспечение финансового равновесия компании и устойчивого ее роста[2].

Для того чтобы улучшить финансовое состояние компании целесообразно разработать эффективную инвестиционную стратегию. Также необходимо формирование четких стандартов подготовки, разработки и принятия управленческих решений в области инвестиций и формирования целей дальнейшей деятельности компании.

Инвестиционная стратегия способствует реализации целей компании, ее перспективам развития в условиях постоянно протекающих изменений. В исследовании учитывалось влияние системы республиканского регулирования (Республика Казахстан) инвестиционными процессами и изменение рыночных процессов, структуры инвестиционного рынка.

Рассматривалась управленческая позиция, отражающая то, что инвестиционная стратегия призвана определять приоритеты направлений развития и форм деятельности предприятия, характер и источники формирования материальных и денежных ресурсов, и последовательность этапов реализации долгосрочных показателей, обеспечивающих всестороннее качественное развитие компании [1].

Актуальность создания и внедрения инвестиционной стратегии в компании обуславливается рядом условий. Одним из таких условий является быстрая изменчивость факторов внешней инвестиционной среды, а именно:

-высокая частота изменений основных макроэкономических показателей, имеющих отношение к инвестиционной деятельности компании;

-изменение темпов научно-технологического прогресса и циклов;

-частые изменения конъюнктуры отечественного и зарубежного инвестиционного рынков;

- непостоянство государственной инвестиционной политики и форм регулирования инвестиционной деятельности на региональном уровне [2].

Эффективная инвестиционная стратегия должна иметь адаптационный характер поведения, меняться с учетом радикальных изменений внешней среды и возможностей развития самой компании.

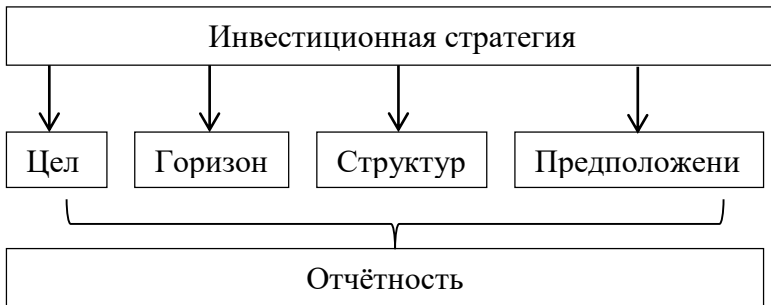


Рис. 1 Содержание инвестиционной стратегии компании

Содержание инвестиционной стратегии представлено на рис. 1.

При разработке инвестиционной политики компании целесообразно провести сравнительный анализ источников финансирования для реализации инвестиционной стратегии.

При этом следует отметить, что при управлении компанией применяются подходы проектного менеджмента.

Выбор источников финансирования следует начинать с рассмотрения следующих вопросов:

- 1) Какой объем финансирование требуется для выполнения какого - либо проекта.
- 2) Каковы размеры юридического лица, получающего средства.
- 3) Какую часть контроля при ведении проекта выполняет компания.
- 4) Какова степень риска проекта [3].

Также при проведении сравнительного анализа источников финансирования важно учитывать уровень и значимость предполагаемых участников инвестирования (см. табл. 1).

**Таблица 1 – Предложения источников финансирования
(республика Казахстан)**

Источники финансирования	Количественные характеристики (объем займа)
Отечественные банки	\$0,001-30 млн
Иностранные банки:	\$0,5-100 млн,
Стратегические инвесторы	100млн. - \$200 млн.
Публичная эмиссия акций	\$10млн. -\$300 млн.
Публичная эмиссия облигаций.	\$10млн. -\$300 млн.
Публичная эмиссия конвертируемых облигаций	\$5млн.-\$10млн.
Частное размещение облигаций	\$30300 млн.
Лизинг	\$0.01-20 млн.

Второй аспект, по которому проводится сравнительный анализ -это срок, на который предлагается заем, т.к. они разные в кредитных и др. организациях. Учитывается то, что срок подготовки и срок предоставления финансового источника существенно влияют на принятия решения о заимствовании (см. табл. 2).

**Таблица 2 – Предложения источников финансирования
(республика Казахстан)**

Источники финансирования	Количественные характеристики (срок займа)
Отечественные банки	1 год и более
Иностранные банки:	От 1 месяца и более
Стратегические инвесторы	От 1 года до 5 лет
Публичная эмиссия акций	От 1 месяца и более
Публичная эмиссия облигаций.	От 1 месяца и более
Публичная эмиссия конвертируемых облигаций	До 10 лет
Частное размещение облигаций	От 1 месяца и более
Лизинг	По отдельному договору

Третий аспект – это то, что различные источники финансирования требуют различные виды обеспечения под различные проекты, так:

- стратегические инвесторы или отечественные банки требуют осуществления контроля над оперативными и другими решениями;

- иностранные банки имеют строгие условия предоставления кредитов и высокий уровень требований к финансовому состоянию и деловой активности компании;

- российские банки заинтересованы в осуществлении контроля над исполнением проекта и требуют обеспечения кредита;

- организации, предоставляющие публичные эмиссии акций, облигаций стремятся диверсифицировать состав акционеров, противодействуя получению крупного пакета акций одним акционером.

В четвертых, при проведении сравнительного анализа учитывается то, под какой тип проекта выбирается источник финансирования.

Например, если это проект, направленный на модернизацию основных фондов компании, то целесообразно рассмотреть такие формы привлечения источников финансирования, как лизинг или франчайзинг и т.п.

В заключении отметим, что инвестиционная политика предприятия может быть эффективной и целедостижимой только, если проведено технико-экономическое обоснование проекта, подтверждена его экономическая целесообразность и источники финансирования выбраны с учетом сравнительного анализа и риск-менеджмента.

Литература:

1. Мамырова К. Приоритеты инвестиционной политики в Казахстане // Казахстан-Спектр. - 2015. - №3. - С.52-57.
2. Парамонова Г. Растет объем инвестиций //Казахстанская Правда. - 2014. - № 77. - С.2-3.
3. Серегин А.М Эффективность малого бизнеса. - М.: Экономика, 2012.- 200 с.

АНАЛИЗ РЫНКА АВТОМАТИЗАЦИИ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

И.А. Конов, С.В. Петухова
**Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ», г. Новосибирск**

В статье рассмотрены основные тренды развития рынка автоматизации теплоэнергетического комплекса России. Установлено, что конкурентоспособность российских предприятий находится на низком уровне, в то время как принимаемые меры по реализации политики импортозамещения являются недостаточно эффективными для поддержки отечественных участников рынка.

Основными игроками рынка автоматизации теплоэнергетического комплекса России выступают такие компании, как:

- Siemens AG;
- ABB Russia;
- Emerson Electric;
- Schneider Electric;
- ГК «ТЕКОН»;
- ООО «Модульные Системы Торнадо».

Указанные компании являются производителями АСУ ТП для крупных объектов теплоэнергетического комплекса и/или ключевых компонентов для создания АСУ ТП. Наибольшую долю на данном рынке занимают зарубежные компании, в совокупности контролирующие более 90% рынка. Доля предприятий малого бизнеса на рынке промышленной автоматизации и, в частности, на рынке автоматизации теплоэнергетического комплекса снижается с каждым. В 2018 г. доля таких организаций на рынке промышленной автоматизации составляла 5,6 % в денежном выражении, в 2019 г. – 2,5 %.

Основными потребителями на рассматриваемом рынке являются объекты генерации электроэнергии. По состоянию на 2018 г. степень износа 29,4% объектов генерации электрической энергии оценивалась как «неудовлетворительная», т.е. степень износа оборудования находилась в диапазоне 50-75%. Степень износа 31,7% объектов генерации электрической энергии оценивалась как «удовлетворительная», т.е. степень износа оборудования находилась в диапазоне 30-50%. На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что более чем на половине объектов генерации электрической энергии России повышена вероятность возникновения внештатных ситуаций, что может привести к прекращению подачи электроэнергии в населенные пункты и производственные предприятия, что, в свою очередь, чревато остановкой деятельности на данных предприятиях. Около 40 % объектов электроэнергетики не автоматизированны и не соответствуют критериям 5-го технологического уклада, что обуславливает более высокое потребление ресурсов данными объектами. В то же время стоит отметить, что в вопросе автоматизации положение дел в отрасли электроэнергетики обстоит лучше, чем в других отраслях экономики.

Основными проблемами препятствующими появлению и развитию российских организаций в сфере промышленной автоматизации являются:

- Низкая степень развития российских производителей электроники: процессоров, печатных плат, микросхем и т.д. Выпускаемые в России

электронные компоненты в большинстве обладают сравнительно худшими характеристиками и качеством, что ставит российских производителей АСУ ТП в сильную зависимость от зарубежных поставщиков электроники.

- Низкая степень развития российских разработчиков программного обеспечения: BIOS, SCADA, пакеты прикладных офисных программ и т.д., что обуславливает существенную зависимость от зарубежных поставщиков электроники.

- отсутствие в России самостоятельной практики стандартизации в области разработки и создания АСУ ТП. Все имеющиеся стандарты основываются на зарубежных аналогах, регламентация отдельных элементов осуществляется по устаревшим стандартам. Это ведет к снижению конкурентоспособности российских предприятий, т.к. зарубежные предприятия раньше начинают работать по стандартам, которые только будут введены в действие на территории России.

Состояние российских производителей электроники и разработчиков ПО отягощается действием санкций вследствие того, что их действие неминуемо ведет к росту стоимости закупок комплектующих и приобретения ПО.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что российские предприятия, функционирующие на рынке автоматизации теплоэнергетического комплекса России, крайне зависимы от зарубежных поставщиков. Наибольшая доля рынка автоматизации занята крупными зарубежными компаниями, что является недопустимым для безопасности российского теплоэнергетического комплекса.

Литература:

1. База фирм АСУ ТП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://isup.ru/firms/>.

2. Информационно-консалтинговая группа «Электрические сети в Системе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://electricalnet.ru/>.

3. Импортозамещение 2.0 в эпоху Индустрии 4.0. Российскому рынку АСУ ТП пора становиться более «российским» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.cnews.ru/articles/2020-04-08_importozameshchenie_20_v_epohu_industrii](https://www.cnews.ru/articles/2020-04-08_importozameshchenie_20_v_epohu_industrii;);

4. Министерство энергетики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/>.

5. Национальный проект в топливно–энергетическом комплексе (ТЭК) РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tornado.nsk.ru/catalog/nppa/>.

6. Стратегия АЦЭ в цифровизации отрасли электроэнергетики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.digital-energy.ru/wp-content/uploads/2020/04/strategiya-tsifrovoy-transformatsii-elektroenergetiki.pdf>.

ДИНАМИКА ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПАО «МАГНИТ» ЗА 2012 – 2019 ГГ.

А.А. Крамская, О.В. Воронкова
Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, ogorodnikova.2017@stud.nstu.ru

В данной статье рассматривается динамика основных показателей компании ПАО «Магнит» в период с 2012 по 2019 год, в т.ч. количество магазинов, ассортимент, количество сотрудников, средняя заработная плата, величина торговой площади и тд. Данные показатели влияют на величину товарооборота компании, а, следовательно, на перспективы её развития.

This article examines the dynamics of the main indicators of PUBLIC JOINT STOCK COMPANY "Magnit in the period from 2012 to 2019, including the number of stores, assortment, number of employees, average salary, size of the retail space. These indicators affect the value of the company's turnover, and therefore the prospects for its development.

Компания ПАО «Магнит» была основана в 1994 г. С. Галицким в г. Краснодар, но как небольшая региональная компания и предполагала оптовую торговлю товарами бытовой химии. Спустя 4 года появился формат универсальных магазинов и продажи под собственной торговой маркой. Сегодня компания обладает стратегическим преимуществом перед конкурентами и является уникальной, т.к. она управляет несколькими предприятиями по выращиванию овощей, имеет собственную бакалею, фасовочное производство, а так же тепличные и грибные комплексы, которые являются одними из крупнейших в России. Логистическая инфраструктура компании включает в себя 38 распределительных центров и около 5200 автомобилей. В октябре 2020 г. в г. Новосибирск был открыт крупнейший в Сибири распределительный центр компании, использующий самые последние достижения в этой сфере, что позволит сократить логистические издержки для компании и снизить цену, а значит покупатель сможет получать свежайшие продукты. Кроме того, это позволит местным производителям расширить

географию своего присутствия, а так же обеспечить работой более 300 жителей города [1].

Компания представлена в более чем 3 700 населенных пунктах, каждый день магазины посещают около 12 миллионов человек, а программу лояльности используют более 34 миллионов. «Магнит» работает в мультиформатной модели, которая включает в себя магазины у дома, супермаркеты, аптеки и магазины дрoгери. На сегодняшний день компания имеет 20 894 торговых точек в 65 регионах и возглавляет рейтинг крупнейших работодателей России, общая численность сотрудников превысила 300 тысяч.

Рассмотрим долю торговых сетей РФ по количеству магазинов на 2019 г.

Таблица 1 – Доля торговых сетей РФ по количеству магазинов в 2019 г.

Показатели	ПАО "Магнит"	X5 Retail Group	Красное и Белое	Лента	Дикси
Количество магазинов (%)	38,78 %	30,54 %	25,30 %	0,70 %	4,68 %
Итого:	100 %				

Анализируя количество магазинов крупных торговых сетей РФ на 2019 г., можно сделать вывод о том, что более половины доли рынка, а именно 69,32 %, делят между собой сети ПАО «Магнит» и X5 Retail Group, но лидером несомненно является ПАО «Магнит». Наименьшим количеством магазинов обладает торговая сеть «Лента» и составляет 380 торговых точек.

Рассмотрим динамику основных показателей ПАО «Магнит» за 2012 – 2019 гг. Чистую выручку и среднюю заработную мы пересчитали с учётом использования темпа инфляции и индекса потребительских цен [4; 3].

Таблица 2 – Ключевые показатели эффективности ПАО «Магнит» за 2012 – 2019 гг.

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Чистая выручка, млрд.руб	59,2	77,8	62,0	68,4	167,9	326,7	233,3	342,2
Кол-во магазинов, шт	6884	8093	9711	12089	14059	16350	18339	20725

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кол-во покупателей, млн.чел	2033	2465	2944	3377	3817	4040	3690	4628
Торговая площадь, тыс.кв.м	2549	3012	3591	4414	5068	5755	6425	7238
Кол-во сотрудников, чел	181429	217258	207853	232159	271369	276290	297746	308432
Населённые пункты	1605	1868	2108	2361	2494	2709	2976	3742
Средняя ЗП, руб	257,2	257,6	279,7	294,1	327,6	335,5	350,3	373,0
Кол-во наим. товаров под собств.торг.маркой, шт	613	681	605	596	611	594	617	624

Данные таблицы 1 и расчёт темпов прироста показывают, что деятельность предприятия за последние 8 лет заметно улучшилась.

На основании данных табл.1 были рассчитаны темпы прироста показателей ПАО «Магнит» за 2012 – 2019 гг.

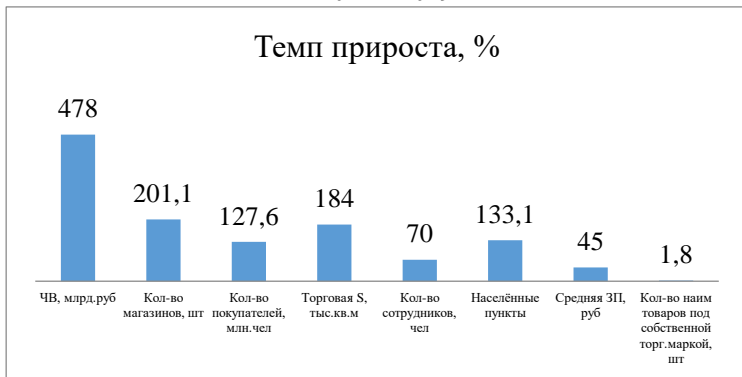


Рис. 1 – Темп прироста основных показателей ПАО «Магнит» за 2012 – 2019 гг.

Проведенный анализ позволил сделать следующий вывод:

- Чистая выручка увеличилась в 4 раза, что свидетельствует об увеличении объемов реализации продукции.
- Количество магазинов увеличилось в 3 раза, а количество покупателей в 2 раза, что свидетельствует о росте компании.

- Открытие новых магазинов привело к увеличению общей торговой площади почти в 3 раза, что вызвало достаточно большой рост количества сотрудников компании. На сегодняшний день количество сотрудников превысило 320 тыс.чел.
- Кроме того, расширился регион пребывания компании
- Несмотря на сложности происходящие в российской экономике, ПАО «Магнит» в отличие от многих конкурентов, в реальном исчислении увеличил среднюю заработную плату своих сотрудников.
- Так же увеличился ассортимент собственной продукции это говорит о том, что компания продолжает вводить собственные торговые марки и работать над наращиванием собственного производства.

Итак, за последние 8 лет основные показатели ПАО «Магнит» увеличились. Наибольший ряд изменений происходит с 2018 г., т.к именно в этом году был пересмотрен подход к корпоративному управлению, проведена значительная работа по подбору торгового ассортимента и создана программа карт лояльности [3] .

Литература:

1. Сеть магазинов «Магнит» / Официальный сайт. – Режим доступа: <https://magnit-info.ru/about/>
2. Финансы организаций: учебник / А.М. Фридман. - М.: РИОР : ИНФРА-М, 2017. - 202 с. – (Среднее профессиональное образование). – <https://doi.org/10.12737/22225> – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=556548> – Загл. с экрана.
3. Парфентьева, И., Дубравицкая, О. Притягательный «Магнит»: Зачем сети понадобился топ-менеджер «Ленты» [Электронный ресурс]: Бизнес (газета). – 2019. Официальный сайт РБК. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/17/01/2019/5c3de6f79a79471a8b8c127c>
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>

СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

А.Е. Лебедева, Н.С. Ермашкевич
Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, alena_lebedeva_98@inbox.ru

Данная статья посвящена анализу современного подхода к оценке деятельности предприятия в условиях развития экономики, а именно исследованию роли системы сбалансированных показателей в стратегическом планировании на предприятии.

This article is devoted to the analysis of the modern approach to assessing the company's performance in the context of economic development, namely, the study of the role of the balanced scorecard in strategic planning at the enterprise.

На современном этапе развития экономики предприятия сталкиваются с неэффективностью методов повышения и контроля эффективности своей деятельности. Существующие подходы к оценке деятельности предприятия опираются в первую очередь на финансовые показатели и не позволяют установить причинно-следственную связь между конечным финансовым результатом и явлениями, которые на него влияют. Современная система оценки деятельности предприятия нацелена на структурирование и понимание процессов, происходящих на предприятии, что позволяет оценить важность нефинансовых показателей в работе предприятия.

Любой процесс управления на предприятии сопровождается общими функциями управления: планирование, организация, координация, контроль, мотивация. Важность планирования на предприятии как основы его деятельности заключается в успешной реализации поставленных целей и эффективном использовании всех ресурсов на предприятии.

Существуют различные подходы к классификации планирования в зависимости от широты охвата, функций, временного периода, обязательности выполнения и т.д.

Так, основой стратегического планирования является комплекс действий и решений, предпринимаемых организацией ради достижения цели, именуемый в совокупности разработкой стратегии. Стратегия в данном случае рассматривается как основное связующее звено между тем, что организация хочет достичь: ее целями и линией поведения, выбранной для достижения этих целей [2].

Одним из наиболее эффективных инструментов, позволяющих отслеживать достижение целей в рамках реализации выбранной стратегии, является всемирно признанная система сбалансированных показателей (ССП), разработанная в конце двадцатого века в США Робертом Капланом и Дэвидом Нортоном. В первую очередь ее необходимо рассматривать как инструмент стратегического управления результативностью компании и частично стандартизированную систему отчетности [3]. Данная система сочетает в себе анализ финансовых и нефинансовых показателей предприятия, что позволяет видеть не только конечный финансовый результат компании в стоимостном выражении, но и выявить причины и пути снижения или повышения тех или иных финансово-экономических показателей.

Для определения механизма функционирования СПП рассмотрим структуру СПП и процесс её создания.

В соответствии с классическим подходом СПП состоит из шести основных элементов:

- 1 Перспективы – элементы для разбиения стратегии на более мелкие задачи;
- 2 Стратегические цели, которые определяют направление реализации стратегии;
- 3 Показатели – метрики, отражающие процесс достижения стратегической цели;
- 4 Целевые значения – уровни, которых нужно достичь;
- 5 Причинно-следственные связи между всеми целями;
- 6 Стратегические инициативы – проекты по достижению целей [3].

В то время как процесс создания СПП включает три основных этапа:

- 1 Комплексный анализ предприятия, роль которого состоит в анализе его внешней и внутренней среды, выявлении ее слабых и сильных сторон, оценке рисков и перспектив развития;
- 2 Определение миссии и стратегической цели, где формируется основное видение и ценности предприятия, которые служат базой для создания стратегической карты;
- 3 Разработка стратегической карты [3].

Таким образом, рассмотренные элементы и этапы позволяют охарактеризовать СПП как уникальную многосоставную систему.

Одной из особенностей данной системы является классификация перспектив на четыре основных блока, в результате чего происходит распределение утвержденных целей и показателей по группам, что позволяет увидеть сбалансированность и равнозначность всех результатов деятельности на предприятии. Их характеристика выглядит следующим образом:

- 1 Финансы – результат, который ожидают акционеры или учредители;
- 2 Клиенты – образ, предстающий перед потребителями;
- 3 Внутренние процессы – перспективы улучшения бизнес-процессов на предприятии;
- 4 Обучение и рост – способы дальнейшего развития и повышения стоимости компании.

Важность финансовой части здесь заключается в том, что на каждом уровне управления предприятием происходит декомпозиция поставленных задач по структурным подразделениям, что позволяет отслеживать достижение поставленных измеримых задач.

В таблице 1 представлен пример стратегической карты предприятия, которая может быть утверждена предприятием. Особое место в стратегической карте предприятия занимают так называемые ключевые показатели эффективности (КПЭ), которые и являются измерителями степени результативности внедрения изменений. Их особенность также состоит в том, что ни один показатель системы не имеет превосходства над другим и все запланированные ключевые показатели уравнивают друг друга.

Таблица 1 – Стратегическая карта предприятия

Перспектива	Стратегические цели	Показатели (КПЭ)
Финансы	Повышение доходов за счет увеличения объема продаж, оптимизация структуры и величины расходов	Объем продаж, величина затрат, величина активов
Клиенты	Увеличение доли рынка, повышение лояльности потребителей	Изменение доли рынка, количество новых клиентов
Бизнес-процессы	Повышение качества производственного процесса и эффективности управления персоналом	Остаток на складе по каждой позиции, количество рекламаций
Обучение и рост	Повышение лояльности сотрудников к целям предприятия, улучшение системы мотивации, организация системы корпоративного обучения	Коэффициент текучести персонала, количество жалоб от работников, уровень квалификации персонала

После окончательного утверждения происходит внедрение стратегической карты предприятия, которое разбивается на три этапа, что позволяет более четко структурировать и контролировать данный процесс. Характеристика этапов выглядит следующим образом:

1 Интеграция – внедрение в систему отчетности и согласование с системой руководства предприятием;

2 Каскадирование по иерархии – конкретизация и адаптацию стратегических целей, задач и инициатив в подразделениях и отделах;

3 Контроль и оценка результатов – сравнение плановых и фактических значений показателей, а также выяснение причин отклонений [3].

Таким образом, сбалансированная система показателей позволяет перевести общее видение предприятия в цели и задачи с помощью набора показателей и являет собой параметры достижения желаемых результатов в рамках выполнения общей функции менеджмента – планирования.

При этом любое предприятие в независимости от масштаба и специфики деятельности вправе модифицировать систему путем внедрения своих показателей, что делает ССП более гибкой и позволяет вносить корректировки и управлять проектами, направленными на повышение эффективности деятельности конкретного предприятия (модернизация, техническое перевооружение и т.д.).

Литература:

1. Арнольд М.Г., Мельникова А.И. Информационные технологии в стратегическом планировании // Nauka-rastudent.ru. – 2016. – No. 12 (036) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://naukarastudent.ru/36/3869>

2. Маврина И.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие / УрФУ – Екатеринбург, 2018. – 132 с.

3. Система сбалансированных показателей: как перейти от стратегии к действию [Электронный ресурс] URL: <https://www.uplab.ru/blog/balanced-scorecard/>

ПРИБЫЛЬ АВИАТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ

С.А. Загоруйко, А.В. Леонова, Е.А. Петрова
Горно-Алтайский государственный университет,
г.Горно-Алтайск, zagorujko.1998@mail.ru,
anna_leonova_1998@mail.ru

В статье проведен анализ прибыли авиатранспортного предприятия, выявлены основные проблемы, влияющие на формирование прибыли. Предложены механизмы управления прибылью АО «Аэропорт Горно-Алтайска», которые будут способствовать увеличению прибыли изучаемого транспортного предприятия.

The article analyzes the profit of an air transportation company, identifies the main problems affecting profit generation. The mechanisms of profit management of JSC «Gorno-Altaysk Airport» are proposed, which will help increase the profits of the studied transport company.

Прибыль – важнейшая экономическая категория, получившая новое содержание в условиях современного экономического развития страны, формирования реальной самостоятельности субъектов хозяйствования. Являясь главной движущей силой рыночной экономики, она обеспечивает интересы государства, собственников и персонала предприятия [1]. Поэтому одной из актуальных задач современного этапа развития страны является овладение руководителями и финансовыми менеджерами современных методов эффективного управления формированием, распределением и использованием прибыли предприятия. Существенно растет и ответственность за своевременность и качество принимаемых решений. Повышается роль маркетинговых исследований, позволяющих изучать динамику потребностей на рынке товаров и услуг.

Открытое акционерное общество «Аэропорт Горно-Алтайск» зарегистрировано по адресу: Республика Алтай, Майминский район, с. Майма, Аэропорт, 649001.

Генеральным директором открытого акционерного общества «Аэропорт Горно-Алтайск» является Круглов Сергей Федорович.

Основным видом деятельности компании является предоставление услуг деловой авиации ООО «Транзит АЭРО» в Аэропорту Горно-Алтайска. ООО «Транзит АЭРО» обслуживает все чартерные рейсы авиакомпаний, которые не имеют своих представительств в аэропорту Горно-Алтайска [2].

Отчет о финансовых результатах позволяет провести оценку

эффективности деятельности предприятия [3; 4]. Он также необходим для анализа формирования прибыли, рентабельности и деловой активности. Рассмотрим показатели прибыли и их динамику (см. табл. 1).

Таблица 1 – Анализ динамики показателей прибыли за исследуемый период АО «Аэропорт Горно-Алтайск»

Наименование показателя	2017		2018		Изменения	
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	тыс. руб.	Темп роста, %
Выручка	151 232	100	204 132	100	52 900	34,98
Себестоимость продаж	129 797	85,83	181 083	88,71	51 286	39,51
Валовая прибыль (убыток)	21 435	14,17	23 049	11,29	1 614	7,53
Управленческие расходы	26 305	17,39	33 584	16,45	7 279	27,67
Прибыль (убыток) от продаж	-4870	-3,22	-10 535	-5,16	-5665	116,32
Прочие доходы	80 246	53,06	12 217	5,98	-68 029	-84,78
Прочие расходы	7474	4,94	19 444	9,53	11 970	160,16
Прибыль (убыток) до налогообложения	68 920	45,57	-16 979	8,32	-85 899	-124,64
Текущий налог на прибыль	8 839	5,84	2 485	1,22	-6 354	-71,89
Чистая прибыль	-18 572,0	-12,28	59 446,0	29,12	78 018,0	-420,08

Горизонтальный анализ прибыли АО «Аэропорт Горно-Алтайск», произведённый по результатам, указанным в таблице 1, показал, что произошёл ряд изменений в отчётном году по сравнению с предыдущим.

Одним из них является увеличение выручки на 34,98% (52 900 тыс. руб.) и себестоимости продаж на 39,51 % (51 286 тыс. руб.), главной причиной этого является изменение числа предлагаемых услуг. Но при общем увеличении выручки и себестоимости чистая прибыль резко упала, на 68,76% (40 874 тыс. руб.), что говорит о том, что на нее

оказывает большое влияние другие расходы организации.

На основе проведенного анализа прибыли ОАО «Аэропорт Горно-Алтайск» были выявлены проблемы, влияющие на рациональное формирование прибыли:

- моральное устаревание внеоборотных активов на 27,44%.
- увеличение себестоимости продаж на 39,51 % или 51 286тыс. руб. (в свою очередь без увеличения продаж ухудшает рентабельность бизнеса);
- снижение чистой прибыли на 68,76% или на 40 874 тыс. руб.

Для решения сформированных проблем предлагаются следующие мероприятия по совершенствованию управлением прибылью:

1. Для решения проблем морального устаревания внеоборотных активов и снижения чистой прибыли нужно принять ряд мер.

Следует провести реконструкцию аэровокзала размером 2 850 * 50 (3 га), на 2 000 человек. Вложения на реконструкцию здания с приобретением дополнительного трапа составят 3 млрд. рублей.

Приблизительно в день совершается 4 рейса со средней загруженностью 80 человек с одного рейса. С проведением реконструкции аэровокзала количество рейсов увеличится в 1,5 раза, - 6 рейсов. При изменении числа рейсов их рентабельность увеличится. Рентабельность рейсов представляет собой прибыль, которая получена от пассажирских и грузовых перевозок. Это в свою очередь важно при формировании тарифной политики, а также политик продаж авиаперевозок.

Таким образом, реконструкция аэровокзала способствует решению такой проблемы, как снижение чистой прибыли. В свою очередь, расширение аэровокзала повлечет увеличение количества рейсов, рост пассажиров и привлечение новых авиакомпаний. Собственник аэропорта планирует реконструкцию терминала, которая завершится к лету 2022 года.

Сейчас из аэропорта Горно-Алтайска выполняются рейсы в Москву, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Красноярск, Омск, Новосибирск, Белокуриху. Ежедневно летают самолеты в Усть-Коксу и Кош-Агач.

Изменение числа рейсов целесообразно будет провести за счет увеличения числа рейсов в Кош-Агач и Усть-Коксу, а также рассмотреть возможность открытия регулярных рейсов в отдаленное село Улаган. Еще можно рассмотреть возможности работы с другими авиакомпаниями («ЮВТ Аэро», «Сибирская легкая авиация», "Алроса", "Utair" и др.) или расширения маршрутных авиа путей (в Томск и Новокузнецк).

Собственники и дальше намерены развивать аэропорт. В расширение

существующего терминала они планируют вложить 300 млн рублей, с последующим созданием в аэропорту международного терминала.

2. Для решения проблемы увеличения себестоимости продаж необходимо определить оптимальное использование норм расхода горюче-смазочных материалов.

За хранение авиационного топлива 2018 г. организация получила доход в сумме 38 тыс. руб., за обеспечение заправки топливом 2015 тыс. руб.

Расходы за хранение составили 2160 тыс. руб., за обеспечение – 3680 тыс. рублей. Предлагается оптимизировать расходы по обеспечению топливом путём уменьшения закупки у поставщиков сырья на 82 % в целях эффективного использования.

Оптимальным решением является расторжение договора на оказание услуг компании

«S7» по хранению керосина в специальных емкостях. Авиакомпания недоиспользует топливо, в свою очередь, «Аэропорт Горно-Алтайск» несет убытки. Компании «S7» предоставляется 4 полных емкости по 1 тонне. Тариф за аренду одной емкости для керосина составляет 1 800 рублей.

При рациональном использовании прибыль изменится на 86 400 рублей (1 800 руб. * 4 емкости * 12 мес.).

Вышеизложенное мероприятие будет способствовать рациональному использованию специальных емкостей для керосина, а также позволит сократить себестоимость продаж и повысить прибыль на 86 400 рублей.

Все вышеперечисленные мероприятия актуальны для повышения прибыльности и рентабельности предприятия. Однако перспективы развития аэропорта в основном зависят от новых технологий и крупных инвестиций. Акционерное общество «Аэропорт Горно-Алтайск» находится также в прямой зависимости от развития Республики Алтай.

Литература:

1. Абрютин М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. – М.: Дело и сервис, 2016. – 272 с.

2. Артеменко В.Г. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие для студентов. – М.: Омега-Л, 2016. – 270 с.

3. Банк В.Р. Финансовый анализ / В.Р. Банк, А.В. Тараскина. – М.: Проспект, 2017. – 344 с.

4. Бухгалтерская отчетность «Аэропорт Горно-Алтайск» // Официальный сайт АО «Аэропорт Горно-Алтайск». – URL: <http://ga-airport.ru/ob-aeroporte/raskrytie-informatsii>

5. Ендовицкий Д.А. Новый взгляд на содержание финансового менеджмента // Бухгалтерский учет. – 2017. – № 10. – С. 121-122.
6. Жилкина А. Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: Учебник. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017 – 332 с.
7. Казакова Н.А. Анализ финансовой отчетности. Консолидированный бизнес: учебник для среднего профессионального образования. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 233 с
8. Кольшшин А.В. Экономика предприятия: учебник и практикум для вузов / А.В. Кольшшин [и др.]; под редакцией А. В. Кольшкина, С. А. Смирнова. – М.: Юрайт, 2020. – 498 с.
9. Литовченко В.П. Финансовый анализ: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2017. – 214 с.
10. Новости Горного Алтая. – URL: <https://www.gorno-altaisk.info/>

ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ РОССИИ: НЕОДНОЗНАЧНОЕ ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ

Ю.Д. Мячина, Н.В. Бозо

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, myachina2601@mail.ru, bozo@corp.nstu.ru**

В данной статье рассматривается влияние пандемии на спрос внутреннего туризма. Проанализированы данные плюсы и минусы влияния пандемии. Показано, что COVID-19 несет не только отрицательное воздействие.

This article examines the impact of the pandemic on domestic tourism demand. The data on the pros and cons of the impact of the pandemic are analyzed. It is shown that covid-19 has not only a negative impact.

Одной из важнейших отраслей экономики республики Алтай и важным источником дохода является туризм. Туризм процветает в основном в период с мая по октябрь. С каждым годом растет число желающих посетить Горный Алтай, благодаря этому идет прирост различных форм собственности. Преобладает такая форма занятости населения как индивидуальное предпринимательство. Растет количество туристических объектов, оказываемых услуги в сфере гостиничного бизнеса, что значительно сказывается на экономике региона. Анализируя складывающуюся ситуацию в мире, – возникновение коронавирусной инфекции, экономика страны переживает не лучшие времена. Во втором квартале 2020 года, закрывают границы с соседними странами, что приводит, во время спада коронавирусной инфекции, к возрастанию спроса на внутренний туризм. Тема внутреннего туризма в России

затрагивалась многими исследователями, что еще раз доказывает актуальность темы. Каждый исследователь подчеркивает важность процветания отечественного туризма, это один из способов борьбы с безработицей, способ увеличения денежного потока в регионе, развитие инфраструктуры. Туризм занимает четвертое место среди всех отраслей по доле вклада в мировой ВВП, это доказывает важность развития данной структуры.

На сегодняшний день, существуют проекты, посвященные внутреннему туризму в России вообще [1]. Однако я решила изучить эту тему на примере республики Алтай, в этом заключается новизна моего исследования. Рассматривая туристические регионы в России, республика Алтай в 2019 году вошла в топ 20 лидеров-туризма. В данном регионе основной отраслью экономики является сельское хозяйство, главное направление в данном секторе-животноводство, но также развит сезонный туризм, поэтому преобладает сфера туристических услуг. Основным потребителем производимых товаров (пантовая продукция, изделия из верблюжьей шерсти, эко-продукты и много другое) и оказываемых услуг являются туристы.

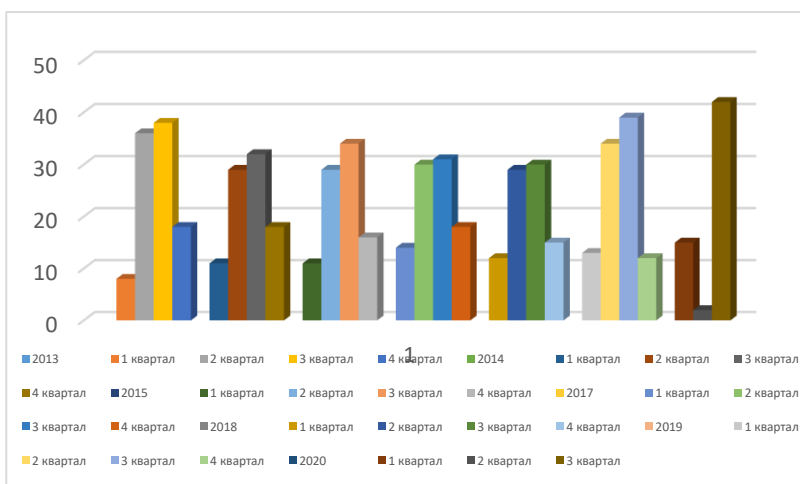


Рис.1 – Динамика спроса на внутренний туризм [2]

Проанализировав рис. 1, делаем выводы: наибольший спрос на внутренний туризм был в третьем квартале 2013, 2019 и 2020 года. Но 2020 год, за последние 8 лет имеет и самые низкие показатели, можно наблюдать минимальные значения во втором квартале 2020 года.

Заметили рост интереса населения к республике Алтай и компания Aviasales, увеличивается количество поисковых запросов и бронирования авиабилетов в онлайн-сервисе на 200%. Ограничительные меры, из-за пандемии COVID-19, подвигли многих россиян рассмотреть красивые места России. На официальном сайте «Стопкоронавирус.рф», был проведен опрос, на тему, какие регионы и места хотят посетить граждане России. В опросе приняли участие свыше 4,5 тысяч человек в группе ВКонтакте, и 11,2 тысячи в Telegram канале, выбрать можно было из таких регионов как: Москва, Санкт-Петербург, Черное море, Алтай, Камчатка, Магадан, Якутия, Карелия, Северный Кавказ и другое.

По данным опроса (рис. 2), можно выявить топ-3, куда вошли Алтай (1 место – 24%), Санкт-Петербург (2 место – 23%) и Черное море (3 место – 23%). По спросу на авиабилеты до Горно-Алтайска, важно отметить, что цены на авиабилеты подешевели. По данным OneTwoTrip авиабилеты стали дешевле до Горно-Алтайска на 10%.

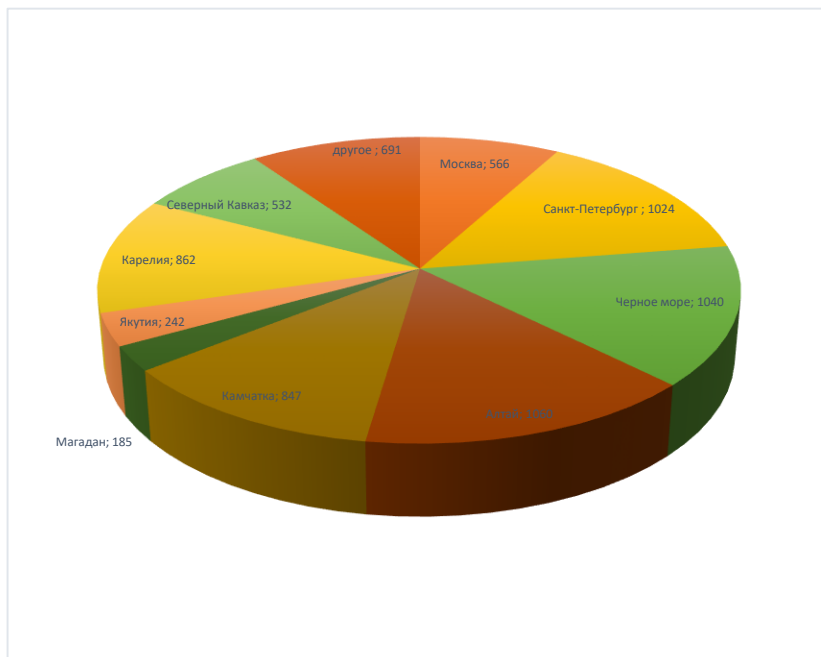


Рис. 2 – Результаты опроса [3]

Возросла загруженность туристических объектов. Владелица сети усадеб в Горном Алтае Инна Михайловна Чулкова отметила, что было

крайне мало дней, чтобы пустовал хотя бы один номер, также, не смотря на пандемию летом 2020 года, открылась новая усадьба. «Это был крайне прогрессивный сезон, в плане спроса на наши услуги, менеджер по продажам, отмечает увеличение количества звонков. При таком спросе мы могли спокойно заполнить еще 2 базы. Потребовалось увеличение персонала, с целью обеспечения повышения эффективности работы». Несмотря на возникновение пандемии, были заезды таких организаций как «Новосибирская городская общественная организация усыновителей- День Аиста», клуб путешественников «STRANNIL», при том, что усадьбы функционировали начиная с начала июля.

Делая выводы о проделанной работе, можно с уверенностью сказать, что возникновение коронавирусной инфекции безусловно отрицательно повлияло на многие сферы жизни, но довольно таки благоприятно оказало действие на сферу внутреннего туризма, делая немалую вырубку предпринимателям, увеличивая налоговые отчисления, повысилась интерес к изучению отдаленных регионов своей страны, за счет закрытия границ с зарубежными странами. Работа рассматривает лишь один из аспектов проблемы. Исследования в этом направлении могут быть продолжены. Это может быть изучение на примере каждого региона, или же отдельно взятого предприятия. Результаты исследования заставили задуматься о популярности региона, где я родилась, а также о влиянии различных факторов на спрос внутреннего туризма.

Литература:

1. Бозо Н. В. Ограничение развития предприятий и организаций РФ в современных условиях // Вестник Томского государственного университета. Экономика. - 2017. – № 37. – С. 95–112.
2. Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай [электронный ресурс]- режим доступа: <https://akstat.gks.ru/folder/32994> (дата обращения 13.10.2020)
3. Публичный опрос «Какое место вы мечтаете посетить?» [электронный ресурс]- режим доступа: https://vk.com/poll-193013221_381930999 (дата обращения 13.10.2020)

МАТРИЦА ФИНАНСОВЫХ СТРАТЕГИЙ КАК МЕТОД ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОБЛЕМ В КОМПАНИЯХ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Е.В. Омельченко, И.Н. Доме
Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»,
г.Новосибирск, elenaomel.17@gmail.com

В данной статье рассматривается матрица стратегий М. Бертонеша и Р. Найта, которая используется для повышения эффективности деятельности организаций. Анализ проводится на примере компаний текстильной промышленности. Для этого применяются показатели экономической добавленной стоимости и устойчивого темпа роста.

This article discusses the matrix of strategies of M. Bertonesh and R. knight, which is used to improve the effectiveness of organizations. The analysis is based on the example of textile companies. For this purpose, indicators of economic value added and sustainable growth are used.

Цель статьи состоит в совместном анализе устойчивого роста и экономической добавленной стоимости, для составления матрицы финансовых стратегий, которая помогает улучшить деятельность организации.

Гипотеза исследования - матрица финансовых стратегий М. Бертонеша и Р. Найта является эффективным методом для организаций в преодолении проблем, связанных с ростом и финансированием.

В современном мире компании выбирают долгосрочные стратегии развития, которые ориентируются на наращивание эффективности хозяйственной деятельности и деловой активности. Поэтому именно сейчас организациям важно оценивать свое финансовое положение и финансовые перспективы. Для этого целесообразно использовать показатель экономической добавленной стоимости. Он отражает не только инвестиционную привлекательность организации, но и ее конкурентоспособность, финансовую устойчивость, платежеспособность и рентабельность [1].

Достоинство модели EVA в том, что компании могут узнать, насколько эффективно используется капитал, а инвесторы сравнить и выбрать наиболее привлекательную организацию, для вложения денежных средств.

Главной проблемой является то, что менеджеры организаций не всегда могут принять правильное решение при возникновении проблем. Поэтому наилучшим вариантом является использование матрицы

финансовых стратегий для диагностики финансовых перспектив компаний.

Для верификации гипотезы были выбраны компании текстильной отрасли. Последние 10-12 лет российская легкая промышленность увеличивалась рекордными темпами, и на данный момент российские текстильные производства оцениваются примерно в 70-85 млрд. рублей. Но все еще огромную долю на российском рынке занимает импортная продукция [2].

На основе данных 15 компаний текстильной промышленности с 2014 – 2018 гг. был рассчитан показатель экономической добавленной стоимости.

Следующие выводы были сделаны в ходе исследования: у 8 организаций на протяжении всего периода наблюдался отрицательный показатель экономической добавленной стоимости. Это значит, что рыночная стоимость предприятий снижается, что приводит к потере средств, которые вложили акционеры.

Однако наблюдались и такие компании (4 организации), где имеется положительный результат. В данном случае наблюдается рост рыночной стоимости, что стимулирует акционеров на дальнейшее инвестирование и вложение в предприятия.

Если ничего не изменится, то компании с отрицательной EVA потеряют инвесторов и могут обанкротиться. Для предотвращения такой ситуации, нужно придерживаться определенной политики и рекомендаций.

Для этого используется матрица финансовых стратегий и темпов роста фирм М. Бертонеша и Р. Найта, которая изображена на рисунке 1.

Для каждого квадранта матрицы представлены рекомендации, которые следует выполнять, для улучшения ситуации в организации. Так, фирмы способны перемещаться из квадранта в квадрант. В правом верхнем квадранте организации умеют создавать ценность, но у них нет финансовых ресурсов. В левом верхнем квадранте экономическая добавленная стоимость так же положительна, но у компании избыток денежных средств. Третья и четвертая ситуации противоположны двум первым [1].

Для того чтобы было возможно распределить компании в квадранты, был рассчитан показатель устойчивого роста (SGR) и реального роста (RGR) [3].

В ходе сравнения этих двух показателей, было выявлено, что с 2014 по 2016 гг. в текстильной промышленности больше всего компаний, у которых реальный темп роста превышает устойчивый. В 2017 году у 10 компаний из 15 темп реального роста был ниже, чем темп устойчивого

роста, а в 2018 то же самое наблюдалось у 7 фирм. В 2018 году 5 фирм имели отрицательный RGR. И только одна фирма за все 5 лет имела реальный темп роста, равный устойчивому темпу роста.



Рис. 1 - Матрица финансовых стратегий и темпов роста фирм с рекомендациями

Так, в период с 2014-2016 гг. большинство компаний попали в правый нижний квадрант, где им было предложено сделать полную реструктуризацию бизнеса, так как компании не генерировали денежные средства, для нормального функционирования. В последующий период доля организаций, которые попали в верхний левый квадрант стало больше. Для них были предложены следующие меры для устранения проблем: использовать избыток денежных средств для ускорения темпов роста и выплаты средств собственникам и выкуп акций. Но все еще большинство организаций имели отрицательную EVA и вследствие чего попали в нижний левый квадрант. Им было предложено вложить излишек денежных средств в достижение устойчивого роста и изменить стратегию фирмы.

Очевидно, что ситуация на предприятиях выборки неутешительная. Но с помощью матрицы финансовых стратегий возможно диагностировать финансовое положение компаний и на основании этого

предложить дальнейшие пути развития, которые помогут справиться организациям с возникшими проблемами.

В целом формируется следующая картина: на основе полученных выводов анализируемые компании текстильной промышленности в начале исследуемого периода имели дефицит денежных средств, скорее всего, данная картина образовалась из-за политической ситуации в 2014 году. Но постепенно некоторые организации приходят в норму, и уже в 2017 году наблюдается больше фирм, которые имеют излишек средств. Это совсем не значит, что компании в хорошем финансовом состоянии. Данную тенденцию можно объяснить тем, что на рынке все больше растет доля российских товаров. Но в основном наблюдаются низкие значения рентабельности собственного капитала. Это значит, что компании неэффективно используют свой капитал для достижения большей прибыли.

Все вышеперечисленное является следствием неправильного использования ресурсов и некорректной работы менеджеров компании.

Литература:

1. Бродунов А.Н., Жукова К.В. Модель экономической добавленной стоимости (EVA) как метод управления стоимости бизнеса // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2018. – № 1 (24). – С. 28-33
2. Доме И.Н. Влияние отраслевой принадлежности компании на управление устойчивым ростом // Финансовая аналитика: проблемы и решения - 2020. – С. 312-326
3. Отрасль текстильной промышленности [Электронный документ] URL: <https://promzn.ru/legkaya-promyshlennost/tekstilnaya.html>
4. Омельченко Е.В., Урманова Н.Р. Проблема соотношения реального и устойчивого роста компаний // АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: сборник статей XXIII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч.1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2019. – С. 230-233

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ УСПЕХОВ ПРИМЕНЕНИЯ РАЗРАБОТОК ИЗ КЕРАМИКИ В МЕДИЦИНЕ

А.С. Попков, А.Р. Пташкина, Н.Г. Низовкина
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск

В этой статье рассматриваются возможности применения новейших разработок из керамики в медицине. Одним из таких примеров может служить разработка коленного сустава в новосибирском государственном техническом университете совместно с компанией АО «НЭВЗ – Керамикс». Полученные образцы проходили проверку в испытательном центре компании EndoLab GmbH (Германия). После подтверждения соответствия стандартам качества ISO, появилась возможность запустить производство и устанавливать сверхпрочные протезы коленного сустава. Также рассмотрены ранее разработанные протезы тазобедренного сустава. Результаты клинических испытаний различных моделей протезов выявили их основные достоинства и недостатки.

This article discusses the possibilities of using the latest ceramic developments in medicine. One of such examples is the development of the knee joint at the Novosibirsk State Technical University together with the company АО «НЭВЗ – Керамикс». The samples obtained were sent to the testing center of EndoLab GmbH (Germany). After confirming compliance with ISO quality standards, it became possible to start production and install heavy-duty knee prostheses. Previously developed hip joint prostheses are also reviewed. The results of clinical trials of various models of prostheses have revealed their main advantages and disadvantages.

Ранее протезы изготавливались из титановых сплавов, которые используются и сейчас, так как материал зарекомендовал себя как прочный и надёжный. Преимуществом титана является его способность в короткие сроки вживляться в человеческий организм. Также титан гипоаллергенен, немагнитен, пропускает рентгеновские лучи и не подвержен распаду. Но при разработке и испытаниях подвижных суставов было выявлено, что поверхность контакта подвержена износу в результате трения.

Для решения данной проблемы специалисты НГТУ и компании «НЭВЗ-Керамикс» разработали суставные поверхности, выполненные из биостабильного керамического матрикса, который не подвержен коррозии и не вызывает отторжения. При проведении испытаний эндопротез выдержал 5 млн циклических изменений угла сгибания – разгибания, а также сохранилась стабильность конструкции и целостность всех компонентов. На основе этого было сделано заключение о том, что срок службы такого процесса вдвое больше, чем

пластин из титанового сплава, что позволяет людям делать операции гораздо реже.

Испытания проводились в немецкой компании EndoLab GmbH. Данная лаборатория специализируется на механических испытаниях почти всех типов имплантатов. Так как образец успешно прошел тестирование на износ, физические и коррозионные испытания, то получил сертификат стандартизации ISO, что позволяет использовать протезы в медицине и устанавливать их людям. Готовые протезы изображены на рисунке 1, как видно из картинки, то основной элемент выполнен из титанового сплава, а поверхность контакта выполнена из биостабильного керамического матрикса.

В настоящее время компания «НЭВЗ-Керамикс» совместно с НГТУ готовят к запуску производство первых в мире керамических протезов коленного сустава.



Рисунок 1 – Керамический протез коленного сустава

Немецкая компания CeramTec, специализирующаяся на производстве высококачественной керамики, провела исследования о результатах применения протезов коленных суставов. Согласно полученной информации, средняя ожидаемая продолжительность жизни людей в мире сегодня существенно выше, чем когда-либо, и требования к подвижности и качеству жизни после эндопротезирования существенно выросли.

Кроме того, инфекции, износ полиэтилена, расшатывание и аллергия на металлы являются главными проблемами искусственных коленных суставов (рисунок 2).



Рисунок 2 – Основные причины ревизий после эндопротезирования

Именно поэтому выбору материала отдается высокий приоритет, особенно в отношении износа и биологических свойств.

Так как в России проводится 140000 операций по эндопротезированию тазобедренных суставов в год, причем более 95% - это импортные поставки зарубежных производителей. Специалисты стараются разработать свой тазобедренный состав с использованием керамики (рисунок 3). Им удастся его разработать и пройти проверку в испытательном центре, получив сертификат стандартизации ISO. Его уже производят в компании «НЭВЗ-Керамикс» и проводят операции. На сегодняшний день проведено уже более 3500 операций по имплантированию эндопротезов тазобедренного сустава. АО «НЭВЗ – Керамикс» продолжает активную работу по расширению сбыта продукции медицинского назначения: применение эндопротезов тазобедренного сустава с керамической парой трения в ведущем центре травматологии и ортопедии Санкт-Петербурга НИИТО им. Вредена. Компания работают в системе Медицинского промышленного парка, созданного с участием Министерства здравоохранения РФ и Правительства Новосибирской области. ЭНДОСЕРВИС и НЭВЗ-Керамикс являются ключевыми предприятиями Медико-технологического кластера Новосибирской области.



Рисунок 3 - Керамический протез тазобедренного сустава

Одной из известнейших компаний в области протезирования является CERAVAR, которая была основана в 1969 году. Компания развивается в трех направлениях, одно из которых производство тазобедренного эндопротеза. Для получения достоверной информации о достоинствах и недостатках тазобедренных протезов, специалисты компании проводили исследования и сравнивали результаты проведенных операций за 9 лет. В 63 случаях были установлены протезы из керамики-керамики с цементной фиксацией, в 61 из металла-полиэтилена. Так как коэффициент трения в паре керамика-керамика в 5000 раз меньше чем в паре металл-полиэтилен количество ревизий, связанных с износом протеза, существенно сократилось, а выживаемость протеза выросла до 81,1%. На основе собранных данных было принято существенно сократить применение пар трения металл-полиэтилен и сосредоточиться на изучении пары керамика-керамика и керамика-полиэтилен.

Создание пары трения при протезировании является серьёзной задачей, которая решается уже не один десяток лет. Основной целью исследований является значительное снижение износа контактных поверхностей, гипоаллергенность применяемых материалов и отсутствие отторжения организмом. Титан, наиболее часто применяемый при протезировании, не отличался достаточной стойкостью к износу. Ввиду этого были разработаны специальные керамические материалы, способные служить в течении десяти и более лет. Сейчас специалисты разрабатывают новые поколения медицинской керамики и исследуют возможности комбинированных материалов. Таким образом, актуальность данного вопроса не угасает, и на сегодняшний день. Успешность разработок обосновывается результатами испытаний, захватом рынка и возмещением организационных затрат.

Литература:

1. Кирилова И.А., Садовой М.А., Подорожная В.Т., Буйкова С.П., Кульков С.Н. Керамические и костно-керамические имплантаты: перспективные направления // Хирургия позвоночника. 2013. №4. С. 52-62.

2. Тураходжаев Ф.А., Магомедов Х.М., Калашников С.А., Загородний Н.В. Эндопротезирование тазобедренного сустава применением пары трения керамикапоперечносвязанный полиэтилен сроком наблюдения 10 лет // Вестник Российского научного центра рентгенорадиологии Минздрава России. 2016. №4. С. 1-14.

3. Клинические и рентгенологические результаты серии из 124 случаев тотальной артропластики тазобедренного сустава эндопротезами типа Ceraver-Osteal и анализ кривой выживаемости за 9 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.medtran.ru/rus/examples/001/001_rus.htm

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ ПО ОПИСАНИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОМПАНИИ

Г.М. Роньжин, Н.С. Ермашкевич

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, jon.ronzhin@gmail.com

В статье рассмотрены нотационные методологии и приведен анализ сильных и слабых сторон программных продуктов по описанию бизнес-процессов. Описана взаимосвязь, существующая между продуктами и эффективностью реализации проектов по реинжинирингу бизнес процессов.

The article discusses notational methodologies and provides an analysis of the strengths and weaknesses of software products for describing business processes. The relationship between products and the effectiveness of the implementation of projects for reengineering of business processes is described.

На современном этапе компании только начинают задумываться о переходе к новому экономическому укладу. Этому способствуют якорные изменения, происходящие в экономике, вызванные влиянием научно-технического прогресса, проявляющиеся прежде всего в автоматизации, цифровизации и цифровой трансформации. В настоящее время в России реализуется национальный проект «Цифровая экономика», который предполагает создание новой концепции ведения производственной деятельности предприятия, посредством, в том числе

и реинжиниринга его бизнес-процессов (РБП). Результат, применения концепции, должен найти отражение в улучшении ключевых показателей деятельности компании, что в конечном счете, должно способствовать снижению себестоимости ее продукции, выполнение KPI, увеличение доходности и т.д.

Проблемной областью, в этой связи, является выбор подхода или методологии, заложенной разработчиком при создании программного обеспечения (ПО). Особую значимость данного шага обуславливает прямая зависимость существующая между выбором методологии визуализации бизнес-процессов (БП) и конечным результатом проводимого РБП. Таким образом, все большую актуальность приобретает вопрос выбора и применения программных продуктов, позволяющих описать и произвести декомпозицию БП, в рамках проекта по РБП. На рынке представлено значительное количество ПО, которое позволяет удобно описывать и контролировать бизнес-процессы предприятия. Программное обеспечение представляет собой интерфейс (нотация), основным инструментом которого является заложенный в него алгоритм (методология) построения бизнес-процесса. Наиболее популярные методологии бизнес-процессов представлены на рисунке 1.



Рис. 1 – Методологии описания бизнес-процессов

Рассмотрим основные нотационные стандарты подробнее.

1. Нотационные стандарты IDEF0 и IDEF3 (Integrated Computer Aided Manufacturing) «Интегрированное, автоматизированное производство», позволяют описывать процессы компании на верхнем уровне, акцентируя внимание на управленческом аспекте. К данной группе также можно отнести блок-схемы, являются частью методологии IDEF3 и содержат дополнительные элементы, которые в свою очередь позволят графически визуализировать бизнес-процесс.

2. Нотация DFD (Data Flow Diagramming), применяется при формировании описания потоковых данных. Нотация позволяет отразить потоки информации (документооборот, потоки ТМЦ), циркулирующие в последовательном процессе потоковых данных.

3. ARIS (Architecture of Integrated Information System – расширенная цепочка процесса, управляемого событиями) - нотация, в основе которой

лежит IDEF3. Предполагает, что каждая компания строится на 4 базовых моделях: организационная структура; функции; данных и объектов; бизнес-процессы. Данная методология обладает большим количеством типов моделей и средствами визуализации описания БП компании.

4. UML (Unified Modeling Language) активно развивающаяся методология, предназначена для описания сложных объектно-ориентированных программных продуктов и не может быть использована полноценно для описания БП.

5. Нотационные модели на базе BPMN (Business Process Model and Notation) позволяют представить в графическом виде бизнес-процессы и потоки работ, позволяет описывать БП независимо от среды функционирования компании.

Каждая из представленных методологий (или одновременно несколько из них) легли в основу формирования нового готового ПО, которое используется для визуализации БП компании, что, в свою очередь, позволяет более точно выстраивать структуру бизнеса при РБП и получать положительный экономический эффект.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ сильных и слабых сторон ПО, применяемого для визуализации бизнес-процессов компании.

Таблица 1 – Сравнительный анализ сильных и слабых сторон ПО

ПО	Достоинства	Недостатки
AllFusionProcessModeler (BPwin) и Erwin ModelingSuite	+ поддержка трех стандартов нотаций (IDEF0, IDEF3, DFD); + поддержка функционально стоимостного анализа; + генерируют отчеты; + простота освоения, есть курсы на русском языке; + широкий спектр средств документирования проекта; + низкая стоимость ПО.	- репрезентативные функции слаборазвиты; - нет стандартных объектов для описания бизнес-процессов; - слабые возможности для проведения экономического анализа.
RationalRose	+ использование диаграмм на языке UML; + работа на разных платформах; + удобный и современный интерфейс; + возможность создания кода на различных языках программирования.	- высокая цена ; - нет возможности имитационного моделирования; - слабые графические возможности.

ARIS	<ul style="list-style-type: none"> + возможность стандартного и стоимостного анализа и создание отчетов; + возможность тестирования соответствие ISO9000; + документирование бизнес-процессов, имитация и графическое исполнение; + наличие собственного языка программирования ARIS-Basic. 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая стоимость; - невозможность генерации сторонних кодов или баз данных; - большое количество времени на обучение персонала.
Business Studio	<ul style="list-style-type: none"> + простота освоения пользователями; + использование диаграмм на языке BPMN; + автоматическое формирование регламентирующих документов; + большой спектр инструментария; + возможность настройки отчетов и конвертация в удобный формат; + имеется демо-версия и видео уроки по изучению ПО. 	<ul style="list-style-type: none"> - сложность внедрения; - плохая согласованность визуальной модели и модели данных; - ограничения интерфейса по работе с двумя бизнес-процессами; - медленная работа при конвертации отчетов.

Опираясь на данные анализа, можно отметить, что несмотря на многообразии ПО, представленного на рынке, существенное влияние на эффективность будущих результатов его последующего внедрения оказывает то, насколько действительно компания осознает свои потребности и способна предвосхитить ожидаемые результаты по итогам внедрения такого продукта. Это в свою очередь зависит от того, насколько ответственно менеджмент компании отнесется к выбору программного продукта, учтет ли при выборе все особенности ведения бизнеса компании, сильные и слабые стороны самого продукта или сконцентрирует внимание только на параметре «стоимость». Ошибки, допущенные при принятии решения о выборе продукта могут оказать существенное воздействие на бизнес компании, сведя на нет положительные управленческий и экономический эффекты от внедрения ПО, поскольку частичное использование множества систем и продуктов приведет к разобщенности в описании БП, усложнит работу пользователей, снизит эффективность работы подразделений, усложнит процессы принятия решений, затруднив реализацию проектов по РБП.

Подводя итог вышесказанному, следует также отметить, что помимо рассмотренного выше ПО и нотаций существует множество других разработок частных компаний. Принцип разработки которых заключается в использовании одного из базовых методов и адаптированные его к необходимым параметрам отдельно взятой компании. Разнообразие программных продуктов, представленных на рынке, дает большую возможность компании самой выбрать необходимый программный продукт и интегрировать его в свою структуру. Данные инструменты должны лечь в основу реинжиниринга бизнес-процессов, в рамках национальной программы и создать новую инфраструктуру цифровой экономики страны.

Литература:

1. Репин В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление // М: МИФ, 2018.

2. Integration Definition For Function Modeling (IDEF0). Draft Federal Information Processing Standards Publication [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://idef.com/pdf/idef0.pdf>

3. Documents Associated with Business Process Model and Notation (BPMN).[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.omg.org/spec/BPMN/12.0/PDF>

4. Хаммер М., Чампи Дж. X Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1997

ПУТИ СНИЖЕНИЯ РИСКОВ, СВЯЗАННЫХ С ВНЕДРЕНИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

М.А. Садовская, Н.Г. Низовкина

Новосибирский государственный технический университет

г. Новосибирск, maria_bystrova@inbox.ru

На настоящий момент процессы цифровизации достаточно сильно затрагивают все сферы жизни общества. Цифровизация позволяет повысить эффективность экономики и улучшить качество жизни, но также приводит к возникновению определенных рисков.

Processes of digitalization affect strongly all spheres of society at the moment. Digitalization can improve the efficiency of the economy and improve the quality of life, but also leads to certain risks.

Деятельность любой организации непосредственно связана с

непредвиденными событиями, которые могут возникать в процессе её деятельности и приводить к убыткам. Кроме этого, компании должны постоянно делать выбор при принятии определенных решений в своей деятельности в условиях неполной информации, что также может приводить к убыткам или недополученным выгодам. Все это можно охарактеризовать понятием «риск».

Переход компаний от традиционной бизнес-модели к цифровой, который происходит в настоящее время, сопряжен с определенными рисками, ведь связан с использованием цифровых технологий.

Многие организации, стремясь скорее внедрить цифровые процессы, критически не оценивают актуальна ли новая технология, целесообразно и экономически эффективно ли её внедрение и готова ли компания к её использованию.

Угроза кражи данных компаний постоянно растет. На самом деле, обеспечение безопасности данных является одной из самых больших проблем как для организаций, так и для клиентов. При этом использование облачных хранилищ может усугубить ситуацию и обернуться безвозвратной потерей всех файлов, которые там хранились. Также компании не застрахованы от прекращения работы провайдера облачного хранилища.

Коммуникационные платформы, такие как «Zoom», «Skype», «оцифровывают» встречи, уменьшая необходимость сотрудников физически находиться в офисе. Это приводит к сокращению рабочего времени в офисе и усилению тенденции к удаленной работе. Недостаточная защита персонального компьютера, с которого человек работает в информационных системах компании может привести ко взлому внутренних систем, а также к использованию данных компании в мошеннических целях.

Также в современных условиях конкуренты появляются в одночасье, поскольку барьеры для входа на рынок резко снизились. Почти каждый может теперь создать свой сайт электронной коммерции – даже без навыков веб-разработки – благодаря конструкторам сайтов, таким как «Shopify» или «Squarespace». В связи с этим, происходит усиление конкуренции в глобальном масштабе.

На сегодняшний день риск также состоит в высоком уровне доступности информации для клиентов. Фактически любой желающий может легко и быстро сравнить цены на товары онлайн – это означает, что клиенты гораздо лучше информированы, чем когда-либо прежде, и они всегда могут найти лучшие предложения. Были разработаны приложения, которые дают потребителям мгновенный доступ к данным о том, какие продукты лучше для их здоровья, и где можно их приобрести

по более выгодной цене. Таким образом, компаниям завоевать и удерживать лояльность покупателя к бренду теперь будет все труднее.

Более высокие потребительские ожидания также являются фактором риска. Клиенты ждут от компаний мгновенных ответов в социальных сетях, бесплатной доставки, персонализированной рекламы, бесплатного Wi-Fi и быстрого, лучшего качества обслуживания. Эти повышенные требования могут привести к тому, что компании, чтобы оставаться конкурентоспособными, поспешат выпустить продукты или услуги, которые не полностью доработаны и готовы к выходу на рынок.

Для каждого потенциального риска необходимо внедрить систему контроля, позволяющую снизить величину риска. Организации должны оценивать риски внутри своих компаний и в своих отраслях, чтобы найти наилучшие способы снижения вероятности риска.

Классический способ противостояния рискам – страхование бизнеса. Хотя страхование не полностью снижает риск, но оно помогает компаниям избежать серьезных финансовых потерь, связанных с неблагоприятными обстоятельствами. Существует множество вариантов страхования - страхование запасов, имущества компании, бизнес-оборудования.

Для защиты от рисков цифровизации существует специальная «цифровая страховка». Страхование киберрисков еще недостаточно распространено, в связи с тем, что большинство компаний не понимают насколько реальна угроза, поскольку еще не сталкивались с ней. Такой вид страхования позволяет компании защититься, например, от риска хищения денежных средств с банковских счетов организации, риска использования сотрудниками в личных целях конфиденциальной информации о компании, риска приостановления деятельности компании вследствие хакерских атак и т.д.

Диверсификация бизнеса является одним из путей снижения рисков, и подразумевает, что риски будут снижены за счет распределения бизнеса по нескольким направлениям. Если компания зависит только от одного продукта или услуги, существует большая вероятность, что она может закрыться, как только покупатели потеряют интерес к её продукту или, как вариант, крупный конкурент захватит рынок, или произойдет правительственное или законодательное изменение, которое сильно повлияет на этот бизнес. Для цифрового бизнеса такой способ борьбы с рисками особенно актуален, так как в цифровой среде конкуренты появляются очень быстро.

Повышение внимания компании к безопасности в цифровой среде также позволяет снизить отдельные виды рисков. Если компания экономит, например, на системах антивирусной защиты, это может

обернуться кражей данных клиентов, потерей репутации. Последствия такой ситуации несопоставимы с затратами на цифровую безопасность.

Наличие подразделений по контролю рисков внутри компании позволяет отслеживать, систематизировать и предотвращать различные виды рисков. Внутренний контроль может предоставлять информацию для прогнозирования рисков, которые могут оказать негативное влияние на будущую деятельность организации.

Обращение к консалтинговым фирмам для осуществления аудита рисков внутри компании позволяет получить анализ бизнес-процессов и слабых мест в деятельности компании с точки зрения независимых экспертов. Непредвзятое мнение о текущем положении компании позволит менеджменту более эффективно распределять ресурсы и направлять их в те сферы, которые больше подвержены риску и требуют немедленного реагирования.

Внедрение «цифрового мышления» в компании позволит в значительной мере снизить риски цифровизации. Существует ряд методов, которые могут помочь компании перейти к цифровому мышлению и эффективно управлять изменениями:

- проведение мероприятий по обучению персонала цифровой грамотности, а также регулярное оповещение о внедрении новых цифровых технологий;

- надежный двусторонний канал связи внутри организации, чтобы максимизировать поток информации как сверху вниз, так и снизу вверх;

- постоянный доступ к внешним источникам информации для выявления сигналов, заранее предупреждающих об угрозах и возможностях;

- создание в организации подразделения по анализу рынка для мониторинга и выявления тенденций и прогнозов;

- интегрирование регулярных прогнозных оценок корпоративных рисков в бизнес-планирование.

Также на сегодняшний день возможно отслеживание рисков с помощью аналитики больших данных. Аналитика больших данных – передовой способ изучения рынка, с помощью которого можно не только отслеживать потенциальные риски, но и делать достоверные прогнозы развития рынка. В настоящее время у каждой компании, работающей в сети Интернет, есть обширная клиентская база данных. Существует ряд специальных платформ, позволяющих осуществлять успешную аналитику этих данных.

Грамотное внедрение цифровых технологий позволяет оптимизировать бизнес-процессы внутри компании, повысив тем самым её эффективность. Нецелесообразное использование новых цифровых

технологий, напротив, связано с возникновением различных рисков.

Таким образом, при осуществлении цифровой трансформации, компании должны заранее спрогнозировать, с какими видами риска они столкнутся, и выбрать такие пути его минимизации, чтобы справиться с ним с наименьшими потерями.

Литература:

1. Духовных Д.А, Агафонова М.С. Проблемы и риски формирования и развития цифровой экономики в России. [Текст] [Электронный ресурс] URL: <https://files.scienceforum.ru/pdf/2020/5dfca1667f46c.pdf> (дата обращения: 23.10.2020).

ПРОБЛЕМЫ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ ТЕХНИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ РАЗВИТИЯ

Е.В. Смык, Е.А. Монастырный

**Томский государственный университет систем управления и
радиоэлектроники, г. Томск, franom@mail.ru**

Целью данного исследования является изучение текущей ситуации функционирования малых инновационных предприятий, созданных на базе высших учебных заведений. Полученные данные говорят о том, что решение проблем малых инновационных предприятий все еще является актуальным вопросом.

The main objective of this study is to study the current situation of the functioning of small innovative enterprises created on the basis of higher educational institutions. The data obtained indicate that solving the problems of small innovative enterprises is still a pressing issue.

В настоящее время многие вузы имеют большой научный и технический потенциал. В условиях перехода России к экономике инновационного типа на высшие учебные заведения возлагается задача по обеспечению коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности (РИД), по реализации их на практике. Важным фактором для формирования экономики инновационного типа, реального повышения ее конкурентоспособности и подготовки квалифицированных кадров выступает эффективная система инновационной деятельности вузов [1].

Одним из эффективных инструментов коммерциализации вузовских научно-исследовательских разработок является создание малых

инновационных предприятий (МИП). В связи с чем, был принят Федеральный закон от 02.08.2009 № 217-ФЗ, согласно которому вузам, НИИ и Академиям наук разрешено создавать малые инновационные предприятия, ориентированные на получение прибыли за счёт реализации наукоемкой продукции, востребованной на национальном или региональном рынке, и оказания высокотехнологичных услуг.

Процесс создания МИП при вузах уже не является новым для российской хозяйственной практики, но при этом продолжает сталкиваться на своем пути с целым рядом проблем и сложностей на различных этапах развития. Проблемы также возникают не только на различных этапах развития проекта/предприятия, но затрагивают большинство возможных процессов, протекающих в университете.

Е.В. Сибирская и А.Н. Лещинская в своих работах затрагивают проблему, которая касается недостаточного оказания реальной методической и информационной поддержки учебным заведениям и МИП, что повлекло за собой неточности и ошибки в их действиях [2]. Рассматриваемая проблема касается непосредственно процесса взаимодействия университета с внешней средой. Несмотря на более чем десятилетний опыт создания вузами малых инновационных предприятий, вопрос недостатка информационной поддержки встречается в литературе из года в год.

Нельзя не упомянуть о проблемах МИПов, связанных со сложностью аренды оборудования и помещения у вуза. Иода Е.В. в своей работе рассматривает вопрос нехватки помещений у высших учебных заведений для размещения МИП, что в свою очередь повышает расходную составляющую, а частные предприниматели предлагают площади в аренду по завышенным ценам. К тому же, у вузов чаще всего нет средств и хорошего оборудования для проведения необходимых исследований, и разработок [3]. Эта проблема затрагивает различные стадии развития предприятия, а также инновационный и научных процессы, протекающие в университете.

Многие авторы, включая Т.И. Турко, Е.Ю. Кузнецову, И.А. Шалаева, Д.А. Авдееву, упоминают о сложности привлечения инвестора в предприятие при университете. Малые инновационные предприятия, созданные в соответствии с Федеральным законом № 217-ФЗ, являются высоко рисковыми – ведь они еще не доказали свою жизнеспособность [4-5].

Об этой проблеме также высказался один из руководителей предприятия при Томском государственном университете систем управления и радиоэлектроники, у которого было взято интервью в рамках проведенного исследования. По его словам, инвесторы не желают

вкладываться в МИП из-за проблем оформления авторских прав и возможным дальнейшим взаимодействием, так как университет представляет собой негибкую систему [6].

Часто встречаемая проблема в литературе касается непосредственно результатов интеллектуальной деятельности. В работе А. И. Сушинова и Е. А. Угнича рассмотрена проблема одного из доступных для университета способов коммерциализации РИД – создания МИП, а также поиске путей повышения эффективности их функционирования. По их словам, в вузах отсутствует эффективная система мотивации и стимулирования исследователей в коммерциализации РИД [7]. По мнению Л.Г. Филипповой, проблемы коммерциализации связаны с недостаточной разработкой экспертной (финансовой) оценки результатов интеллектуальной деятельности. Авторы научных разработок не готовы передать вузу право пользования РИД за символическое единовременное вознаграждение [8].

Одной из значимых, по мнению автора, проблемой является тот факт, что большинство МИП при университетах создаются, но тут же ликвидируются, либо функционируют без какой-либо экономической эффективности. В своих работах эту проблему рассматривали И.А. Павлова, Е.А. Монастырный, В.В. Чернобук, В.В. Спицын [9].

Для получения наиболее полной картины, кроме анализа литературных источников, проводился ряд полуструктурированных интервью с различными руководителями малых инновационных предприятий, созданных при Томском государственном университете систем управления и радиоэлектроники. Помимо тех проблем, которые были отражены в литературных источниках, руководители также высказались о проблемах, связанных с затяжными процессами внутри университета. По словам интервьюируемых, из-за того, что университет представляет собой негибкую систему, бюрократические процедуры могут затягиваться на довольно протяженный период. Этот вопрос может послужить демотивирующим фактором при открытии базовой кафедры при университете, либо же нести более тяжелые последствия, если речь идет о ликвидации МИП.

Подводя итог, можно сказать, что МИП на различных этапах развития своего развития все еще имеют достаточный пул проблем, которые из года в год остаются нерешенными. Это лишний раз обосновывает необходимость разработки концепции и механизмов устойчивого развития МИПов в университетах.

В рамках дальнейшего исследования необходимо провести глубокий анализ литературы на поиск предложенных решений этих и многих других проблем, связанных с деятельностью МИПов. На основании

полученных результатов, нужно сконцентрировать внимание на тех проблемах, которые наименее изучены в литературе, протекают через различные процессы внутри университетов и имеют методологический характер. Полученные результаты позволят университетам активно участвовать и работать по наиболее значимым направлениям в вопросах функционирования МИП.

Литература

1. Лещинская А.Н. Анализ функционирования малых инновационных предприятий, созданных на базе бюджетных научных и образовательных учреждений РФ // Экономика. Информатика. – 2017. – № 23 (272). – С.36-43.

2. Сибирская Е.В., Строева О.А., Мартов С.Н. Анализ деятельности малых инновационных предприятий, созданных в образовательных учреждениях // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 2. – С. 86-92.

3. Иода Е.В., Кузнецова Е.Ю. Малые инновационные предприятия на базе вузов как инструмент развития инновационной экономики // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – №11. – С. 29-33.

4. Турко Т.И., Федорков В.Ф., Одинцова Н.Н., Фахрудинов О.В., Тимохин А.А. Деятельность малых инновационных предприятий, созданных в сфере образования и науки // Инноватика и экспертиза: научные труды. – 2018. – №1. – С.8-21.

5. Шалаев Е.А., Андреева Д.А., Кирсанова А.О. // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2017. – № 2-1. – С. 105-116.

6. Смык Е.В., Монастырный Е.А. Проблемы развития микропредприятий кластерного окружения технического университета // Инноватика-2020: сб. материалов XVI Международной школы-конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – Томск, 2020. – С.409-412.

7. Сухинов А.И., Угнич Е.А. Малые инновационные предприятия при университетах: барьеры и возможности развития // Университетское управление: практика и анализ. – 2017. – № 110. – С. 98-105.

8. Филиппова Л.Г. Проблемы создания малых инновационных предприятий в вузах // Вестник Марийского государственного университета. – 2018. – №1 (29). – С. 102-108.

9. Павлова И.А., Монастырный Е.А., Чернобук В.В., Спицын В.В. Федеральный закон № 217: малые и микропредприятия в региональной

ВЫБОР ДРАЙВЕРОВ ЗАТРАТ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ РАСХОДОВ НА ТЕКУЩЕЕ СОДЕРЖАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Е.О. Суворова, М.О. Северова
Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, esuvorova@211.ru

В статье рассматриваются факторы, определяющие уровень удельных расходов, связанных с текущим содержанием пути по отдельным участкам полигона железной дороги и представлены результаты анализа зависимости расходов от выбранных показателей.

The article discusses the factors that determine the level of unit costs associated with the current maintenance of the track for individual sections of the railway landfill and presents the results of the analysis of the dependence of costs on the selected indicators.

В среднесрочной и долгосрочной перспективе одним из основных направлений развития ОАО «РЖД» определена оптимизация расходной базы и получение за счет этого дополнительных возможностей для дальнейшего развития Компании.

Для эффективного управления ресурсами железнодорожного транспорта особенное значение имеет управление расходами инфраструктуры, которые составляют около трети затрат в общей сумме расходов по оказанию транспортной услуги. И в настоящее время обоснование уровня расходов на содержание инфраструктуры железных дорог – это важная задача в управлении ими.

Ключевым звеном инфраструктурного комплекса с точки зрения использования трудовых и материальных ресурсов является путевое хозяйство. Основными критериями устойчивой работы путевого хозяйства являются прогнозирование появления неисправностей пути, и своевременное устранение причин, вызвавших эти неисправности. Расходы путевого хозяйства мало зависят от объема пропущенного тоннажа, и по большей степени их величина связана с обслуживанием технических средств и устройств.

Согласно классификатору затрат расходы хозяйства пути содержат широкий перечень статей, для которых установлены измерители, отражающие в основном количество технических устройств.

Анализ расходов на содержание инфраструктуры проводился на региональном полигоне хозяйства пути Дирекции инфраструктуры, основной структурной единицей которой является дистанция пути (ПЧ). Для детального анализа расходов на полигоне были выбраны 3 дистанции пути. Стоит отметить, что выбранные предприятия существенно отличаются по величине технической оснащенности и ее структуре. Одна из дистанций с наименьшим техническим оснащением (ПЧ-Т) имеет преимущественно главные пути (доля в приведенной длине составляет 89%) и стрелочные переводы на главных путях. Самая большая дистанция (ПЧ-А) имеет приведенную длину более чем в 1,5 раза. Доля главных путей составляет для нее только 73% в приведенной длине и удельный вес стрелок на станционных путях составляет 7%. ПЧ-И в своей структуре имеет 30% станционных путей, 59% главных и доля стрелочных переводов составляет 11% (самый большой удельный вес).

Проведенный анализ структуры затрат показывает, что статьи отражают технологические особенности функционирования дистанции пути. Расходы по текущему содержанию пути представляют собой перечень более 1 000 технологических операций и занимают больше половины затрат (удельный вес составляет от 50,29% (ПЧ-А) до 60,79% (ПЧ-Т)). Кроме того, особенности этих технологических операций в том, что они носят вероятностный характер и труднее всего поддаются планированию. Остальные статьи расходов могут рассчитываться на основании существующих нормативов и калькуляций (нормы амортизации, периодичность проведения работ, калькуляции на планово-предупредительные ремонты и др.). Поэтому в дальнейшем рассматривались расходы только по этой статье.

Так как текущее содержание носит вероятностный характер, запланировать расходы по нормативам невозможно, поскольку заранее неизвестен набор технологических операций. В связи с этим была предпринята попытка выявления факторов затрат, которые оказывают влияние на затраты. За счет обоснования драйверов затрат для текущего содержания пути и установлению взаимосвязей параметров возможно существенно повысить уровень планирования бюджета расходов.

Для выбранных предприятий был проведен первичный анализ укрупненных расходов по предприятиям полигона железной дороги, который показал существенные колебания расходов, что и определило необходимость выявления причин таких отклонений. Так, анализ структуры приведенной длины дистанций пути и удельных затрат на 1 приведенный километр, показал, что чем больше удельный вес станционных путей, тем выше уровень расходов.

Для выполнения анализа возможного влияния производственных показателей на уровень расходов были использованы данные о расходах по местам возникновения затрат, а также основные производственно-экономические показатели трех дистанций пути: ПЧ-И, ПЧ-А и ПЧ-Т. Были рассчитаны удельные затраты на 1 км приведенной длины для каждого участка выбранных предприятий.

Анализ удельных расходов в границах линейных участков выбранных дистанций пути, представленный в зависимости от грузонапряженности не дал основания говорить о тесной связи между этими показателями. Однако более четкая картина была получена в совокупности для выбранных предприятий (рис. 1). Трендовый анализ показал снижение величины расходов при увеличении грузооборота. На рис. 1 наблюдается общая направленность гиперболической зависимости, однако коэффициент достоверности регрессии равен 0,32.

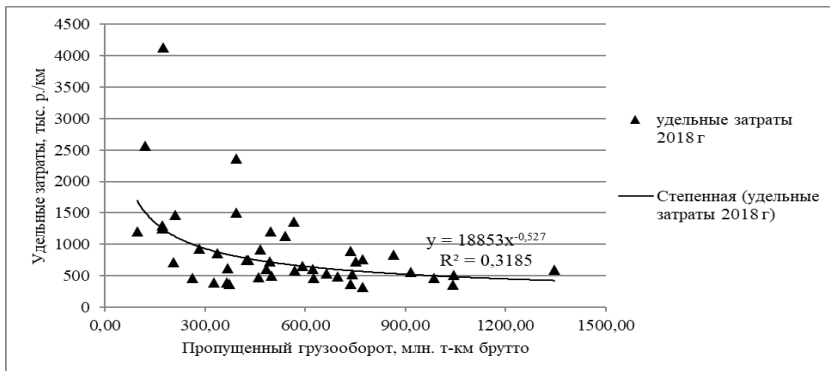


Рис. 1 – Зависимость удельных затрат от пропущенного грузооборота брутто

Это дало основание для дальнейшего более глубокого анализа удельных затрат от технологических особенностей, выделенных в группировке участков дистанций пути.

Проведенный анализ удельных расходов по линейным участкам от выбранных факторов – приведенной длины, допустимой скорости движения, класса пути, периода после ремонта не позволяет сделать вывод о наличии достоверной зависимости расходов (коэффициент корреляции очень мал).

Анализ затрат от пропущенного тоннажа позволяет в некоторых случаях говорить о наличии достоверной зависимости расходов (рис. 2). Следует отметить, эти зависимости получены при анализе выборки по

отдельным дистанциям, обработка общей совокупности данных даст меньшие значения тесноты связи. Кроме того, зависимости получены не для общей суммы расходов, а только для отдельных элементов затрат (например, для расходов на материалы) и говорить об устойчивости этих зависимостей можно после анализа за более длительный период.

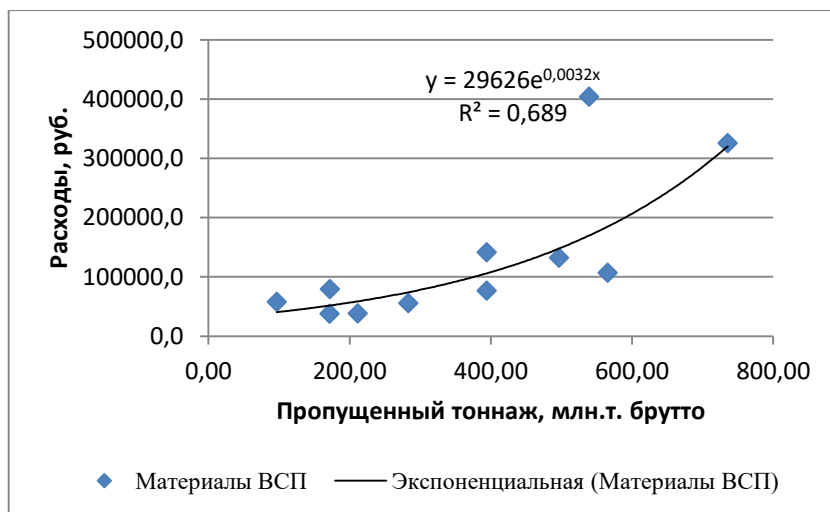


Рис. 2 – Зависимость удельных расходов на материалы ПЧ-И от пропущенного тоннажа

Проведенный анализ показал, что для большинства рассмотренных драйверов устойчивые зависимости расходов не были установлены. Полученные результаты позволяют говорить о предпочтительности использования показателя пропущенный грузооборот брутто для планирования расходов по \ограниченному перечню затрат и участков и исследовать устойчивость полученных регрессий во времени.

Литература:

1. Терешина Н.П., Токарева В.А., Иноземцева С.М. Расходы инфраструктуры железнодорожного транспорта: учеб. пособие. – М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2019. – 264 с. Режим доступа: <https://umcздт.ru/books/45/242286/>
2. Экономика железнодорожного транспорта. Вводный курс: учебник: в 2 ч. / под ред. Н.П. Терешиной, В.А. Подсорина. — М.: ФГБУ ДПО

«Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020. Режим доступа: <http://umczdt.ru/books/45/242284/>

3. *Суворова Е.О., Северова М.О.* Анализ драйверов затрат, определяющих уровень расходов бизнес-процессов транспортной компании // Интеллектуальный потенциал Сибири: 28-я Региональная научная студенческая конференция (г. Новосибирск, 13-22 мая 2020 г.): материалы конференции: в 3 частях / Под. ред. Соколовой Д.О. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. - С. 42-44

СОСТОЯНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

М.Ю. Федосеева, С.Н. Любященко
Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИИХ»,
г. Новосибирск, fedoseeva.m.yu@mail.ru

В данной статье раскрывается состояние конкурентной среды в сфере здравоохранения Российской Федерации, а именно на рынке медицинских услуг. Обращается особое внимание на основные тенденции и проблемы, оказывающие влияние на развитие конкуренции на рынке медицинских услуг и их возможные решения.

This article reveals the state of the competitive environment in the healthcare sector of the Russian Federation, namely, the market of medical services. Special attention is paid to the main trends and problems affecting the development of competition in the medical services market and their possible solutions.

Предоставление медицинских услуг населению является важнейшей отраслью сферы обслуживания, также ее можно считать одним из главных элементов экономического развития общества и государства.

Область здравоохранения, представленная на рынке в виде медицинских услуг, включает совокупность учреждений в области медицины, имеющих различные организационно-правовые формы. Данные учреждения занимаются предоставлением населению лечебно-профилактических услуг. При этом такие медицинские учреждения активно взаимодействуют не только с производителями медикаментов, медицинских товаров и оборудования, но и с государственными и муниципальными органами власти, осуществляющими контроль, а также со страховыми организациями [1].

Рынок медицинских услуг представлен следующими субъектами, осуществляющими свою деятельность на ранке:

- государственные учреждения;
- ведомственные учреждения;
- частные организации;
- индивидуальные предприниматели.

Учитывая ряд фактов, рынок медицинских услуг в Российской Федерации можно отнести к рынку несовершенной конкуренции. Во-первых, это связано с доминированием на рынке небольшого числа участников. Во-вторых, имеются довольно высокие барьеры, ограничивающие вход новых участников на рынок. Это объясняется необходимостью обладать соответствующим объемом ресурсов и материальной базой для входа на рынок, а также необходимостью прохождения всех этапов административного согласования и соблюдения законодательства.

В сфере здравоохранения существует ряд проблем, существенно оказывающих влияние на конкурентную среду. Работу над решением данных проблем осуществляет Федеральная антимонопольная служба (ФАС).

Для усиления конкуренции на рынке медицинских услуг необходимо решить ряд вопросов. Стоит вопрос формирования положений каталога товаров, работ и услуг, обеспечивающих государственные и муниципальные нужды. В целях формирования данных положений ФАС ведет совместную работу с иными федеральными органами исполнительной власти. Помимо этого решения требует вопрос, касающийся распределения объемов оказания медицинской помощи между медицинскими организациями в рамках программы обязательного медицинского страхования (ОМС) [2].

Основным документом, содержащим ключевые мероприятия для развития конкурентной среды в сфере здравоохранения является План мероприятий («дорожная карта») «Развитие конкуренции в здравоохранении».

Одним из основных мероприятий по развитию конкуренции на рынке медицинских услуг является урегулирование вопросов защиты интеллектуальной собственности. Помимо этого, особое внимание также стоит уделить разработке мер по реформированию законодательства об ОМС.

ФАС России было выявлено нарушение части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции. Данное нарушение заключается в том, что Минздравом России не были установлены четкие требования в части организации и выполнения работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность, в целях лицензирования. Данное нарушение привело к разному применению лицензионного законодательства органами

лицензирования, надзора и судов РФ. Фактически, таким образом, были созданы различные условия надзора за работой медицинских организаций, что привело к установлению барьеров доступа на рынок медицинских услуг [3].

Серьезные проблемы как для участников рынка, так и для уполномоченных органов государственной власти возникают в связи с отсутствием единой системы лицензионных требований.

Так, Комиссия ФАС выдала Минздраву предписание о том, что по каждой работе (услуге), которая включена в Перечень работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность, необходимо установить лицензионные требования. Такое решение было принято, чтобы создать единые и равные контрольно-надзорные условия работы для всех медицинских организаций. В связи с этим, Минздравом России издан приказ от 25.03.2019 № 155н, содержащий указание на нормативные правовые акты, предусматривающие требования к организации и выполнению работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность.

Также большое внимание ФАС уделяет развитию конкурентной среды между государственными, муниципальными и частными медицинскими организациями в системе ОМС. В правовом проконкурентном регулировании оказания медицинской помощи в рамках программы ОМС остро стоит следующая проблема: среди медицинских организаций отсутствуют прозрачные механизмы распределения объемов медицинской помощи.

Региональные органы исполнительной власти, а также территориальные комиссии, разрабатывающие территориальные программы ОМС нарушают антимонопольное законодательство в следующем. В основном нарушение заключается в создании дискриминационных условий при распределении объема оказываемой медицинской помощи, что входит в территориальные программы государственных гарантий оказания бесплатной медицинской помощи гражданам. Помимо этого, нарушение также заключается в установлении обусловленности оплаты счетов за оказание медицинской помощи, выставляемых частным медицинским организациям в сравнении с государственными или муниципальными медицинскими организациями.

Так, очевидно, что прозрачные механизмы принятия решений территориальными комиссиями, касающиеся распределения объемов оказания медицинской помощи, отсутствуют, и, соответственно, необходимо направить ресурсы на разработку таких механизмов.

Таким образом, для развития конкуренции в сфере здравоохранения на рынке медицинских услуг следует обратить на следующие рекомендации:

- необходимо совершенствовать законодательство в сфере здравоохранения, а именно стоит уделить особое внимание определению объемов и видов медицинской помощи, оказание которой происходит в рамках территориальных программ ОМС, а также нужно ежегодно обновлять программы государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи при внедрении новых медицинских технологий;

- следует внести изменения в Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» и Постановление Правительства Российской Федерации «Об организации лицензирования отдельных видов деятельности», предусматривающие замену процедуры переоформления лицензии на осуществление медицинской деятельности в связи с появлением новых адресов мест осуществления деятельности на новую процедуру оформления лицензирующим органом субъекта Российской Федерации приложений к лицензии с указанием новых адресов мест осуществления деятельности, не изменяя при этом реквизиты самой лицензии и не требуя обязательного представления оригинала лицензии в лицензирующий орган;

- оперативно утверждать и актуализировать клинические рекомендации (протоколы лечения).

Такой подход позволит повысить конкурентоспособность медицинских услуг на рынке, обеспечить выход на рынок новых участников, что, несомненно, положительно скажется на экономическом развитии.

Литература:

1. Н. В. Кузнецов, А. В. Рулева, М. В. Рулев Характеристика системы здравоохранения и рынка медицинских услуг в России // Московский экономический журнал. 2019. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristika-sistemy-zdravoohraneniya-i-rynka-meditsinskih-uslug-v-rossii> (дата обращения: 12.10.2020).

2. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2018 год (версия 27.09.2019) (дата обращения: 12.10.2020).

3. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2019 год (версия 17.07.2020) (дата обращения: 12.10.2020).

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ

М.Д. Хабинова, А.А. Добрецкая, В.В. Мельников
Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, khabinovamasha@mail.ru, redfox911@bk.ru

В данной статье рассматривается понятие предпринимательства, его развитие в российском государстве, а также подробно описывается проблемы малых предприятий.

This article discusses the concept of entrepreneurship, its development in the Russian state, and describes in detail the problems of small businesses.

Предпринимательство – неотъемлемая часть рыночной экономики любой развитого государства. Предпринимательство обеспечивает людей рабочими местами, а страну налоговыми отчислениями в бюджет, а также участвует в социальных программах.

В России предпринимательства никогда не было. Например, в начале XX века не создавались условия для развития бизнеса, попытки зарождения деятельности пресекались различными методами, начиная экономическими, заканчивая уголовными. В современной России заимствование зарубежной практики предпринимательства является основой становления рыночной экономики.

Одно из современных определений предпринимательства выглядит так: предпринимательство – инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица [1].

Максимизация прибыли – основная цель для всех субъектов хозяйствования. Полная рациональность возникает тогда, когда будет достигнуто оптимальное размещение средств, т.е. наилучшее из возможных. Это значит, что применение данного объема средств вызывает максимальный эффект или же, что определенный эффект может быть достигнут посредством использования меньшего объема средств.

На уровне предприятия решение основной экономической проблемы осуществляется в форме создания конкретных видов продукции (услуг, работ). Перед каждым субъектом хозяйствования в соответствии со спросом и предложением стоит выбор: что, в каких количествах и в какой

манере производить, с тем чтобы обеспечить максимум прибыли, экономический рост и определенный стандарт жизни его работников.

Для дальнейшего развития на рынке, предприятие должно изыскивать новые формы приложения капитала, находить новые, более эффективные способы, доведения продукции до покупателя, улучшать экономику самого предприятия.

Развитие предпринимательства является одним из самых точных показателей экономического и социального здоровья страны и общества. Практически у каждой организации время от времени возникают кризисные ситуации, предполагающие решение проблем, устранения причин. Самая сложная в этом деле задача – найти эту самую причину.

Малые предприятия в России в своей деятельности сталкиваются с большими трудностями. Одной из главных организационно-экономических проблем развивающихся предприятий являются ограниченные ресурсы, которые могут быть по-разному применены в сфере производства, распределения, обмена и потребления. Если бы не существовало ограниченности, то не было бы повода к изучению экономики и, следовательно, к поиску ответа на вопросы что, сколько, как и для кого производить, чтобы достичь максимальной экономической эффективности. Существенным элементом является то, что средства, находящиеся в распоряжении, как отдельного экономического субъекта, так и общества в целом, ограничены. Раз ресурсы ограничены, а потребность в благах – нет, то человечество в мире экономики постоянно сталкивается с необходимостью делать выбор: на что тратить ограниченные ресурсы, т. е. как их использовать наиболее рационально [2].

Отсюда вытекает следующая проблема – кредитование. Что касается финансовой ресурсной базы, то средства необходимо отыскивать. Предприниматели надеются на кредитные ресурсы. Но и они незначительны и к тому же крайне трудно реализуемы при постоянной и усиливающейся инфляции. Кредиты выдаются только под залог или поручительство, которые не всегда могут предоставить малые предприятия. Отсутствуют специальные банки для обслуживания малого бизнеса. В особо трудном положении оказываются частные малые предприятия. Невозможность получения кредита исключает возможность конкуренции с иными предприятиями.

С целью дальнейшего развития сферы малого бизнеса принимаются законодательные и нормативные акты, проводится работа различных структур, содействующих малому предпринимательству в России. Во всех регионах России созданы региональные фонды поддержки малого

предпринимательства, осуществляющие финансово-кредитную поддержку субъектов малого бизнеса.

Не менее важной проблемой является низкая мотивация персонала. Мотивация персонала – один из способов повышения производительности труда. Мотивация труда персонала является ключевым направлением кадровой политики любого предприятия. Мотивация персонала включает в себя совокупность стимулов, которые определяют поведение конкретного сотрудника компании. В авторитарной фирме, также может быть источником формализма: «крайний» авторитар прописывает правила и штрафует за их несоблюдение, потому что это единственный способ поддерживать производственную дисциплину. Это решение вынужденное, но оно же способствует низкой мотивации, закрепляет сложившиеся взаимодействия.

Ухудшение финансовых показателей, невыполнение планов продаж, недовольные клиенты, непредвиденные потери и убытки, низкая квалификация персонала, неудовлетворительное качество продукции и услуг, снижение управляемости организации, демотивирующий стиль управления, просроченные дебиторская и кредиторская задолженности – одни из типичных проблем российских предприятий.

Следующая проблема – это та законодательная база, на которую сейчас может опираться малое предпринимательство. Можно назвать немало правовых документов, так или иначе регулирующих малое предпринимательство. Например, Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и Приказ министерства экономического развития Российской Федерации от 20 мая 2011 г. N 227 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2011 году предоставляются субсидии для финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках государственной поддержки малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации». Трудность, заключается в том, что нет сводной единой законодательной основы сегодняшней деятельности российских малых предприятий, а также имеющиеся разрозненные, с данной точки зрения, установления претворяются в жизнь далеко не полностью. В конечном счете проблема правовой основы малого предпринимательства будет решена тогда, когда удастся избавиться от правового нигилизма. Это никак не исключает необходимости специальных законодательных мер регулирования малого бизнеса.

Многие предприятия выявляют проблемы с помощью метода организационной диагностики. Она направлена на то, чтобы определить

весь комплекс проблем организации и выявление их причин. Одновременно диагностика дает возможность получить ряд дополнительных результатов.

Суть организационной диагностики состоит в том, чтобы провести полную «инвентаризацию» накопившихся проблем и противоречий, выявить их причины и найти оптимальные точки развития, т.е. глубинные внутренние факторы, влияющие на решение всех или большинства проблем предприятия. Решение любой проблемы прямо или косвенно влияет на решение множества других проблем. Цель диагностики – на основе анализа проблемного поля обнаружить корневые проблемы, решение которых полностью устраняет или хотя бы ослабляет все остальные проблемы предприятия. Можно сказать, что способы решения корневых проблем – это и есть оптимальные точки развития, в которых необходимо энергично и концентрированно воздействовать на организацию с целью ее «лечения» и преобразования.

Предпринимательство является стержнем любой социально-экономической системы, основанной на началах частной собственности и конкуренции. Эффективность российских малых предприятий пока еще значительно уступает эффективности крупных и средних предприятий. России малое предпринимательство рассматривается как надежная налогооблагаемая база для бюджетов всех уровней и как источник создания рабочих мест. Кроме того, малые предприятия создают здоровую конкуренцию на рынке товаров и услуг, что в целом благоприятно влияет на экономическую и социальную обстановку в стране. Но несмотря на неблагоприятную бизнес-среду, российский малый бизнес уверенно растет.

Литература:

1. Азрилиян А.Н. Большой экономический словарь: М.: Институт новой экономики, 1994. - 1472 с.

2. Конспект лекций. Экономика/ Игорь Липсиц.
URL: <https://iknigi.net/avtor-igor-lipsic/134636-ekonomika-konspekt-lekciy-igor-lipsic/read/page-2.html>

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПАО «ЭЛСИБ» В МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

О.В. Чесунас, В.Я. Зиннер
Новосибирский государственный
университет экономики и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, chesunas.oksana@yandex.ru

Статья посвящена оценке конкурентоспособности машиностроительной отрасли на рынке производства турбо- и гидрогенераторов, на примере ПАО «ЭЛСИБ», а также разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия.

The article is devoted to assessing the competitiveness of the machine - building industry in the market for the production of turbo and hydro generators, using the example of "ELSIB", as well as developing measures to improve the competitiveness of the enterprise.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что машиностроение относится к одной из самых важнейших отраслей промышленности. Конкурентоспособность организации в данной отрасли является важным критерием для ее дальнейшей успешной деятельности. Ее показатель является одним из самых важных в условиях рыночной экономики. Отечественные экономисты А.Н. Захаров и А.А. Зокин определяют конкурентоспособность как обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику. [1]

Приведем несколько методов определения конкурентоспособности организации: SWOT-анализ; анализ на базе системы «4Р»; по методу Ж.Ж. Ламбена; рейтинговая оценка конкурентоспособности предприятия; матричная оценка; оценка конкурентоспособности предприятия. [2]

Рассмотрим подробнее рынок производства турбин, турбогенераторов, гидрогенераторов и генераторов-двигателей. В Новосибирске данным производством занимается научно-производственное объединение «ЭЛСИБ» ПАО. Это инженерная компания, занимающая лидирующие позиции в производстве турбогенераторов, гидрогенераторов, высоковольтных двигателей и систем возбуждения генераторов. [5]

К одним из основных ее конкурентов можно отнести компании "Силовые машины" г. Санкт-Петербург и "Электротяжмаш-Привод" г. Лысьва.

ПАО «Силовые машины» - это крупная энергомашиностроительная компания, входящая в пятерку мировых лидеров отрасли по объему установленного оборудования, занимается производством турбин и вспомогательного оборудования для гидравлических, тепловых и атомных электростанций. [4]

ООО "Электротяжмаш-Привод" является одним из крупнейших в России предприятий по выпуску силового электрооборудования. Компания производит электрогенерирующее оборудование и двигатели для топливно - энергетического комплекса, металлургической, химической и другой промышленности. [3]

Для оценки конкурентоспособности фирмы используем методику Ж.Ж. Ламбена (Таблица 1).

Данный метод основан на сравнительной оценке по 6 критериям по 5-бальной шкале. При коэффициенте от 0,9 до 1 уровень конкурентоспособности считается высоким; от 0,7 до 0,9 средним; если коэффициент ниже 0,7 низким. [2]

Таблица 1 - Метод конкурентоспособности по Ж.Ж. Ламбену.

Критерии оценки	Диапазон оценок		
	Низкая (1-2 балла)	Средняя (3-4 балла)	Высокая (5 баллов)
1. Относительная доля рынка	Менее 1/3 лидера	Более 1/3 лидера	Лидер
2. Отличительные свойства товара	Товар не дифференцирован	Товар дифференцирован	Товар уникален
3. Издержки	Выше, чем у прямого конкурента	Такие же, как у прямого конкурента	Ниже, чем у прямого конкурента
4. Степень освоения технологии	Осваивается с трудом	Осваивается легко	Осваивается полностью
5. Каналы товародвижения	Посредники не контролируются	Посредники контролируются	Прямые продажи
6. Имидж	Отсутствует	Развит	Сильный имидж

Таблица 2 - Оценка конкурентоспособности ПАР «ЭЛСИБ» .

Критерии оценки	ПАО «ЭЛСИБ», г. Новосибирск	ПАО «Силовые машины», г. Санкт-Петербург	ООО "Электротяжмаш-Привод", г. Лысьва
1.Относительная доля рынка	2	4	2
2.Отличительные свойства товаров	4	4	4
3.Издержки	4	1	5
4.Степень освоения технологии	4	4	4
5.Каналы товародвижения	5	5	5
6.Имидж	3	2	5
Сумма баллов	22	20	25

Критерий 1: Доля рынка компаний: ПАО «ЭЛСИБ» 2% (2 балла); ПАО «Силовые машины» 33% (4 балла); ООО "Электротяжмаш-Привод" 1,4% (2 балла).

Критерий 2: Товары выбранных нами компаний в равной степени дифференцированы, поэтому присваиваем 4 балла одинаково всем организациям.

Критерий 3: Коэффициент рентабельности затрат за 2019 год: ПАО «ЭЛСИБ» 14%; ПАО «Силовые машины» -1%; ООО "Электротяжмаш-Привод" 18%. На основе этого были расставлены следующие баллы: 4, 1, 5 соответственно.

Критерий 4: Компании осваивают новшества и инновации, также ведут разработки собственных технологий. Однако есть сложности в техническом переходе (4 балла).

Критерий 5: У всех компаний продажи проходят без посредников (5 баллов).

Критерий 6: ПАО «ЭЛСИБ» имеет неоднозначный имидж. Работники отзываются о ней крайне неприятно, жалуясь на частую задержку заработной платы, а контрагенты на постоянную задержку оплаты обязательств (3 балла).

В 2019 году у ПАО «Силловые машины» произошел инцидент, компания поставила индийской компании, занимающейся строительством АЭС «Куданкулам» некачественные турбины, из-за чего было озвучено предложение о замене российского оборудования на японское. Для компании это было крахом репутации (2 балла).

ООО "Электротяжмаш-Привод" является одним из лидеров на Российском рынке и по итогу 2019 года, по результатам экспертной оценки Центра аналитических исследований, предприятие «Электротяжмаш-Привод» вошло в Рейтинг надежных партнеров (5 баллов).

Лидером среди данных компаний признается ООО "Электротяжмаш-Привод", ему присваивается коэффициент 1. ПАО «Силловые машины» 0,8 и ПАО «ЭЛСИБ» с 0,88.

Мы видим, что высокая конкурентоспособность у ООО "Электротяжмаш-Привод", остальные компании имеют средне развитую конкурентоспособность.

Рекомендации для ПАО «ЭЛСИБ»: необходимо улучшение имиджа компании, путем налаживания отношений с контрагентами, в связи с несвоевременными выплатами по своим обязательствам; налаживание работы колл-центра и повышение качества обслуживания; увеличение доли рынка посредством сотрудничества с зарубежными потребителями, ориентация на международные стандарты качества, снижение вероятности брака и улучшения контроля на производстве.

Литература:

1. Захаров А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения / А.Н. Захаров, А.А. Зокин // Бизнес и банки. –2018. – № 1–2. – С. 1–5.
2. ООО «Электротяжмаш-Привод»: официальный сайт. URL: <https://privod-lysva.ru/index.php?id=1332>
3. ПАО «Силловые машины»: официальный сайт. URL: <https://power-m.ru/company/>
4. ПАО «ЭЛСИБ»: официальный сайт. URL: <https://elsib.ru/ru>.

РИСКИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ И СПОСОБЫ ИХ УПРАВЛЕНИЯ

С.С. Чупина, Р.Н. Шматков

Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, chs1405@mail.ru.

В данной статье рассмотрены важные аспекты управления рисками. Так как создание малого бизнеса – это само по себе является альтернативой слову «риск», важно понимать, что существует целый алгоритм действий во избежание рисков и угроз для предприятия. Также в этой статье представлены подробные ответы на вопрос «зачем?» нужно управление рисками на предприятии.

This article discusses important aspects of risk management. Since the creation of a small business is itself an alternative to the word "risk", it is important to understand that there is a whole algorithm of actions to avoid risks and threats to the enterprise. This article also provides detailed answers to the question "why?" need risk management in the enterprise.

Открывать бизнес рискованно. На протяжении всего предпринимательского пути можно совершить дорогостоящие ошибки. И есть много вещей, находящихся вне контроля, которые могут повлиять на предприятие. Хотя предотвратить угрозы можно не всегда, можно защитить себя с помощью управления рисками малого бизнеса.

Управление рисками малого бизнеса требует значительной подготовительной работы.

1. Определение потенциальных рисков

Первый шаг в управлении рисками малого бизнеса - это знать, какие события могут повлиять на компанию.

Риски делятся на две основные категории:

1) Внутренние риски: угрозы в рамках бизнеса, которые обычно можно контролировать.

2) Внешние риски: угрозы, выходящие за рамки бизнеса и контроля.

Многие внутренние риски могут отрицательно сказаться на бизнесе. Некоторые из них связаны с людьми, а другие - с материальными активами.

Общие внутренние риски включают:

- Мошенничество с заработной платой
- Текучесть кадров
- Высокий уровень прогулов
- Ремонт оборудования

- Кража времени
- Сбои в работе технологий

Внутренние риски могут привести к потере времени и падению прибыли бизнеса.

Существует много факторов вне бизнеса, которые очень сложно или невозможно контролировать. Но необходимо идентифицировать внешние риски для того, чтобы подготовить бизнес к возможным угрозам.

Вот некоторые общие внешние риски:

- Экономические спады
- Изменения в законах
- Стихийные бедствия
- Личный конфликт

Нельзя отказаться от прогнозирования влияния внешних рисков на бизнес. Иначе это повлечет за собой необратимые результаты.

2. Измерение рисков

Следующим шагом управления рисками компании является оценка рисков. Некоторые риски более вероятны, чем другие. Существует необходимость оценки влияния возможных рисков.

При оценке рисков нужно:

- Создать шкалу вероятности
- Прогнозировать финансовые убытки
- Ранжировать риски

3. Планирование рисков

Когда дело доходит до нашей личной жизни, мы намечаем потенциальные риски и планируем стратегии, чтобы обезопасить себя.

Например, мы:

- Делаем прививки, чтобы защититься от болезней
- Создаем сберегательные счета, чтобы использовать их в экстренных случаях

Конечно, мы можем никогда не столкнуться лицом к лицу с потенциальными угрозами. Но не лучше ли перестраховаться, чем сожалеть? Также и с бизнесом.

Нужно определиться, что можно сделать, чтобы предотвратить или спланировать риски.

Вот некоторые вещи, которые можно сделать:

- 1) Покупка различных видов страхования бизнеса
- 2) Создание соглашения о конфиденциальности сотрудников
- 3) Тщательное обучение сотрудников
- 4) Создание денежного резерва малого бизнеса
- 5) Проверка биографических данных перед приемом на работу

б) Проверка вашего бизнеса на наличие угроз безопасности

4. Пересмотр рисков

После выявления и планирования угроз лучше пересмотреть свой план управления бизнес-рисками.

По мере роста бизнеса могут возникнуть новые риски.

Как составить план управления бизнес-рисками? План управления бизнес-рисками отделен от малого бизнес-плана.

Лучше всего перечислить:

- Риски, которые могут повлиять на малый бизнес
- Действия, которые необходимо предпринять для предотвращения или ограничения рисков до того, как они произойдут
- Что нужно делать, чтобы бороться с угрозами после их возникновения

Любая современная организации может столкнуться с определенными рисками в своей деятельности, которые в последующем могут стать неким препятствием на пути к ее нормальному функционированию, а также могут отразиться на ее стабильности. Для того, чтобы сохранить стабильную динамику в бизнесе, должна существовать четко построенная система управления рисками, которая преследует в себе цель максимизации прибыли и, однозначно, повышение эффективности работы и снижения возможных потерь.

Литература:

1. Антонов, Г.Д. Управление рисками организации: Уч. / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В. М. Тумин. - М.: Инфра-М, 2018. - 48 с;
2. Уродовских, В.Н. Управление рисками предприятия: Учебное пособие / В.Н. Уродовских. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 320 с.
3. Rachel Blakely-Gray, Small Business Risk Management [Electronic resource] // Apr 23, 2019- URL: <https://www.patriotsoftware.com/blog/accounting/small-business-risk-management/> (accessed 01.04.2020).

**РОЛЬ СТУДЕНЧЕСКОГО ПРОФСОЮЗА В ФОРМИРОВАНИИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УНИВЕРСИТЕТА**

Д.А. Альжанова, В.А. Виниченко
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, alzhanova.diana25@mail.ru

По мнению авторов, значимую роль в формировании конкурентоспособности университетов играют студенческие профсоюзы. Для подтверждения этой гипотезы, было проведено исследование, направленное на выявление потребностей обучающихся в работе студенческих профсоюзов. Анализ полученных результатов опроса позволил выявить две ключевые проблемы: ограничения на проведение мероприятий в условиях пандемии и плохая информированность студентов о деятельности профсоюза.

According to the authors, student unions play a significant role in shaping the competitiveness of universities. To confirm this hypothesis, a study was conducted to identify the needs of students in the work of student unions. Analysis of the survey results revealed two key problems: restrictions on events in the context of the pandemic and poor awareness of students about the activities of the trade Union.

Студенческие советы, профсоюзы и прочие сообщества активистов всегда были важной частью университетской культуры. По мнению авторов, студенческие советы и их деятельность является одним из значимых элементов конкурентоспособности любого университета. Однако, анализ научных публикаций [2, 3, 4, 6] показал недостаточность внимания к студенческим профсоюзам в контексте конкурентоспособности образовательного учреждения.

Среди значимых критериев конкурентоспособности в упомянутых публикациях значатся: достаточные финансовые и материальные ресурсы; развитая инфраструктура университета; число научных публикаций; международная репутация и опыт интернационализации; доля иностранных студентов и пр.

В одном из исследований [4] автор относит внеучебную работу со студентами как критерий, составляющий конкурентоспособность университета среди прочих. При этом, в анализируемых статьях авторы считают важным для развития конкурентоспособности университета наличие иностранных студентов. Ряд российских университетов популярны среди иностранных студентов [1].

Правительственная квота позволяет ежегодно принимать 15 тысяч студентов. В ближайшие пять лет Министерство науки и высшего

образования РФ предполагает, что эта цифра будет увеличена вдвое. По данным информационного портала «Образование в России» за период 2017-2019 гг. в России обучалось около 257 тысяч иностранных студентов. С каждым годом эта цифра растет, ведь российское образование намного дешевле, чем в Европе или США [5].

Для изучения значимости студенческого совета в российских университетах был рассмотрен студенческий совет старост факультета бизнеса в Новосибирском государственном техническом университете. В рамках исследования было проведено анкетирование с целью выявления ключевых проблем, с которыми столкнулся совет старост.

Распространение анкеты происходило через социальные сети «В контакте» (VK), Instagram, а также через старост, кураторов групп и участников студенческого совета факультета бизнеса (ФБ). В совокупности, ссылку на анкету получили не менее 200 обучающихся. Обратную связь предоставили немногим более половины – 101 человек, что позволило обеспечить репрезентативность выборки.

В исследовании рассматривалось 4 блока вопросов.

1. Базовые условия – в этот блок были отнесены вопросы, позволяющие определить какие входные параметры у работы профкома имеются - наличие свободного времени у ребят, предпочтений в проведении досуга, хобби, опыта общественной жизни в анамнезе и пр.

2. Среда университета для развития – то, чем сейчас занимается профком, что он может предложить студентам в настоящее время, какие мероприятия проводятся традиционно в университете.

3. Информационная составляющая – в этом блоке рассматривались вопросы об узнаваемости профкома, наличие информации на сайте, предоставление информации о возможности вступления в профком старостами групп и пр.

4. Удовлетворенность – довольны ли студенты проводимыми мероприятиями, устраивают ли обучающихся условия, на которых привлекаются «помощники», какова репутация совета старост, имидж и др.

Как уже было сказано выше, обратную связь дали 101 человек, из которых 72,3 % слышали про студенческий актив ФБ, и лишь 2% тех, которые не слышали и не хотели бы вступать в совет (актив). Можно считать это хорошим показателем. Из числа опрошенных лиц 45,5% представляют возрастную группу 17–18 лет – то есть первокурсники. В первую очередь они заинтересованы во включении в актив факультета.

Большинство ребят слышаны и о ежегодно проводимых мероприятиях, но посещают их не все (35,7%). Главной причиной респонденты (57,6%) называют отсутствие свободного времени.

Экономическая рецессия и падение реальных доходов населения вынуждает большую часть студентов совмещать работу с процессом обучения, исключив, таким образом, возможность включения обучающихся во внеурочную деятельность. Оптимистично то, что 74,4% ответили, что при снятии такого ограничения, как дефицит времени – предложенные мероприятия с удовольствием бы посещали.

Еще одним интересным наблюдением стало то, что самым популярным конкурсом (90,9%) у обучающихся признан ежегодный конкурс красоты и талантов «Мисс и Мистер ФБ». Однако на вопрос: «Какое мероприятие Вы бы организовывали или приняли в нем участие?» 77,9% респондентов ответили, что хотели бы принять участие в мероприятии «Новый год на ФБ», в то время как конкурс красоты и талантов оказался на втором месте по популярности (55,8 %). Такие результаты дают основание полагать, соревновательный момент становится сдерживающим фактором в общественных мероприятиях и внеучебной деятельности. А ценности для современной молодежи представляются в дружеской и семейной обстановке, с чем и ассоциируется новый год. Отчасти это объясняется тем, что многие ребята иногородние и уехать на новый год к семье не всегда получается, особенно это касается студентов-иностранцев. Это может явиться хорошей базой для будущих исследований в контексте существующих ограничений.

Почти 95 % опрошенных уверены в необходимости студенческого самоуправления. Однако, многие (81,4 %) уверены, что студенческих советов эффективны будут лишь в том случае, если будет поддержка остальных студентов. Почти половина (49,5 %) думают, что совет может приносить пользу студентам лишь при поддержке администрации руководства университета.

Следует помнить, что студенческие советы и профсоюзы не только предоставляют возможность весело провести студенческую жизнь. Они дают шанс своим активистам приобрести важные навыки, которые сейчас высоко ценятся работодателями. Например, 38,3 % считают и уверены, что являясь участником студенческих активностей, смогут «прокачать» soft skills, а также получить управленческие навыки.

В условиях пандемии, многие мероприятия запрещены, что привело к снижению активности в том числе и новостных порталов. Это было принято во внимание и уже в октябре 2020 года проведено собрание активистов. На повестке дня решалась главная проблема: функционирование совета старост в условиях дистанционного формата. Было решено «оживить» сайты с помощью групп: введения новых

рубрик, акций, розыгрышей и заданий для ребят на привычных страницах социальных сетей VK и Instagram.

Увеличение численности иностранных студентов служит драйвером укрепления собственных позиций в международных рейтингах, а также повышения конкурентоспособности. Открытый образовательный диалог на международной арене положительно влияет не только на качество обучения, но и на конкурентоспособность университета. Создать привлекательные условия для иностранной молодежи способны студенческие профсоюзы.

Литература:

1. Виниченко В. А. Трансформация репутационного капитала университетов в современных условиях // Интеграция Сибири в глобальное социально-экономическое пространство: материалы междунар. эконом. симп., Томск 17–19 окт. 2019 – Томск: Издат. Дом ТГУ, 2020 – С. 137 – 147.

2. Дегтярев А. Н., Дегтярева Л. Р. Современные драйверы развития российского образования в условиях разнонаправленных вызовов [Электронный ресурс] // Экономика образования. – №2. – 2015. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-drayvery-razvitiya-rossiyskogo-obrazovaniya-v-usloviyah-raznonapravlennyh-vyzovov-1> (дата обращения: 07.10.2020).

3. Жданкина И. Ю., Шамин Е. А. Сущность и понятие конкурентоспособности образовательных организаций [Электронный ресурс] // Вестник НГИЭИ – №9(40). – 2014. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-ponyatie-konkurentosposobnosti-obrazovatelnyh-organizatsiy> (дата обращения: 05.10.2020).

4. Комарова Т. В. Конкурентоспособность российских вузов в мировом образовательном пространстве: основные тенденции и перспективы // Креативная экономика. – 2016. – Т. 10, № 4. – С. 423–432. – doi: 10.18334/ce.10.4.35120

5. Понявина М. Б., Селезнев П. С. Увеличение количества иностранных студентов в российских вузах как элемент государственной политики в сфере образования // Вестник Финансового университета. – 2020. – Т.10, №1 – С.104–108. – doi: 10.26794/2226-7867-2020-10-1-104-108.

6. Садик В.И. Детерминанты глобальной конкурентоспособности университетов: в поиске эффективной стратегии развития высшего образования на Украине // Вопросы образования. – 2014. – №1. – С. 134–161.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ СТРАТЕГИИ КАК ОСНОВА СТАБИЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

С.Б. Брезицкий, И.Л. Клавсун

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, sbrez1997@gmail.com

Актуальность темы исследования обусловлена значительным ростом объема экспорта как во всей России, так и в Новосибирской области в последние годы. Тенденция к увеличению объемов продаж российских предприятий за счет зарубежных рынков стремительно набирает обороты поскольку государство оказывает большую поддержку малому и среднему бизнесу в отношении внешнеэкономической деятельности. К такой поддержке можно отнести льготы на таможенные операции, регулярное проведение семинаров для предпринимателей и формирование электронных ресурсов в помощь экспортерам.

The relevance of the research topic is due to a significant increase in export volume both in all of Russia and in the Novosibirsk Region in recent years. The tendency to increase sales volumes of Russian enterprises at the expense of foreign markets is rapidly gaining momentum as the state provides tremendous support to small and medium-sized businesses in relation to foreign economic activity. Such support may include benefits for customs operations, regular seminars for entrepreneurs and the formation of electronic resources to help exporters.

Планирование выхода на зарубежные рынки требует учета многих внутренних и внешних особенностей, которые при прогнозировании и анализе способны служить предпосылкой успешного выхода предприятия на зарубежные рынки. Однако недостаточный учет этих особенностей может привести к немалым затратам, что также может сказаться на усложнении выхода на эти рынки.

К внешним особенностям выхода на зарубежные рынки, можно отнести:

- законодательную составляющую как со стороны государства-экспортера, так и со стороны государства-импортера;
- кросс-культурные особенности стран, в которые происходит или будет происходить ввоз продукции;
- особенности конкурентной среды;
- личные особенности партнеров, через которых товар будет достигать конечной точки поставки.

Основой стабильного развития внешнеэкономической деятельности предприятий в долгосрочном периоде является наличие конкретного

стратегического плана действий, который должен учитывать, как можно больше особенностей, связанных с возможностями и угрозами, исходящими из микро- и макросреды, от партнеров, конкурентов и других контрагентов внешней среды [1].

Исходя из научных взглядов на роль и содержание экспортной стратегии в рамках разработки и осуществления эффективной внешнеэкономической деятельности, можно дать следующее определение: «Экспортная стратегия – это комплексный план внешнеэкономической деятельности предприятия, разработанный для внедрения продукции на зарубежный рынок, а также формирование конкурентоспособности данной продукции на этом рынке» [8].

Цель экспортной стратегии – увеличение объемов реализации продукции и получение прибыли на зарубежных рынках в долгосрочной перспективе.

Выход на зарубежные рынки должен осуществляться в следующем порядке [6]:

1. Определение кода товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности для продукта, выводимого на экспорт;
2. Выбор стратегических зон хозяйствования (СХЗ) для реализации продукции и сегмент рынка, то есть кто будет покупателем (конечный потребитель или юридическое лицо);
3. Стратегический анализ СХЗ, с целью разработки экспортной стратегии.
 - 3.1. Анализ отрасли
 - 3.2. Анализ микросреды: потенциальных конкурентов, потребителей, партнеров;
 - 3.3. Анализ макросреды: политические, экономические, социальные, технологические тенденции
 - 3.3.1. Выявление внешнеэкономических барьеров на законодательном уровне;
 - 3.3.2. Анализ программ и проектов поддержки по стране-экспортеру и стране-импортеру;
 4. Таможенное оформление;
 5. Расчет общей схемы транспортировки продукции за рубеж, включая полную стоимость;
 6. Финансовая оценка всех сопутствующих затрат;
 7. Формирование стратегической и тактической программ продвижения на зарубежном рынке;
 10. Заключение контракта с иностранными контрагентами.

Анализ отрасли позволяет спрогнозировать возможности расширения экспорта предприятия. Также анализируются потребности покупателей и действия конкурентов.

Помимо формирования корпоративной и экспортной стратегии необходимо детализировать их на некоторые направления, которые разрабатываются для конкретных стратегических зон хозяйствования и сегментов зарубежных рынков, конкретной продукции и для производственных подразделений предприятия, которые осуществляют выпуск экспортного ассортимента.

Формирование экспортной стратегии может в себя включать следующие направления [2, 3, 4, 5]:

1. Инновационная стратегия представляет собой выход на зарубежный рынок с новыми товарами, которые отличаются уникальностью и имеют конкурентные преимущества перед товарами конкурентов. Популярность торговой марки позволяет более успешно предлагать новые товары старым потребителям.

2. Стратегия интернационализации – создание на зарубежных рынках производственных мощностей, что позволяет существенно сокращать логистические издержки при дальнейшем сбыте продукции, а также обходить барьеры и ограничения на импорт.

3. Стратегия диверсификации – это стратегия, направленная на включение дополнительных товарных номенклатур в экспортную программу для удовлетворения потребителей разных сегментов рынка.

4. Стратегия кооперации предполагает тесное сотрудничество с иностранными партнерами путем создания совместных предприятий и общей торговой марки, что позволяет использовать знания партнера об особенностях рынка, а также подразумевает использование производственных мощностей партнера.

5. Стратегия сегментации основывается на определении целевых сегментов зарубежного рынка для определения возможностей реализации продукции.

Формирование и реализация экспортной стратегии осуществляются в рамках корпоративной стратегии развития предприятия. Согласование стратегий предприятия определяется границами рентабельности деятельности предприятия [6].

Реализация экспортной стратегии ставит задачу формирования экспортного потенциала предприятия, то есть технологических, кадровых, производственных, инновационных коммерческих и финансовых ресурсов, которые позволяют предприятию выполнить задачу по реализации продукции за рубежом в объеме, предусмотренном целями экспортной стратегии в каждом периоде планирования [9].

Литература:

1. Ганеева К.В. Проблемы выхода отечественных предприятий на внешний рынок в условиях конкуренции / К.В. Ганеева, Ч.Э. Тулуева // Карельский научный журнал. – 2016. – Т. 5, №4(17) – С. 97–100.
2. Klavsuts I. L., Rusin G. L., Klavsuts D. A. // Managing the introduction of innovative energy saving technology of demand side management in regions of the world / 11 International forum on strategic technology (IFOST 2016) : proc., Novosibirsk, 1–3 June 2016. – NSTU. – Pt. 2. – P. 506-509.
3. Klavsuts I. L., Rusin G. L., Khayrullina M.V. Strategic models of introducing innovative technology for management of electric power consumption into world markets / Actual problems of electronic instrument engineering (APEIE–2016): тр. 13 междунар. науч.-техн. конф., Новосибирск, 3 – 6 окт. 2016 г.: в 12 т. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. – Т. 1, ч. 3. – С. 247-252.
4. Клавсуц И. Л., Русин Г.Л., Клавсуц Д.А. Управление внедрением инновационной энергосберегающей технологии в старопромышленных регионах СНГ и в северо-восточных азиатских регионах: опыт и перспективы // Модернизация российской экономики: перспективы, парадигмы, решения: сб. науч. ст. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2014. - С. 40-47.
5. Клавсуц И. Л. Инновационная деятельность в аспекте коммерциализации интеллектуальной собственности: монография / И. Л. Клавсуц, Г. Л. Русин. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. - 156 с.
6. Клавсуц И. Л. Корпоративное стратегическое управление: учеб. пособие / И. Л. Клавсуц. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. - 215 с.
7. Клавсуц И. Л. Распределенная энергетика от personal power до smart grid: проблемы и перспективы развития в контексте национальной технологической инициативы / И. Л. Клавсуц // Современная экономика и управление: институты, инновации, технологии. Совершенствование функций и методов управления в условиях инновационно-технологического развития экономики: монография. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. - С. 29-40.
8. Королев В.И., Королева Е.Н. Внешнеторговый менеджмент: содержание и инструменты // Российский внешнеэкономический вестник – 2015. – №1. – С.94 –103.
9. Полячкова Д. В. Повышение эффективности экспортной деятельности промышленных предприятий // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 6 – С.101-105.

ДОВЕРИЕ КАК АТТРИБУТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ю.А. Вавилова, Н.Л. Микиденко

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, julia_vavilovaaa@mail.ru

В статье исследуются проблемы цифрового доверия к цифровым институтам, технологиям и цифровым платформам. Доверие относится к числу феноменов, играющих значимую роль в установлении и поддержании социальных взаимодействий и становится одним из ключевых элементов успешности в онлайн-среде. Цифровое доверие рассматривается как уверенность пользователей в способности цифровых институтов, предприятий, организаций, технологий и процессов создать безопасный цифровой мир и измеряется степенью уверенности потребителей, партнеров и сотрудников в способности организации защитить личные данные и конфиденциальность цифровых потребителей.

The article examines the problems of digital trust in digital institutions, technologies, and digital platforms. Trust is one of the phenomena that play a significant role in establishing and maintaining social interactions and is becoming one of the key elements of success in the online environment. Digital trust is seen as the confidence of users in the ability of digital institutions, businesses, organizations, technologies, and processes to create a secure digital world, and is measured by the degree of confidence of consumers, partners, and employees in the organization's ability to protect the personal data and privacy of digital consumers.

Доверие относится к числу феноменов, играющих значимую роль в установлении и поддержании социальных взаимодействий. Н. Луман описывает доверие как значимый фактор для существования общества [1]. Доверие выступает основой, на которой становятся возможными взаимодействия. Фундаментальной характеристикой доверия выступает вера в надежность других людей как партнеров по взаимодействию или в более широком контексте как системное доверие миру в целом, который устроен таким образом, что ему можно доверять. О.А. Донских, Ю.С. Захир, Н.Л. Микиденко отмечают, что «утвердилось представление о значимой роли доверия в легитимации социального порядка, функционировании социальных институтов, консолидации общества» [2, с. 284].

Широкое внедрение и проникновение цифровых технологий актуализирует вопросы доверия в контексте цифровой экономики. М.А. Дедюлина полагает, что «доверие становится одним из ключевых элементов успеха в онлайн-среде» [3, с. 54]. Мир вошел в эпоху цифровой экономики, а ее развитие стало стратегической целью для большинства стран мира. Так, в России приняты «Стратегия научно-технологического

развития» (Указ Президента РФ от 1.12.2016 № 642) [4], «Стратегия развития информационного общества на 2017–2030 гг.» (Указ Президента РФ от 9.05.2017 № 203) [5], программа «Цифровая экономика РФ», а в странах Евразийского экономического совета (2017) утверждены направления цифрового развития до 2025 г [6]. Важную роль в развитии цифровой экономики играет доверие. В заявлении министров стран G20 по торговле и цифровой экономике (Япония, 8-9 июня 2019 г.) поставлена задача укрепления доверия к цифровой экономике, что позволит воспользоваться преимуществами цифровизации и противостоять связанным с ней вызовами [7]. В то же время многие аспекты доверия в цифровой экономике еще не исследованы должным образом. Например, доверия к цифровым технологиям, платформам и цифровым учреждениям. По данным, известной исследовательской и консалтинговой компании Gartner доверие к социальным сетям и другим цифровым институтам, снизилось, растет обеспокоенность по поводу защиты данных и конфиденциальности [8].

«Цифровое доверие» стало предметом исследований. В англоязычной литературе используются термины: «digital trust» и the digital trust environment. Среди зарубежных исследований доверия обращают на себя внимание исследования компаний KPMG [9], Accenture [9], Дж. Харлея (Jim Hurley) [10]. Chon Abraham, Ronald R. Sims, Sally Daultrey, Anne Buff, Anne Fealey определяют доверие как поведенческие и культурные принципы, которые включают конфиденциальность, безопасность, защиту и управление данными [11]. В исследовании Accenture цифровое доверие рассматривается как безопасные и прозрачные отношения и взаимодействие между компанией, ее сотрудниками, партнерами и клиентами [12]. По мнению Дж. Харлея цифровое доверие включает в себя удобство, опыт пользователя, репутацию, прозрачность и целостность [13]. Составители Digital Evolution Index полагают, что доверие - ключевой фактор, определяющий конкурентоспособность цифровой экономики страны; а поддержание темпов инновационного развития требует приоритета в повышении уровня доверия к цифровым технологиям [14]. Структура цифрового доверия включает в себя: среда, опыт, отношения и поведение [14]. Цифровое доверие определяется как доверие пользователей к способности цифровых институтов, предприятий, организаций, технологий и процессов создавать безопасный цифровой мир. Составляющими элементами цифрового доверия являются безопасность, конфиденциальность, надежность, этичность отношений между поставщиками и потребителями при предоставлении цифровых услуг. Степень цифрового доверия отражает степень уверенности потребителей, партнеров и сотрудников в

способности организовать защиту персональных данных и конфиденциальности потребителей цифровых услуг. Т. Клау, партнер, руководитель отдела анализа и контроля рисков и корпоративного управления PwC, считает, что цифровое доверие позволит компаниям полностью раскрыть свой потенциал. Он выделил семь направлений в области цифровых технологий, которые уже могут дать импульс развитию бизнеса и основаны на доверии. Это социальные сети, мобильные технологии, аналитика данных, облачные технологии, гиперподключенность, цифровая идентичность и скорость изменений [15].

Укрепление цифрового доверия становится важным условием внедрения цифровых технологий, а также одним из основных инструментов развития бизнеса. Также необходимы дополнительные научные исследования по этому вопросу, особенно в связи с его новизной.

Литература:

1. Luhman N. Trust and Power: Two Works / translated by Howard Devis, John Raffan and Katryn Rooney. Chichester: Wiley, 1979. 208p.
2. Донских О.А., Захир Ю.С., Микиденко Н.Л. Образовательные институты: проблемы исследования доверия // Вестник НГУЭУ. – 2017. – № 3. – С. 283–292.
3. Дедюдина М.А. Доверие в мире информационно-компьютерных технологий // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 12-3 (74). – С. 54-56.
4. Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016г. № 642 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41449>. (дата обращения: 06.11.2020)
5. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017г. № 203. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919>. (дата обращения: 06.11.2020)
6. Об основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года. [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/555625953>. (дата обращения: 06.11.2020)
7. Осацкая декларация лидеров стран «Группы двадцати» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/5425> (дата обращения: 06.11.2020)
8. В Gartner сформулировали принципы регулирования цифрового общества [Электронный ресурс]// Computerworld Россия. – URL:

<https://www.computerworld.ru/news/V-Gartner-sformulirovali-printsipy-regulirovaniya-tsifrovogo-obschestva> (дата обращения: 06.11.2020)

9. Building digital trust: The role of data ethics in the digital age. AccentureLabs [Электронный ресурс]. –

URL: <https://nifi.ru/images/FILES/trends> (дата обращения: 06.11.2020)

10. Accenture Technology Vision for Banking. Digital Trust: Erase the trust paradox in banking [Электронный ресурс]. – URL: https://www.accenture.com/t20160529_t211723_w_us-en/_acnmedia/pdf-20/accenture-banking-tech-vision-digital-trust.pdf. (дата обращения: 06.11.2020)

11. Digital Trust – The Foundation of Digital Transformation [Электронный ресурс]. – URL: https://www.unisys.com/Style%20Library/Unisys/usi2018/reports/DigitalTrust_TheFoundationofDigitalTransformation.pdf. (дата обращения: 06.11.2020)

12. Chon Abraham, Ronald R. Sims, Sally Daultrey, Anne Buff, Anne Fealey. How Digital Trust Drives Culture Change [Электронный ресурс] – URL:

<https://sloanreview.mit.edu/article/how-digital-trust-drives-culture-change>. (дата обращения: 06.11.2020)

13. The State of Cyber security and Digital Trust 2016. Identifying Cyber security Gaps to Rethink State of the Art [Электронный ресурс] – URL: https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-22/accenture-data-ethics-pov-web.pdf. (дата обращения: 06.11.2020)

14. The Digital Evolution Index 2017 [Электронный ресурс]: – URL: https://globalrisk.mastercard.com/wpcontent/uploads/2017/07/Mastercard_DigitalTrust_PDFPrint_FINAL_AG.pdf. (дата обращения: 06.11.2020)

15. PWC Россия [Электронный ресурс] – URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/digital-trust-insights-2021.html> (дата обращения: 06.11.2020)

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В МАЛОМ ИННОВАЦИОННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

М.Е. Власов, Е.С. Горевая

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, vl.mota@mail.ru**

В статье рассматриваются факторы, обеспечивающие эффективное управление бизнес-процессами в малом инновационном предприятии. Данные

исследования будут перенесены на МИП, работающий на базе НГАСУ (Сибстрин)

The article discusses the factors that ensure effective management of business processes in a small innovative enterprise. The research data will be transferred to the MIP operating on the basis of NGASU (Sib-strin)

Возможности успешного развития предприятий, функционирующих в различных сферах в долгосрочном периоде во многом связаны с эффективным функционированием и развитием бизнес-процессов. Грамотная наладка и реализация бизнес-процессов влечёт за собой повышение производительности, увеличение объемов продаж, контроль над затратами в процессе производства и другими функциями и рост устойчивости предприятия.

Особого внимания заслуживает вопрос грамотной и профессиональной настройки бизнес-процессов внутри организации. Как известно, «бизнес-процесс – это один из самых важных ресурсов организации, суть которого заключается в выполнении определенных действий, приводящих производственный процесс к запланированному результату».

Малые инновационные предприятия – это относительно новые хозяйствующие субъекты в сфере рыночной экономики, характеризующиеся независимостью и адаптивностью, призванные выполнять задачи по структурной перестройке производства, по расширению международного научно-технического сотрудничества и росту престижа страны в мире на основе разработки, освоения и реализации нововведений (прежде всего принципиально новых) и создания обстановки восприимчивости различных инноваций.

Многие ВУЗы согласно ФЗ №217 после вступления его в силу, имея определенные лаборатории и прочую базу, стали открывать малые инновационные предприятия [2].

Так, при Новосибирском Государственном архитектурно-строительном университете (Сибстрин) было создано малое инновационное предприятие «НИК УОФ», основным видом деятельности которого является научные исследования и разработки инновационных строительных материалов, их испытание и продвижение на рынок.

Их инновационная продукция долгое время не могла выйти на строительный рынок. Наблюдаются существенные сбои в бизнес-процессах, связанных с продвижением и продажей новой продукции. Продвижением занимаются люди, которые и разработали продукт (не имеют специального образования). Процесс сбыта практически отсутствует.

Очень актуальным вопросом является осуществление управления бизнес-процессами МИПа, влияющих на успешность предприятия. Малые инновационные предприятия характеризуются самостоятельностью, относительной независимостью, призваны решать вопросы по структурной перестройке производства и повышения эффективности показателей социально-экономического развития. Но важнейшей особенностью, характерной лишь для малых инновационных предприятий, являются конкретные пути достижения поставленных задач экономического и социального характера. Такими путями являются разработка и реализация различных инноваций (продуктовых, технологических, управленческих и др.), повышение конкурентоспособности продукции и производства, создание обстановки инновационности в масштабе города, отрасли, региона и страны в целом [1].

Управление бизнес-процессами МИПа включает четыре основных функции [3]: планирование; организация; мотивация; контроль.

Планирование – это процесс составления планов организации, т.е. такой этап управления, на котором определяются цели деятельности организации, ресурсы, необходимые для достижения этих целей и способы достижения поставленных целей.

Планирование представляет собой начальный этап управления, т.к. без четкого представления о целях деятельности не имеет смысла приступать к работе. Кроме того важно понимать, какие ресурсы (оборудование, деньги, специалисты, технологии и т.п.) выделяются для достижения этой цели и как они будут использоваться. Пожалуй, одним из главнейших элементов любого плана является указание на сроки выполнения каждого его пункта (сроки достижения целей).

Например, в представленном МИПе функция планирования не была организована должным образом. Эти функции выполнял человек, не имеющий специального образования, на мой взгляд, это самое важное упущение. Поэтому, необходимо нанять или попросить помощи у людей, имеющих профильное образование.

Организация – это функция, заключающаяся в правильном распределении задач, полномочий, ответственности и ресурсов между исполнителями и обеспечение их совместной работы. Когда организационные задачи касаются всего предприятия в целом (или его крупных частей), то говорят, что менеджмент формирует организационную структуру управления (ОСУ) компанией.

Выбор правильной организационной структуры и рациональное распределение между сотрудниками задач, полномочий и ресурсов позволяют эффективно предприятию работать только в том случае, если

исполнители (да и руководители тоже) будут понимать свою выгоду от успешной работы, видеть перспективы своего развития, соглашаться с установленными в компании порядками и принимать ее нравственные ценности [3].

Обеспечить выполнение этих сложных условий в коллективе можно только путем специальной работы, которая называется мотивированием или стимулированием персонала, или просто мотивацией.

Мотивация – это активизация деятельности персонала и побуждение его к эффективному труду для достижения целей организации.

С помощью этой функции менеджмент создает условия работы на предприятии, в которых становится выгодно и удобно работать всему коллективу. Строго говоря, слово «мотивация» означает особое внутреннее (психологическое) состояние человека, побуждающее его действовать определенным образом. Однако в менеджменте этим термином обозначается одна из функций управления – действия руководителя, направленные на формирование таких мотивов поведения сотрудников, которые побуждали бы их действовать не только в своих интересах, но и в интересах компании.

Если сотрудники осознают свою выгоду, понимают и принимают цели и ценности своей компании, то значительно повышается их сознательность и производительность труда.

Этот фактор в МИПе был одним из самых отлаженных. Все участники были нацелены на результат.

Контроль – это процесс, в ходе которого менеджмент определяет, во-первых, достигнуты или нет цели организации, а, во-вторых, верными ли были решения и не нуждаются ли они в корректировке. Другими словами, контроль – это оценивание результатов труда в организации и формирование на их основе соответствующих выводов и решений [3].

Менеджерам в МИПах приходится контролировать соблюдение сотрудниками трудовой дисциплины, количество и качество производимой продукции, соблюдение графиков отгрузки товаров, выполнение заданий и многое другое.

Контроль осуществлялся на всех уровнях, так как организация существует на деньги инвесторов и университета в частности. Каждый сотрудник осуществлял самоконтроль. Организация действовала по принципу саморегулирования.

После анализа ситуации на предприятии и выявления факторов, влияющих на эффективность бизнес-процессов можно наметить шаги для улучшения ситуации с процессами продвижения инновационных разработок.

Во-первых, необходимо нанять сотрудника, который имеет навыки продвижения и имеет соответствующее образование. Во-вторых, отладить процесс работы отдела продвижения и этот отдел должен подчиняться человеку с компетенциями «продажника». В-третьих, перед продавцами необходимо определить планы продаж, организовать контроль за их исполнением и подобрать оптимальную мотивирующую систему поощрения.

Данные шаги позволят малой инновационной компании более успешно реализовывать свой новый продукт на рынке.

Исходя из всего вышесказанного, можно определить основные факторы, влияющие на эффективность бизнес-процессов в малом инновационном предприятии – ими являются базовые функции управления, а именно: планирование; организация; мотивация; контроль. При помощи этих факторов и их чёткой работе, можно добиться эффективности работы всей организации.

Литература:

1. Комшило А.П., Прохода И.А. Управление бизнес-процессами малых инновационных предприятий [Электронный ресурс] // Материалы IX Международной студенческой научной конференции: Студенческий научный форум. – URL: <http://scienceforum.ru/2017/article/2017040526> (дата обращения: 12.11.2020).

2. Федеральный закон РФ №217-ФЗ от 02.09.2009 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения результатов интеллектуальной деятельности».

3. Прохода И.А. Стимулирование инновационной деятельности малых инновационных предприятий// Вестник Брянского государственного университета. – 2014. –№3. – С.206-209.

ПРОБЛЕМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ В РОССИИ

С.А. Гусельникова, В.В. Тропникова
ГАПОУ НСО Новосибирский медицинский колледж
г. Новосибирск, mr_smile_01@mail.ru

В статье рассмотрены вопросы международной стандартизации методов анализа лекарственных препаратов и проверки контроля их качества. Выявлены проблемы проверки качества вновь созданных препаратов, необязательность

независимой оценки протоколов исследований, законодательная незащищенность участников исследований. Сделан вывод о необходимости усиления государственного контроля за участниками фармацевтического рынка.

The issues of international standardization of methods for the drugs analysis and verification of their quality control are discussed in this article. The problems of quality control of newly created drugs, the lack of an independent assessment of research protocols, and the legal insecurity of research participants are identified. The conclusion about the need to strengthen state control over the participants of the pharmaceutical market is made.

Актуальность темы связана с необходимостью продвижения российских фармацевтических препаратов, соответствующих мировым стандартам качества, обеспечению их безопасности и снижению фальсификата лекарственных препаратов. Целью статьи является изучение проблем, связанных с использованием методик контроля качества лекарственных средств в России. Приоритеты мирового сообщества производителей лекарственных средств направлены не только на их производство, но и на разработку методик контроля качества лекарственных препаратов, на искоренение болезней, таких, как COVID 19, ВИЧ и других, на преодоление проблем лекарственной устойчивости.

Исторические аспекты формирования методик анализа и различных спецификаций оценки качества как субстанций, так и готовых лекарственных форм, свидетельствуют о длительном пути, накопленном Международной Фармакопеей (сборником официальных документов стандартов и норм качества лекарственного сырья) и используемых членами Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ) и Россией, в том числе, в качестве основы для требований к фармацевтическому качеству лекарственных средств. Независимый подход формирования фармакопейных статей основан на процедурах консультаций, международном опыте использования лекарственных средств по программам здравоохранения, проводимых ВОЗ, на уточнении дозировок и состава препаратов, обращается особое внимание на прописи сильнодействующих препаратов. И если первое издание Международной Фармакопеи (1951 г.), имело целью создание объединенной фармакопеи, то последующие акцентировали внимание спецификациям контроля качества фармацевтических препаратов и новым аналитическим методам [1]. Четвертое издание Международной Фармакопеи (2006 г.), содержит 5 томов, включающих как международный опыт по общим методам анализа, спецификации качества жизненно важных лекарственных субстанций, так и определения, методы и общие требования проверки качества

фармсубстанций и вспомогательных веществ и их дозировка [1]. Значительна роль накопленной базы данных Фармакопеями Британии и США.

Глобализация проблем здравоохранения, например, распространение COVID 19, выдвигает новые требования к фармацевтической отрасли. Рынки сбыта масштабируются, материальные и технологические средства концентрируются, потребительский рынок выходит за пределы стран-производителей.

Особенностью становится активный вариант признания определенных правил проверки качества, прописанных в фармакопее одной страны, другой страной. Так, Канада признала фармакопею США. Однако, проводится работа по представлению интересов канадской фармотрасли. Другой особенностью становится организация совместных производств лекарственных препаратов несколькими странами. Например, Индия привлекательна для инвесторов фармацевтического рынка Японии. При открытии филиалов в Индии, японские фармкомпании используют свои стандарты, прописанные в фармакопее Японии.

Проблемы для российского рынка фармацевтических препаратов является то, что в настоящее время фирмы стремятся сократить издержки и осуществляют экономию на сырье. Оригинальные препараты дороги, происходит их замена на дженерики, велик процент фальсифицированных препаратов.

Не смотря на наличие фармакопейных стандартов, допускаются отклонения в методиках оценки качества лекарственных препаратов в России [2]. Лекарственные препараты и контроль качества регламентируется не ГОСТами, а Государственной фармакопеей России, причем нормативная база, например, для биологических стандартных образцов, должна разрабатываться строго на основе рекомендаций ВОЗ [3].

Период пандемии COVID 19, признанной ВОЗ, выявил негативные процессы, связанные с ускоренными проверками и упрощенным порядком получения доказательств эффективности препаратов в исследованиях. Международные стандарты качества не соблюдаются. Например, необязательной становится независимая оценка протокола исследования, требования к получению информированного согласия не прописаны, страхование жизни и здоровья участников исследований не производится, строгого государственного и общественного внешнего контроля за безопасностью пациентов не осуществляется. При рыночных отношениях страдают не только участники экспериментов, но и для

конечных потребителей лекарственных препаратов создаются дополнительные риски, связанные с ухудшением здоровья.

Таким образом, данные проблемы являются прерогативой государственного вмешательства, а развитие фармацевтической промышленности, как элемент стратегии сохранения здоровья нации, требует усиления контроля за деятельностью фармацевтических компаний [4].

Общий вывод: глобализация экономических отношений требует учета существующих национальных особенностей и специфики использования лекарственных препаратов в национальных и региональных фармакопеях с унификацией методов анализа качества лекарственных препаратов [5]. Государственная фармакопея России как гарант качества лекарственных препаратов для всех участников фармотрасли, начиная от разработчиков и заканчивая потребителями, должна гармонизировать свои отношения с международными фармакопеями и производить качественные фармацевтические анализы всех стадий жизненного цикла лекарственных препаратов, направляя свои усилия на контроль качества препаратов, предоставляемых гражданам России.

Литература:

1. The International Pharmacopoeia. Fourth Edition – First Supplement. [Электронный ресурс] – URL: <http://158.232.12.119/medicines/publications/pharmacopoeia/Flyer-Pharma08.pdf> (дата обращения: 03.11.2020).
2. Наркевич И.А. Государственная фармакопея Российской Федерации в практике современного фармацевтического анализа // Ведомости НЦЭСМП. – 2016. – №2. – С. 35-37.
3. Волкова Р.А., Фадейкина О.В., Климов В.И., Саканян Е.И., Олефир Ю.В. Актуальные вопросы стандартных образцов в сфере обращения биологических лекарственных средств // Биопрепараты. Профилактика, диагностика, лечение. – Т.16, №4. – 2016. – С.229-237.
4. Колесова Т.Л., Тропникова В.В. Развитие фармацевтической промышленности как элемент стратегии сохранения здоровья нации // Качество и полезность в экономической теории и практике. Материалы VII Всероссийской практической конференции с международным участием. Отв. ред.: В.А. Сибирцев. – Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления, 2014. – С.85-90.
5. Титова А.В., Садчикова Н.П. Роль фармакопеи в условиях глобализации экономики стран и пути ее развития // Ведомости НЦЭСМП. – 2016. – № 2. – С.42-49.

ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЯЮЩЕЙСЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Д.Г. Дьяченко, Н.А. Щербакова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, dyachenko.danil.97@mail.ru**

В данной статье рассмотрена трансформация управления российской коммерческой недвижимостью в условиях изменяющейся внешней среды. В процессе анализа перспектив развития данного рынка были определены новые востребованные форматы помещений и их особенности, которые заменят часть традиционных форматов в таких сегментах коммерческой недвижимости, как офисной, торговой, складской и производственной. Сделан вывод о необходимости учета трансформации форматов помещений при управлении коммерческой недвижимостью.

This article examines the transformation of the management of Russian commercial real estate in a changing external environment. In the process of analyzing the prospects for the development of this market, new demanded formats of premises and their features were identified, which will replace some of the traditional formats in such segments of commercial real estate as office, retail, warehouse and industrial. It is concluded that it is necessary to take into account the transformation of premises formats in the management of commercial real estate.

В условиях продолжающейся кризисной ситуации 2020 года, которая охватила все сферы жизни общества, российский рынок коммерческой недвижимости несколько изменился. Правильно организованный механизм управления объектами коммерческой недвижимости в сложившейся ситуации во многом определяет способность оставаться конкурентоспособным. Актуальность исследования обусловлена тем, что для эффективного функционирования многие компании-собственники имущества, предназначенного для аренды, не могут быстро адаптироваться к фундаментальным изменениям конъюнктуры, что в итоге приводит к проблемам, способствующим снижению прибыли. Одной из таких проблем является отсутствие понимания со стороны арендодателей предпочтений и видения поведения клиентов-арендаторов в оптимизации форматов рабочего пространства под новые специфические особенности.

Коммерческая недвижимость – группа нежилых объектов недвижимости, предназначенная для коммерческой деятельности с целью получения в интересах собственника денежных потоков (прибыли от продажи или зачастую доходов от аренды в долгосрочной перспективе) [1, 5]. В сегментах коммерческой недвижимости принято

выделять офисную, торговую, складскую и производственную недвижимость [6].

Рассмотрим тенденции трансформации форматов организации помещений в качественно новые в обозначенных выше сегментах коммерческой недвижимости, которые определяют в дальнейшем перспективы развития этого рынка в посткризисной обстановке.

В сегменте офисной коммерческой недвижимости эпоха традиционных помещений, когда крупная корпорация занимает целое здание для ведения своей деятельности, в конечном итоге будет не так популярна у представителей малого и среднего бизнеса. Однако, в связи с тем, что таким крупным корпорациям необходимо строго следить за своей безопасностью и конфиденциальностью информации, такой формат все же займет малую долю рынка коммерческой недвижимости. Аналитики консалтинговой компании PwC дали оценку, как будет развиваться сфера аренды коммерческой недвижимости в России после 2020 года. По их словам, наиболее актуальными становятся новые концепции рабочего помещения, сформировавшиеся за последние годы под влиянием развития технологичности и тренда *sharing economy* - зоны коворкинга, активизация мобильности сотрудников, внедрение принципа *space-as-a-service* [2].

Сегодня наряду с коворкингом растет спрос на «гибкие офисы». Гибкий офис - рабочее пространство будущего, объединяющее комплекс сервисных услуг и комфортные условия аренды [4]. Гибкость содержит в себе следующие особенности:

- гибкие условия аренды по времени и количеству рабочих мест (всегда можно легко взять дополнительные места или сократить их без штрафных издержек);
- многофункциональная планировка в соответствии с типом выполняемой работы (свободное разграничение и множество вариантов зон рабочего пространства под запрос арендатора);
- арендные платежи «все включено» (арендодатель включает в стоимость помещения затраты на сервисы: интернет, клининг, охрана, видеонаблюдение и т.д.);
- оснащение офисного пространства под ключ (арендодатель под нужды резидента делает ремонт, закупает оборудование и мебель).

Рассмотрим изменения в секторе торговой недвижимости. Как утверждают аналитики Data Insight, ускорение роста объема продаж товаров посредством *e-commerce* в России с 1,7 трлн руб. в 2019 году до 2,5 трлн руб. до конца 2020 с учетом пандемии приведет к изменению потребительского поведения покупателей [3].

Чтобы привлечь внимание потребителей в торговые центры, ритейлеры должны использовать арендные магазины в новом формате с необычной атмосферой. Так начинают появляться магазины формата showroom – демонстрационное пространство для товаров, которые можно лично оценить их внешний вид и качество, но вот купить товар можно только онлайн [2].

Еще один интересный формат магазина – это pop-up store. Представляет собой временную коммерческую точку в торговых центрах или на мероприятиях, например, на выставках или фестивалях. Для привлечения внимания покупателей ритейлеры в этом случае продумывают уникальное оформление и философию бренда.

Таким образом, сдвиг части спроса с офлайн на онлайн торговлю повлиял на уровень проходимости в торговых центрах в сторону снижения. Для собственников коммерческой недвижимости возникает новая задача по сдерживанию прежнего уровня заполняемости арендных площадей с помощью ввода выставочных зон и новых форматов пространства.

Изменения коснулись и сектора производственно-складской недвижимости. Благодаря развитию e-commerce складская недвижимость в текущей нестабильной ситуации находится в стабильном состоянии. Появление новых форматов складских и производственных помещений, изменение структуры арендаторов в сторону централизации онлайн-ритейлеров, ввод на рынок проектов по принципу build-to-suit будет способствовать росту сегмента в долгосрочной перспективе. Тем не менее, опрос экспертов рынка со стороны компании PwC подкрепил доводами, что самыми востребованными новыми форматами и перспективными для инвестирования крупнейшими поставщиками услуг являются помещения центров обработки данных, далее следуют помещения оптово-распределительных центров и склады self-storage [2].

Помещения ЦОД – площади для размещения, обработки и хранения информации на серверах и функционирования сетевого оборудования.

Помещения формата ОРЦ - место хранения, обработки, упаковки и перераспределения оптовых партий продукции сельскохозяйственного производства непосредственно мелким оптовикам и розничному звену.

Склады self-storage – система различных по размеру индивидуальных защищенных боксов для хранения бытовых материальных ценностей физических лиц или ассортимента товаров юридических лиц.

Но все-таки, несмотря на трансформацию в этом направлении коммерческой недвижимости, сухие и универсальные мультитемпературные склады всегда останутся востребованными.

Таким образом, помещениям коммерческой недвижимости в условиях переходного экономического периода и изменения предпочтений арендаторов в ближайшем времени необходима глобальная реконцепция традиционных форматов. Насыщение рынка арендной недвижимости новыми форматами помещений позволит поддерживать конкурентоспособность объекта и его актуальность в среде малого и среднего бизнеса. Принимая управленческие решения по инвестированию в новые форматы недвижимости, компаниям-собственникам, во-первых, стоит принять во внимание концепцию гибких помещений и учесть тот факт, что трансформировать помещения нужно под технические требования клиентов. Во-вторых, конечно же, проанализировать особенности инфраструктуры региона и состав компаний-драйверов, которые формируют спрос. Такие нюансы благоприятно повлияют на заключение долгосрочных арендных отношений.

Литература:

1. Михеев Г.В., Скрипникова Д.А. Тенденции развития рынка коммерческой недвижимости в России // Электронный сетевой политематический журнал Научные труды КубГТУ. – 2020. – № 1. – С. 46-54.
2. Новые тенденции на рынке недвижимости 2020 [Электронный ресурс] // Ежегодное исследование российского рынка недвижимости PwC. – URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/etre/etre-2020.pdf> (дата обращения: 26.10.2020).
3. Пандемия ускорила темпы роста российской онлайн-торговли [Электронный ресурс] // Новости РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/business/12/07/2020/5f0850989a794790e959424d> (дата обращения: 26.10.2020).
4. Ушакова Е.О., Власова Н.А. Особенности оценки инвестиционной привлекательности объектов офисной недвижимости // Журнал «Инновации и Инвестиции». – 2020. – № 5. – С. 48-51.
5. Щербакова Н. А., Щербаков В. А. Моделирование потоков дохода и инвестиций в системе корпоративного управления стоимостью компании // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – № 2 (47). – С. 176-182. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.215.
6. Щербакова Н.А. Оценка недвижимости: теория и практика. 2-е изд.- М.: Издательство Омега-Л, 2012. – 269 с.

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД МАРКЕТИНГА

В.Д. Зайцев, Е.С. Горевая

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, vlzaycev@icloud.com

Одной из основных задач маркетинга является разработка способов продвижения товаров, а также вовлечения клиентов в процесс взаимодействия с компанией. В связи с этим актуальность исследуемой темы обусловлено такими факторами, как: во-первых, в настоящий момент классических способов продвижения товара на рынке становится недостаточно, во-вторых, под воздействием виртуализации и модернизации цифровых площадок размещения информации игровые механики способствуют привлечению новых клиентов и позволяют удержать клиента на более длительный срок.

Цель данной работы заключается в изучении геймификации как одного из инновационных методов маркетинга. В статье рассмотрен инструмент геймификация, его основные типы, приведены примеры использования геймификации в мировой практике.

One of the main tasks of marketing is to develop ways to promote goods, as well as involve customers in the process of interaction with the company. In this regard, the relevance of the topic under study is due to such factors as: first of all, there are not enough classical ways of promoting goods at the moment, and secondly, game mechanics help in attracting new customers and allow us to retain the client for a longer period of time under the influence of virtualisation and modernisation of digital platforms.

The purpose of this work is to study gamification as one of the innovative marketing methods. The article considers the gamification tool, its main types and gives examples of the use of gamification in world practice.

В условиях глобализации под воздействием виртуализации, появления цифровых носителей информации и площадок для размещения цифрового контента, а также в условиях жесткой конкуренции на рынке вопрос о новых способах продвижения своего товара становится актуальным для многих компаний. В настоящий момент классические способы продвижения почти исчерпали себя. Так, одним из новейших и эффективных способов продвижения является геймификация.

Геймификация является инновационным методом продвижения товара на рынке, использующим игровое мышление и технику игры в неигровых ситуациях.

Первые термин «геймификация» был упомянут в 2002 году английским программистом Ником Пеллингом. Изначально методика предлагалась для образовательной сферы, при этом в маркетинг такой

подход пришел не сразу. В 2007 году калифорнийская компания «Bunchball» создает игровой сайт, который позволяет объединить рекламу и игровую механику, и, как следствие, «подсадить» потребителя на рекламный вебсайт.

Под термином «геймификация» в маркетинге следует понимать совокупность игровых механик, реализуемых через современные средства коммуникации (смартфоны, социальные сети, мессенджеры) с целью привлечения клиентов для решения определенной задачи, которые позволяют выявить эмоции потребителя [2]. В настоящее время методы геймификации в маркетинге используют такие компании как McDonald's, Reebok, Nike, S7 Airlines, Сбербанк, Альфа Банк, Yota и другие зарубежные и российские компании.

Проиллюстрируем примеры геймификации в зарубежных и российских компаниях для рекламы и продвижения продукта.

Крупнейшие компании мира испытывали маркетинговый эффект распространения информации о продукте через игру. Одним из таких примеров является компания Reebok, компания создала игру под названием «Reebok Wall Ball», которая предполагала участникам игры попасть мячом в стену, отбивая его кроссовком этого бренда. В результате количество загрузок приложения по всему миру составило не менее 10 тысяч. Представленный продукт был популяризован за довольно короткий срок.

Проявление геймификации также было замечено в банковском секторе. В 2015 г. Тинькофф банк запустил квест для владельцев кобрендовых карт банка – ALL Airlines, OneTwoTrip, eBay. Основная цель заключалась в повышении активности использования кобрендовых карт. Квест предполагал, что участники должны были совершать определенные операции по картам, например, перевести денежные средства в благотворительные фонды или расплатиться в конкретных ресторанах.

В результате участие приняли более 15 тыс. человек, при этом количество транзакций по картам увеличилось на 20 %, а среди участников – на 40 % [4].

Эти и многие другие примеры говорят об эффективности геймификации. Игровые механики позволяют привлечь новых клиентов, удержать имеющихся клиентов, увеличить продажи продукции компании.

Такой инновационный метод, как геймификация позволяет многим компаниям решать следующие задачи.

Во-первых, позволяет привлечь новых потребителей через механизмы репостов и приглашений, а также способствует началу коммуникации с действующими клиентами.

Во-вторых, позволяет удержать внимание потребителя и формирует их лояльность, поскольку, как показывает практика, человек не задерживает свое внимание на рекламных интеграциях достаточное количество времени, а геймификация позволит удержать потребителя на контенте компании.

В-третьих, способствует росту продаж товара, это проявляется через следующий механизм – потребитель играет, ему среди прочего показывают интересные и актуальные предложения. Следует отметить, что обратная связь при данном методе продвижения намного выше, чем от обычной рекламы.

Как было отмечено ранее, геймифицированный проект использует преимущественно игровые механики для решения ключевой проблемы и увеличения вовлеченности. Игровые механики, т.е. основные элементы игр включают в себя начисление баллов (очки), бейджи (достижения), таблицы лидеров, награды. Элементы изменяются в зависимости от целей и задач компании. В совокупности эти элементы позволяют ей донести основную мысль до конечных пользователей.

Игровые механики помогают компаниям улучшить отдельные направления деятельности. Существует множество условий, при которых рассматриваемая методика может сработать. При этом на начальном этапе особенно важны следующие типы геймификации:

– внутренняя геймификация, направленная на сотрудников компании. Основная цель – повысить производительность сотрудников, сформировать командный дух, повысить вовлеченность сотрудников в бизнес-процессы компании. Реализуется через добавления баллов и создания рейтингов среди сотрудников компании.

– внешняя геймификация, направленная на потребителей, потенциальных клиентов. Ключевая цель – увеличение узнаваемости компании, привлечение новых клиентов, формирование их лояльности, и, как следствие, максимизация доходов компании.

– меняющая поведение геймификация, направленная как на сотрудников, так и на клиентов, а также на общество в целом. Основная цель – формирование «правильных» привычек в обществе, например, акцентирование на здоровом образе жизни [3].

Резюмируя все вышесказанное можно сказать, что геймификация стала мейнстримом как для компаний, так и для потребителей. Безусловно, важно понимать, что геймификация принесет ожидаемые положительные результаты только при условии, что продукт компании

является «сильным». Сама по себе геймификация является вспомогательным средством, влияющим на рост известного бренда. Если геймификация реализована правильно, то она дает бесспорные результаты и способна оставаться культурным «двигателем» на многие годы вперед.

Литература:

1. Брагина Е.Е. Геймификация как способ продвижения продукции // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2016. – №12. – С. 477-478.

2. Стефанова Н.А. Геймификация как инструмент современного маркетинга // Совершенствование учета, анализ и контроля как механизмов информационного обеспечения устойчивости развития экономики. – 2019. – №7-1. – С. 91-95.

3. Яшкенова Н.А. Геймификация как новая технология в маркетинге // Управленческие науки в современном мире. – 2016. – №2. – С.99-103.

4. Семь примеров геймификации в маркетинге [Электронный ресурс]-URL: https://skillbox.ru/media/management/7_primerov_geymifikatsii_v_marketinge/ (дата обращения 20.10.2020).

АНАЛИЗ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В НАЦПРОЕКТ ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И ПОДДЕРЖКА ЗАНЯТОСТИ

Д.А. Звягинцев, Т.Н. Качур, В.А. Винниченко
Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, danil44919@yandex.ru

Авторами настоящего исследования был проанализирован содержательный контент сайта производительность.рф, а также паспорт национального проекта в первой версии и после корректировки. Всего в нацпроект в Новосибирской области может войти порядка 300 предприятий. Если исходить из того, что в настоящее время в проекте всего 28 предприятий, то можно говорить о сложностях в реализации. Это требует особого продвижения, указывая на актуальность настоящего исследования для тиражирования информации на широкий круг читателей

The authors of this study analyzed the content of the site производительность.рф, as well as the passport of the national project in the first version and after adjustment. In total, the national project in the Novosibirsk region may include about 300 enterprises. If we assume that currently there are only 28 enterprises in the project, we can talk about difficulties in implementation. This requires special promotion, pointing to the relevance of this study for replicating information to a wide range of readers.

По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), производительность труда в Российской Федерации в 2018 году составила 29.6\$ в час. К примеру, в соседней Финляндии этот показатель составляет 67.1\$ в час, а в США 74.8\$ в час.

По мнению ряда экспертов, низкая производительность труда в большинстве отраслей связана со структурным дисбалансом российской экономики в сочетании с технологическим отставанием, неэффективными методами управления и низкой мотивацией персонала. Так, 24 сентября 2018 года был утвержден национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости», оператором в части адресной поддержки которого является АНО «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК).

Национальный проект в первой его редакции состоял из трех федеральных проектов: адресная поддержка; поддержка занятости; системные меры

В совокупности все три федеральных проекта призваны создать единую среду, в которой предприятия могли бы повышать свою производительность. Осенью 2020 года паспорт проекта был пересмотрен, было принято решение отказа от направления «Поддержка занятости» [1]. В целом национальный проект был пересмотрен, скорректированы цели и задачи.

При вступлении в национальный проект, предприятия получают возможность получать консультационную помощь специалистов ФЦК или РЦК (Региональный Центр Компетенций). Такой вид поддержки для предприятий бесплатен, в отличие от предложений консалтинговых компаний, оказывающих поддержку на возмездной основе. В новом паспорте проекта самостоятельное участие предприятий было упразднено.

Предприятие самостоятельно выбирает форму участия в нацпроекте: при помощи представителей ФЦК, РЦК или выступить самостоятельной организацией, которая своими силами повышает производительность под отчетным контролем ФЦК (или РЦК). Для каждого региона были определены цели вовлечения предприятий в национальный проект.

Кол-во предприятий-участников национального проекта по Новосибирской области, внедряющих изменения с различной формой участия представлено в таблице 1.

**Таблица 1 – Количество предприятий-участников
национального проекта по формам участия**

Форма участия	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ФЦК	0	0	8	16	24	44	44
РЦК	0	0	2	14	30	50	70
Самостоятельно	0	3	13	31	54	70	91

Отчетный контроль заключается в выявлении изменений в годовой, финансовой и бухгалтерской отчетности, а также наблюдение за прохождением этапов проекта.

Например, Новосибирский электродный завод (НОВЭЗ) в Искитимском районе выбрал самостоятельную форму участия и уже внедряет инструменты бережливого производства как в офисах, так и в цехах. Другие же организации, например, КПД «Газстрой» внедряют на предприятии инструменты LEAN под четким руководством специалистов ФЦК.

Вопросы реализации нацпроекта слабо освещаются в научном сообществе и изучаются узким кругом лиц. Однако, положительный эффект от участия в нацпроекте говорит о необходимости широкого освещения полученных результатов и тиражировании успешных практик. Так Президент РФ Владимир Путин поручил обобщить опыт повышения производительности труда с применением методов бережливого производства, полученного в ходе реализации ряда федеральных проектов и начать внедрять его в различных сферах российской экономики. Соответствующий перечень поручений Правительству РФ совместно с Федеральным центром компетенций в сфере производительности труда (ФЦК) и Госкорпорацией «Росатом» опубликован на сайте главы государства.

На территории Новосибирской области по состоянию на 21.09.2020 г. в нацпроект вступили 28 предприятий, что составляет пятую часть от всех предприятий-участников Сибирского федерального округа. Большая часть предприятий представлена сектором обрабатывающего производства (82%). Также представлены компании сельскохозяйственной отрасли, строительства и грузоперевозок [2].

Предприятия обрабатывающей отрасли в целом по России, являются лидерами по числу участников нацпроекта. Их доля в среднем 70% по регионам. Доля остальных видов деятельности, включенных в выборку, в среднем не превышала 11%.

Если говорить о вовлеченности предприятий по регионам, то можно говорить о явных лидерах-участниках нацпроекта. Среди них самыми вовлеченными в нацпроект являются Приволжский и Центральный

федеральные округа. Это обусловлено тем, что они значительно раньше вошли в проект. На долю этих регионов приходится – 36,33% и 22,07% всех предприятий-участников соответственно, что составляет более 50.

Наименее представлены предприятия из Северо-Западного, Дальневосточного и СевероКавказского федеральных округов. Их доля в сумме не превышает 10%.

Предприятия из 21 субъекта Российской Федерации не представлены в нацпроекте, что составляет 24,7% от общего числа субъектов РФ.

В ЦФО с долей предприятий-участников 22,07% на 21.09.2020 не представлены субъекты из двух федеральных округов: Приволжского и Уральского.

По количеству предприятий, принявших участие в нацпроекте лидируют следующие субъекты Российской Федерации: Нижегородская область (ПФО) – 111 предприятий и Краснодарский край (ЮФО) – 94 предприятия на 21 сентября 2020 года.

Проведенный авторами статьи анализ даёт представление о реализации нацпроекта «Производительность труда и поддержка занятости» в части охваченных им видов деятельности предприятий и представленности субъектов Российской Федерации. Данная информация будет полезна с точки зрения понимания того, в какой сфере деятельности имеется большой опыт в рамках реализации данного нацпроекта и инструментов, внедряемых им. На основе отзывов ряда предприятий СФО принявших участие в нацпроекте, можно отметить следующие предварительные итоги реализации проекта:

- участие в нацпроекте позволяет предприятиям переосмыслить все протекающие на предприятии процессы, выявить скрытые резервы, определить пути повышения эффективности;

- полученные знания в ходе реализации проекта дают возможность предприятиям совершенствовать или разрабатывать собственные производственные системы, которые в свою очередь позволяют выстраивать более эффективную систему менеджмента;

- предприятиями отмечается достижение высоких результатов по ряду показателей, в частности: снижение уровня незавершенного производства, сокращение время протекания процесса по пилотному продукту, повышение производительности труда.

Авторами статьи проведен анализ вовлеченности предприятий в нацпроект на уровне региона и страны. Детальное исследование сайта «Производительность.рф» позволило определить якорные отрасли, аккумулирующие лучшие практики внедрения инструментов бережливого производства.

Особая благодарность выражается руководителям проектов ФЦК и РЦК, Новосибирскому патронному заводу и предприятию КПД «Газстрой» за предоставленную возможность увидеть процесс ведения проекта.

Литература:

1. Паспорт национального проекта «Повышение производительности труда и поддержка занятости» [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/info/35567/> (дата обращения: 15.10.2020).

2. Официальный сайт национального проекта «Повышение производительности труда и поддержка занятости» [Электронный ресурс]. – URL: <http://производительность.рф/> (дата обращения: 15.10.2020).

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ЗАПУСКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Г.А. Зорин, Е.С. Горева

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, G.A.Zorin@yandex.ru

Актуальность темы исследования обусловлена существенным влиянием инновационной деятельности на экономику предприятия, региона или государства в целом. При этом в 42% случаев инновационные проекты терпят неудачу ввиду низкого спроса на продукты при их выводе на рынок. Целью данного исследования является: разработка способа исследования рынка для эффективного запуска инновационного продукта; выявление основных ошибок, совершаемых стартапами при проведении подобных исследований; формирование предложений для улучшения методов социологических исследований.

The relevance of the research topic is due to the significant impact of innovation on the economy of an enterprise, region or state as a whole. At the same time, in 42% of cases, innovative projects fail due to low demand for products when they are introduced to the market. The purpose of this study is: development of a market research method for the effective launch of an innovative product; identification of the main mistakes made by startups when conducting such research; formation of proposals for improving the methods of sociological research.

В эпоху быстрого развития технологий, решающим ресурсом для стартапов становится время. Из них более успешными становятся те, которые способны поддерживать высокую скорость принятия решений и умеют быстро тестировать продуктовые гипотезы [1, 2, 3].

Для того, чтобы проверить гипотезу существования проблемы и оценить рынок будущего продукта, необходимо провести исследование рынка.

При изучении рынка стоит последовательно воспользоваться двумя формами исследований: качественным и количественным.

Качественное исследование необходимо для выявления поведенческих паттернов потенциальных потребителей. Именно качественное социологическое исследование позволяет подтвердить или опровергнуть существование проблемы у потребителей, которую должен будет решать новый продукт. Это возможно благодаря прямой беседы интервьюера и респондента: возможности задавать вопросы в зависимости от ответов респондентов. Такой подход даёт получить информацию, необходимую для развития продукта. Таковую как:

- Эмоциональный и физический контекст появления проблемы;
- Уровень эмоциональной неудовлетворенности;

В том числе можно выявить прямых и косвенных конкурентов будущего продукта и узнать об опыте их использования:

- Канал информирования клиентов и способ привлечения;
- Триггер покупки;
- Процесс покупки;
- Опыт потребления.

На основе данной информации формируется ценностного предложение будущего продукта и прорабатывается его концепция.

Главный риск в качественном интервью – поверхностное исследование нужд покупателя, сопровождающееся неверной интерпретацией мыслей респондента, а, следовательно, плохим ценностным предложением. Неверная интерпретация нужд потребителя грозит провалом при первых продажах, и в конце концов, либо «откинет» проект на более ранние этапы развития проекта (рис. 1.), либо проект закроется. В апреле 2020 года был проведён онлайн-опрос среди 56 фаундеров российских стартапов. Согласно ему, 16% опрошенных (9 из 56), при развитии проекта были вынуждены вернуться на этап подтверждения проблемы, а в 27% случаев (15 из 56) проект был вынужден свернуться.



Рис. 1 – Цикл создания продукта

Существует 3 уровня мотивов покупателя: поверхностный, эмоциональный и принципиальный (рис.2). Знание принципиального мотива позволяет однозначно определить существование проблемы. Для того, чтобы установить принципиальные мотивы, необходимо при проведении проблемного интервью каждое утверждение респондента сводить до соответствующего уровня вопросом «Почему?».



Рис. 2– Дизайн интервью качественного исследования

После того, как выявлены паттерны поведения потенциальных клиентов, оценивается масштаб проблем, которую должен будет решать продукт. Такую информацию можно получить при проведении количественного социологического исследования:

- Частота проявления проблемы;
- Доля эмоционально-неудовлетворенных людей, сталкивающихся с проблемой;
- Затраченные потенциальными потребителями ресурсы на решение проблемы;
- Общая информация о целевой аудитории (пол, возраст, и т.д.);
- Качество конкурентных решений.

Такое исследование можно произвести с помощью онлайн-опросов. Основная проблема, с которой сталкиваются компании и стартапы при проведении такого исследования – время. Проведённый опрос среди 56 стартапов показал, что получение одного пройденного опросного листа занимает от 9 до 22 минут. В это время входит: поиск целевого респондента, прямое обращение с просьбой пройти опрос, поддержание диалога в случае необходимости. Достаточное для анализа количество респондентов – до 300, в зависимости от специфики рынка. Таким образом, количественное исследование занимает до 108 часов или несколько рабочих недель.

Ускорить процесс прохождения опросов поможет обращение к целевым респондентам через лидера мнений сообщества, который сам

остро ощущает проблему, на решение которой вы нацелены. При таком сценарии, многочисленные коммуникации с респондентами сводятся к одному диалогу – с лидером мнений (рис. 3). Количество респондентов, отвечающих на вопросы Лидера мнений зависит от его охвата целевой аудитории (кол-ва подписчиков и вовлеченности). Помимо этого, опрос, опубликованный от лица лидера, имеет большую информативность, ввиду низкого психологического барьера между ним и аудиторией, чем между интервьюером компании или стартапа и аудиторией. В мае 2020 года был проведён эксперимент. Были проведены два онлайн-опроса. В первом случае фаундер обращался на прямую к аудитории, во втором – через Лидера мнений. Количество символов в развёрнутых ответах опроса, опубликованного от лица Лидера мнений, увеличилось на 34% по сравнению с ответами в опросе, пересылаемых лично от интервьюера к респонденту.

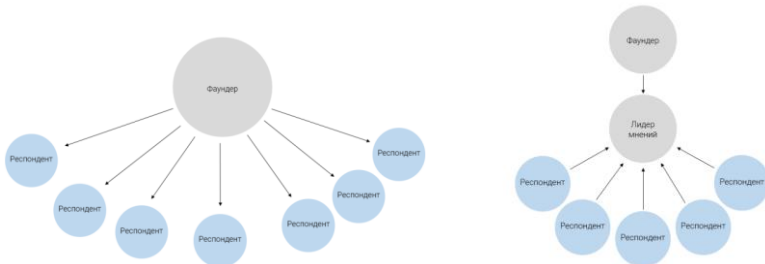


Рис. 3 – Организация проведения количественного исследования: традиционный формат и формат с привлечением лидера мнений

Полученные результаты исследований позволяют сделать вывод об эффективных форматах исследований рынка, а также предложить решения для ускорения процессов подтверждения проблемы, однозначного определения ценности будущего продукта и защиты проекта от «отката» на предыдущие этапы развития.

Литература:

1. Бланк С. Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов [Электронный ресурс] – URL: <https://www.litres.ru/stiv-blank/chetyre-shaga-k-ozareniu-strategii-sozdaniya-uspeshnyh-startapov/> (дата обращения 02.10.2020)
2. Рис Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 253 с.
3. Стерхова С.А. Новый продукт: ключевые факторы успеха // Инновации. – 2006. – № 1 (88). – С. 58–60.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРИТЕРИЕВ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ПЕРСПЕКТИВНОСТИ ВЫХОДА КОМПАНИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

К.В. Иванова, Е.С. Горевая

Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, kseniiaivanova1997@gmail.com

Для эффективного выхода на международный рынок компании необходимо учесть значительное количество факторов, которые в перспективе могут определить успех на данном рынке. Чтобы выбрать оптимальный рынок сбыта, производится анализ совокупности существующих критериев и их значимости и весомости в конкретной ситуации для определенного предприятия.

In order to effectively enter the international market, a company needs to take into account a large number of factors that can determine its future success. In order to select the best market, an analysis of the set of existing criteria and their relevance and weight in a particular situation for a specific enterprise is made.

Введение

Для Российских компаний внутренний рынок России имеет понятные границы и в определенный период наращивать объемы продаж становится невозможно. Для компаний выход на международные рынки открывает новые горизонты и потенциал для расширения и развития.

В настоящее время Правительство РФ поддерживает развитие высокотехнологичного экспорта, создавая специализированные программы. Примером может являться создание Российским экспортным центром экспортного бренда страны «Made in Russia», который создан для повышения узнаваемости известных российских брендов и продукции за рубежом [1]. Также, следует отметить вектор работы инфраструктурных фондов, таких как ФРИИ и Go Global, который направлен на поддержку российских компаний при выходе на международные рынки.

Анализ используемых критериев

Для определения существующих преимуществ и недостатков условий выхода на международные рынки предприятия руководствуются набором критериев для сопоставления, которые разделены на четыре основные группы факторов, к которым относятся: факторы рыночного потенциала; экономические и технологические факторы; конкурентные факторы; факторы рыночной среды [2].

Анализ опыта современных компаний, формализация критериев

Современная практика российских компаний показывает, что многие Российские компании успешно вышли на глобальные рынки и уверенно

завоевали свою нишу [3]. Анализ опыта Российских традиционных и инновационных компаний, успешно вышедших на международный рынок представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение опыта выхода компаний на международные рынки

Компания	Сфера деятельности	Форма выхода на внешний рынок	Присутствие на мировых рынках	Критерии выхода на рынок
ООО «НТ-МДТ»	Производство научного оборудования для исследования нанометрических структур	Экспорт, зарубежные филиалы	Присутствие повсеместно	Уровень технологичности игроков в отрасли; конъюнктура рынка
ЗАО «Аргус-Спектр»	Разработка и производство систем охранно-пожарной сигнализации	Экспорт, дочернее предприятие	Присутствует в 3 странах	Уровень технологичности игроков в отрасли; зрелость рынка
Холдинг GS Group	Производство телевизионных приставок	Экспорт	Присутствие в 5 странах	Уровень технологичности игроков в отрасли; спрос на продукцию
ООО «Натура Сибирика»	Производство натуральной косметики	Экспорт	Присутствие в 31 стране	Спрос на продукцию; конъюнктура рынка
АО «БВТ БАРЬЕР РУС»	Производство и продажа бытовых фильтров для очистки воды	Экспорт	Присутствие повсеместно	Спрос на продукцию; покупательская активность
ООО «Додо пицца»	Сеть ресторанов быстрого питания	Франшиза	Присутствие повсеместно	Монополисты отрасли; уровень технологичности игроков в отрасли
АО «КО ЛЮБИМЫЙ КРАЙ»	Производство кондитерских изделий	Экспорт	Присутствие повсеместно	Спрос на продукцию; покупательская активность

Основные критерии выхода, которые были использованы большинством исследуемых предприятий это: уровень технологичности игроков в отрасли; спрос на продукцию и конъюнктура рынка.

Конкретизация критериев выхода на международные рынки

Для оценки перспективности и целесообразности выхода на международные рынки были определены группы критериев.

1. Оценка клиентов: платежеспособность клиентов, покупательская активность, численность рынка.

2. Конкуренты: наличие конкурентов, сила конкурентов, монополисты отрасли, монополизированность каналов сбыта.

3. Оценка рынка: емкость рынка, конъюнктура рынка, спрос на продукцию, зрелость рынка.

4. Экономические условия страны: налоговая политика государства, условия для предприятий (льготы), отношения с Россией (санкции и др.), влияние со стороны государства.

5. Отраслевая специфика: уровень технологичности игроков.

6. Обновление отрасли (инновационной восприимчивости: скорость изменения условий рынка, отношение к инновациям, скорость технологического прогресса.

7. Экспортный потенциал предприятия: доля продукции, сертифицированной на соответствие международным стандартам, доля инновационной продукции, Доля продукции, поставляемой в страны ближнего (дальнего) зарубежья.

В результате исследования было выявлено, что большая часть исследуемых инновационных и традиционных предприятий, при выходе на международные рынки использует ограниченное количество критериев оценки перспективности рынка, что не позволяет разносторонне оценить ситуацию и учесть все существующие факторы.

В заключении, хотелось отметить, что современная ситуация на международных рынках способствует освоению предприятиями новых горизонтов. Для успешного выхода на новые рынки предприятиям необходимо иметь набор инструментов, позволяющих оценить перспективные направления развития и выбрать наиболее прибыльные рынки сбыта.

Любая компания при выходе на международный рынок встает перед сложной задачей учесть большое количество факторов, которые сложно поддаются измерению и описанию с целью построения конкретной стратегии развития на определенном рынке [4].

Критерии, описанные в данном исследовании, будут формализованы, т.е. обозначены шкалы для дальнейшей оценки и определены формулы расчета. Результаты, полученные в результате проведенного

исследования, будут использованы в дальнейшем для построения оптимизационной модели затрат, позволяющей предприятиям эффективно осуществлять выбор международного рынка сбыта.

Литература:

1. Тылик В. Исследование стратегий российских компаний по выходу на зарубежные рынки [Электронный ресурс] – Дата публикации в Интернет: 10.10.2017. – 233 с. – URL: https://ru.russia-promo.com/uploads/strategies_research_book.pdf (дата обращения 15.10.2020)

2. Егорова Н.И. Оценка привлекательности новых рынков. // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2011. – № 9. – С.75–80.

3. Горбунова М. Л., Приказчикова Ю. В. О стратегиях выхода российских инновационно активных несырьевых компаний на внешние рынки // Российский журнал менеджмента. – 2016. – Т. 14, № 4.– С.49–80.

4. Бухвалов А. В., Алексеева О. А. Стратегии международных компаний на развивающихся рынках: влияние глобализации и опыт локализации производства. //Российский журнал менеджмента. – 2015. – Т.13, №2– С.149 –170.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ БЕНЧМАРКИНГА

О.У. Исмаилов, Н.Е. Терешкина

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, otabek.36711@mail.ru**

В работе приводятся основные данные по состоянию молокоперерабатывающей отрасли в РФ и её роль в обеспечении продовольственной безопасности. Обосновывается значение, особенности и этапы использования бенчмаркинга для повышения конкурентоспособности деятельности молокоперерабатывающих предприятий. Выделяется основной показатель для сравнения – рентабельность производства молока.

The article provides basic data on the state of the dairy industry in the Russian Federation and its role in ensuring food safety. The importance, features and stages of the use of benchmarking for increasing the competitiveness of the activities of milk processing enterprises are substantiated. The main indicator for comparison is highlighted - it is the profitability of milk production.

Молокоперерабатывающие предприятия являются одной из важных сфер деятельности пищевой промышленности нашей страны. Наличие собственных комплексов, которые бы обеспечивали население качественными продуктами питания – это стратегическая продовольственная безопасность государства. Указанные предприятия функционируют в условиях высоких требований по безопасности, эффективности и прибыльности производства молочной продукции высокого качества. Объемы производства продукции определяются, в основном, по состоянию сырьевой и производственно-технической базы отрасли, объемом производства и продажи молока, качеством сырья, а также уровнем его комплексной переработки.

По результатам данных 2019 г. производство товарного молока в РФ увеличилось за год на 4,4% и составило 22,5 млн. т. Это исторический максимум начиная с 2014 г. [1]. Что касается производства товарного молока в 2020 г., то мнения экспертов сводятся к тому, что не смотря на пандемию и ограничительные мероприятия, объёмы производства будут увеличиваться за счёт его интенсификации, постройки новых сельскохозяйственных комплексов, повышения качественного состава кормовой базы скота и прочего. А вот прогнозы на 2021 г. менее оптимистичны – ожидается снижение потребительского спроса и соответственно объёмов реализации готовой продукции в связи с падением доходов населения.

Использование бенчмаркинга позволяет молокоперерабатывающим предприятиям достигать больших успехов в конкурентной борьбе за жёстко сегментированный рынок. Бенчмаркинг обладает особенностями, которые позволяют использовать творческий потенциал сотрудников, применять возможности лучших практик, знаний и умений у себя на предприятии. Его применение особенно актуально при значительной изменчивости внешней среды и социально-экономических условий деятельности, когда сохранить или увеличить долю рынка при высокой концентрации конкурентов крайне тяжело. Поэтому применение теоретических подходов бенчмаркинга и их адаптационное использование в практике молокоперерабатывающих предприятий является актуальным научным направлением.

Молокоперерабатывающее предприятие, которое ориентировано на долгосрочную перспективу и целенаправленный рост, должно применять у себя на практике принципы, подходы и методы бенчмаркинга. Так основные принципы бенчмаркинга, от которых зависит эффективность его проведения, можно выделить следующие. Это, во-первых, аналогия, то есть все сравниваемые процессы должны быть похожими; во-вторых, достоверность информации; в-третьих, измеримость и сравнимость

характеристик; в-четвертых, взаимная согласованность в обмене данными между предприятиями [2].

Бенчмаркинг развивает и дополняет анализ конкурентоспособности, который ограничивается изучением конкурентов, их продукции, затрат и технологий, характеристик, экономических и финансовых показателей, отношений с клиентами и поставщиками. Анализ конкурентоспособности выявляет различия между конкурентами, но не объясняет, как измениться и занять лучшие позиции в бизнесе. Именно этому способствует бенчмаркинг, который на основе сравнения и анализа процессов деятельности направлен на осознание причин разногласий и направлений их уменьшения.

Наиболее сильными игроками и основными конкурентами независимых молокоперерабатывающих предприятий на рынке молочной продукции в РФ выступают международные корпорации Danone Group (Данон Трейд) и Вимм-Билль-Данн (PepsiCo), которые за 2019 г. переработали 109,5 и 100,3 тыс. т молока соответственно [1].

Основные этапы реализации внешнего бенчмаркинга на молокоперерабатывающем предприятии отображены на рис. 1.

Поскольку бенчмаркинг осуществляется для повышения эффективности деятельности предприятия, среди показателей, которые должны быть взяты для сравнения, необходимо выделить те, что имеют обоснованное влияние на итоговый показатель эффективности. Например, таким показателем для молокоперерабатывающих предприятий может выступать рентабельность производства молока и те факторы, которые оказывают на неё непосредственное влияние: цена реализации 1 ц молока; стоимость кормов, затраченных на 1 корову; продуктивность коровы за год и другие.

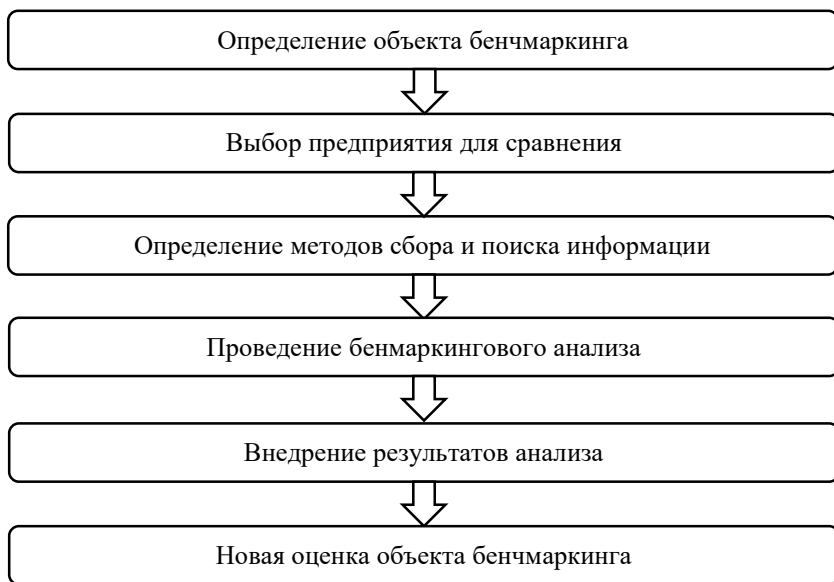


Рис. 1 – Последовательность этапов проведения бенчмаркинга на молокоперерабатывающем предприятии

На основании проведенного исследования можно утверждать, что используя однажды в своей деятельности бенчмаркинг предприятие должно систематически его применять, если оно стремится к совершенствованию своей деятельности и повышению конкурентоспособности. Результатом проведения на молокоперерабатывающем предприятии бенчмаркинга является повышение эффективности и рациональности бизнес-процессов; рост производительности и качества продукции; повышение конкурентоспособности; повышение эффективности маркетинговой деятельности; улучшения использования потенциала; повышение качества и эффективности управления; более быстрое и оптимальное принятие управленческих решений.

Литература:

1. Вышел рейтинг производителей и переработчиков молока России 2020 года [Электронный ресурс] // Союзмолоко – URL: <http://www.souzmoloko.ru/news/rejting-proizvoditelej-i-pererabotchikov-moloka.html> (дата обращения 20.10.2020 г.).

2. Соловьева Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. Н. Соловьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 139 с.

СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Ш.И. Каркинбаева, К.А. Кирдасинова, Б.Л. Лавровский
Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева
г. Нур-Султан, sholpanka_k@mail.ru
Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, lavrovskij@corp.nstu.ru

В статье дается определение термина управление инновациями, рассматриваются концепции управления инновациями: эволюция концепций инновационного менеджмента, «тотальное управление инновациями» как парадигма XXI века; стимулирование инноваций на макро- и микроуровне например региона.

The article defines the term innovation management, discusses the concepts of innovation management: the evolution of innovation management concepts, "total innovation management" as a paradigm of the XXI century; end stimulating innovation at the macro and micro levels, for example, in the region.

Управление инновациями – наука, которая изучает механизмы эффективного управления и стимулирования инновационных процессов на микро- и макроуровне в целях обеспечения усиления и развития конкурентных позиций компании, регионов и стран посредством создания, коммерциализации и освоения инноваций в различных сферах экономики.

В работе «Основные положения теорий инноваций» В. Комаров рассмотрел следующие концепции управления инновациями:

- эволюция концепций инновационного менеджмента, «тотальное управление инновациями» как парадигма XXI века;
- концепция управления инновациями, стимулирование инноваций на макро- и микроуровне [1].

В научной работе ученых из КНР «Тотальное управление инновациями: новая парадигма управления инновациями в XXI веке» проводится подробный анализ теорий и концепций управления инновациями в 20 и 21 веке. Учеными разработана концепция «тотального управления инновациями» (Total Innovation Management,

ТІМ), в основе которой лежит теория сложности и экосистемный подход. В своей работе исследователи выделяют 5 основных этапов в развитии теории инновационного менеджмента:

- Этап 1, 1940-1950-е годы: исследования отдельных продуктовых инноваций;

- Этап 2, 1960-1970-е годы: исследование эффективных способов достижения инновационного развития организации на основе управления исследованиями и разработками;

- Этап 3, 1970-е годы: направления исследований были сконцентрированы на внешних участников инновационного процесса - роли потребителей и способы их привлечения к участию в процесс создания и внедрения инноваций;

- Этап 4, 1980-е годы: проводились исследования систематических и комплексных инноваций. В настоящее время преобладают исследования в инновационном менеджменте на основе системного и институционального подходов;

- Этап 5: новая парадигма управления инновациями – формирующаяся в 21 веке концепция «тотального управления инновациями» ТІМ [2].

Принцип «триединства» инноваций лежит в основе концепции «тотального управления инновациями»:

- «единство инноваций в пространстве и во времени»;

- «единство участников инновационного процесса»;

- «единство инноваций во всех сферах деятельности» (институты, стратегия, культура, управление, маркетинг и т.д.).

Принцип «триединства» концепции ТІМ базируется на исследовании инновационной деятельности в ведущих компаниях мира. В концепции «тотального управления инновациями» экосистемный подход подчеркивает эффект синергии между всеми элементами инновационной системы. В концепции ТІМ все сотрудники компании являются «генераторами идей, действуют в единой инновационной экосистеме». Задача концепции «тотального управления инновациями» состоит в создании и поддержании эффекта синергии между видами инноваций: проектными; маркетинговыми; процессными; продуктовыми; организационными; технологическими; институциональными [2].

Таким образом, в настоящее время ТІМ представляет собой концепцию, направленную на дальнейшие решения проблем анализа и управления инновациями: от применения традиционных подходов к анализу до синергии процессов, технологии в рамках системного и институционального подходов.

В своем исследовании А. Зорина и Д. Ависон делают предположение о том, что на макроуровне инновации рассматриваются как необходимое условие для устойчивого экономического развития экономики знаний, что отражается в стратегических документах в области инновационного развития на национальном уровне. На микроуровне именно инновации в конечном счете определяют конкурентоспособность фирм. По мнению авторов, оба подхода дополняют друг друга и являются взаимозависимыми: макроуровень инновационного менеджмента создает условия для микроуровня, а микроуровень инновационного менеджмента создает инновации, необходимые для развития экономики знаний в целом. Выявив указанную взаимозависимость, авторы ставят вопрос о характере «пересечений» макро- и микроуровней управления инновациями и выделяют четыре случая.

1. Не существует между макро- и микроуровнями управления инновациями никакой связи или она очень слаба.

2. Взаимодействие на микро- и макро уровнях инновационного менеджмента происходит при доминировании инициатив макроуровня.

3. Взаимодействие на микро- и макро уровнях инновационного менеджмента происходит при доминировании инициатив микроуровня.

4. Взаимодействие на микро- и макроуровнях инновационного менеджмента происходит при взаимном участии инициатив данных уровней. Национальные инновационные программы и реальные инновационные стратегии фирм дополняют друг друга [1].

Выводы авторов показывают, имеется однозначная связь между типом пересечения макро- и микроуровней инновационного менеджмента и общим развитием инновационной экономики.

Проанализируем состояние пищевой промышленности Кызылординской области. Объем производимых продуктов питания составил в 2019 году 46402697 тыс. тенге, производство продуктов мукомольной промышленности 25094075 тыс тенге, также занимается переработкой и производством мяса, рыбы и т.д.

Уровни получаемой прибыли дают возможность предприятиям активно проводить модернизацию производства на основе внедрения инновационных технологий и современных видов оборудования, позволяющих производить продукцию, способную конкурировать на рынке пищевых продуктов. Уровень инновационно-активных организаций составил 12,3%. Затраты на продуктовые инновации составили 100 млн.тенге; на процессные 11346 млн. тенге [3]. В экономику Кызылординской области было вложено более 400 млрд. тенге инвестиций, что на 17,4 % больше чем в 2018 году.

Объем производства продукции в обрабатывающей промышленности

возрос на 1,3%, в сельском хозяйстве - на 4,3%, количество действующих субъектов МСБ увеличилось на 9,3%.

В 2019 году, АО «Арал туз» увеличило объем добычи соли на 25% - с 400 до 500 тыс. тонн в год, планирует увеличить еще на 10% и к 2022 году довести объем добычи - до 700 тыс. тонн.

Пищевая промышленность является одной из основных отраслей АПК. В октябре 2019 года введен самый технологичный инновационный в стране рисоперерабатывающий завод. Предприятие полностью автоматизировано, работает по разработкам корейских инженеров. Цифровые технологии позволяют предприятию повысить производительность и наладить безотходное производство. Будет перерабатываться и рисовая шелуха, и промокшее зерно – все это будет направляться в качестве ингредиентов к комбикормам.

В отрасли растениеводства реализовано 3 инвестиционных проекта на сумму 1,2 млрд. тенге. В частности 2 рисоперерабатывающих завода в Сырдарьинском (ТОО «Абай-Дәулет») и Кармакшинском районах (ТОО «Ақтөбе»), а также в Жанакорганском районе проект выращивания томата по капельному орошению (КХ «ТатуАгро» 200 га). Реализация Государственной программы индустриально-инновационного развития, Национальной инвестиционной стратегии на 2018-2022гг., Программы развития АПК РК на 2017-2021 гг., Программы социально-экономического развития региона, «Дорожной карты бизнеса 2020» и программ предприятия является системообразующим фактором согласования экономических интересов управления инновациями в развитии пищевой промышленности региона.

Таким образом, современные концепции управления инновациями исходят из системного видения инновационных процессов на всех уровнях. При этом акцент ставится на интеграции разных уровней и элементов (участников инновационного процесса, инициатив микро и макроуровня) инновационного менеджмента.

Литература

1. Комаров В.М. Основные положения теории инноваций. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2012. – 190 с.
2. Тотальный Инновационный менеджмент: новая парадигма инновационного менеджмента в XXI веке / В. Сюй, Чэнь Ю., Се З. А., Лю Дж., Чжен Г., Ван Ю. // Журнал трансфера технологий. – 2007. – № 32(1-2). – С. 9-25.
3. Статистика инноваций. Комитет по статистике МНЭ РК, 2020 [Электронный ресурс]. – URL: <https://stat.gov.kz> (дата обращения: 21.11.2020).

КЛАССИЧЕСКИЙ И БЕРЕЖЛИВЫЙ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

И.Е. Коновалов, Н.С. Ермашкевич
Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, solitudemetalcore@gmail.com

В статье описаны современные тенденции развития мировой экономики, проведено сравнение концепции бережливого производства и классического (традиционного) подхода к управлению производственным предприятием, описаны ключевые элементы концепции. Приведена сравнительная характеристика подходов к организации производства, сформулирован обоснованный вывод об актуальности бережливого подхода в российской практике, в том числе, с учетом реализации национального проекта по эгидой Минэкономразвития.

The article describes current trends in the development of the world economy, compares the concept of lean production and the classical (traditional) approach to managing a manufacturing enterprise, and describes the key elements of the concept. A comparative description of approaches to the organization of production is given, and a reasonable conclusion is made about the relevance of the lean approach in Russian practice, including taking into account the implementation of the national project under the auspices of the Ministry of economic development.

Мировая экономика переживает один из самых непростых периодов в своей истории за последние 20 лет. Глобализация и тесное сотрудничество стран в рамках формирования и развития социально-экономических отношений, в виду возникновения конфликта интересов стран, привело к открытому противостоянию, выражающемуся, прежде всего, в ситуациях, связанных с началом торговых войн, разделом рынков и сфер влияния, введением санкций, падением и последующей стагнации мирового финансового рынка, а также введением различного рода ограничений в связи с пандемией. Согласно данным Организации экономического сотрудничества и развития, из-за пандемии экономика всего мира к 2021 году потеряет 7 трлн. долларов [2]. Новые условия ведения бизнеса влекут за собой как отрицательные (повышение уровня безработицы, сокращение производства продукции и оказания услуг в отдельных отраслях экономики), так и положительные последствия (способствуют трансформации классических методик управления) для экономики.

В условиях, когда экспорт и импорт являются важной составляющей экономических процессов любой страны, связывая её экономику с

мировым рынком, можно отчетливо наблюдать, как вводимые ограничения по ввозу и вывозу товаров, осуществлению поставок компонентов и взаимодействию между государствами, в ходе заключения контрактов и осуществления товарообмена, оказывают влияние на экономическую ситуацию внутри страны, что, в конечном итоге, способно нанести ущерб ее действующим социально-экономическим системам (в разрезе как отраслей экономики, так и отдельным хозяйствующим субъектам). Торговый баланс стран, как показатель оценки внешнеторговой активности, сместил акцент в экономической политике, сконцентрировав ее на внутреннем рынке. На Россию ежегодно накладываются новые пакеты санкций, которые усложняют экспорт и импорт товаров. В этой связи целесообразным представляется осуществление трансформации сложившихся взглядов на подходы, применяемые при управлении производственными предприятиями.

Таким образом, объект исследования – это процесс управления производственным предприятием, который осуществляется с помощью специальных приемов и методик, а также функций управления, которые являются сферами действия процесса управления. Одной из актуальных и современных концепций для выполнения поставленных задач (снижение издержек в логистике, оптимизация затрат на производстве, формирование нового мышления персонала) сегодня стала концепция бережливого производства, которая была разработана еще в XX веке основателем Тойота Тайити Оно. Отметим, что в настоящее время до 90% японских компаний уже используют концепцию бережливого производства, а в странах Европы и США доля таких компаний составляет более 50% и 65% соответственно [1]. В России по состоянию на 2020 год только 10% компаний применяют концепцию в своей деятельности. Исходя из этого, можно сказать, что потенциал роста и развития практики применения концепции бережливого производства в России очень высок.

Концепция бережливого производства представляет собой подход к управлению производственным предприятием, основанный на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь, связанных с перепроизводством, ожиданием, ненужной транспортировкой, лишними этапами обработки изделий, формированием лишних запасов, возникновением брака и дефектов. Следовательно, концепция, позволяет оптимизировать деятельность производственной системы, посредством снижения ресурсопотребления, что в корне отличается от традиционного (классического) подхода к бизнесу. Для того, чтобы продемонстрировать

отличия подходов к управлению производственным процессом, проведен сравнительный анализ, представленный в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика классического и бережливого подходов к организации производства

Критерий	Классический (традиционный) подход	Концепция бережливого производства
Итоговая цель (ориентация подхода)	Обеспечить максимальную прибыль, ориентация на результат	Ориентация не только на результат, но и на процесс его достижения
Отношение к инструкциям и регламентам	Инструкции и регламенты пишутся на этапе становления бизнес-процессов	Постоянное изменение регламентов и инструкций, базируется на принципе непрерывного совершенствования
Роль руководителя	Каждый руководитель имеет свою узкую специализацию	Руководитель влияет на процесс «сверху», а также может лично находиться в процессе
Отношение подхода к чрезвычайным ситуациям в компании	Найти и возложить ответственность на виновного сотрудника	Выяснить корневую причину возникновения проблемы. Разработать шаги для её решения
Объект управления	Структурные подразделения	Бизнес-процессы
Планирование и организация производства	На основе экстраполяции осуществляется прогноз показателей на следующий период	Происходит «вытягивание» заказов от клиентов, и устанавливается (на основе прогноза) план для выполнения на следующий период
Процесс производства (согласно методу)	Производство продукции партиями	Непрерывный поток из разных партий и быстрая переналадка производства
Контроль качества	Проверка происходит выборочно в партиях	Каждый сотрудник самостоятельно контролирует брак на своем рабочем месте

На основании данных, приведённых в таблице 1, можно сделать вывод о том, что основной приоритет концепции бережливого производства – его процесс, а не результат. Это дает большой потенциал

для качественного роста производительности производственной системы. Традиционная схема организации производства, в свою очередь, не является настолько гибкой, при таком подходе производству сложно быстро реагировать на изменяющиеся рыночные условия. Область применения подхода безгранична – бережливое производство можно адаптировать как в менеджменте, так и в ресурсодобывающих секторах экономики, которые широко представлены в России.

На сегодняшний день все большее число российских компаний имеют возможность оценить новизну концепции бережливого производства с помощью мер государственной поддержки. Одновременно с процессами «снизу» – предполагающими попытки самостоятельного внедрения концепции, запущен механизм государственного содействия компаниям («сверху» в рамках национального проекта), готовым к трансформации производственных процессов в целях повышения его эффективности. Так, нацпроект «Производительность труда и поддержка занятости», в который по состоянию на 1 июня 2018 года было вовлечено 100 средних и крупных несырьевых предприятий [3] является хорошим примером реализации концепции. Планируется, что нацпроект затронет уже 10 тыс. предприятий в 85 регионах РФ в 2024 году. Это позволит компаниям, получившим господдержку, увеличить свою эффективность.

Таким образом, можно заключить, что концепция бережливого производства является отличной альтернативой традиционному подходу к организации производства, поскольку позволяет контролировать отдельные звенья его процессов и оказывать качественное воздействие на них, тем самым повышая эффективность деятельности всей социально-экономической системы.

Литература:

1. Казьмина И.В. Анализ особенностей внедрения бережливого производства на отечественных предприятиях [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-osobennostey-vnedreniya-berezhlivogo-proizvodstva-na-otechestvennyh-predpriyatiyah> (дата обращения 25.10.2020)
2. Коронавирус опустошил мировую экономику [Электронный ресурс] – URL: <https://ria.ru/20200921/tsena-pandemii-1577459576.html> (дата обращения 25.10.2020)
3. Национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости» [Электронный ресурс] – URL: <https://производительность.рф> (дата обращения 25.10.2020)

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

А.В. Критинин, В.А. Виниченко

Новосибирский государственный технический университет,
artem.kritinin@mail.ru

В статье рассматриваются методы исследования оценки качества транспортного обслуживания. Был проведен анализ научных публикаций, куда вошли статьи авторов из Индии, Польши, Австралии, Кореи и Словакии. Ключевые атрибуты качества транспортного обслуживания были разделены на качественные и количественные. Проведенный анализ показал, что в целом, опрошенные пассажиры оценивают качество транспортного обслуживания выше среднего, уделяя важное внимание вопросам безопасности и качеству вождения.

The article discusses the methods of research for assessing the quality of transport services. An analysis was conducted of research publications, which included articles by authors from India, Poland, Australia, Korea and Slovakia. The key attributes of transport service quality were divided into qualitative and quantitative. The analysis showed that in General, the surveyed passengers rate the quality of transport service above average, paying important attention to safety and driving quality.

В настоящее время качество имеет все большее значение в сфере транспорта, поскольку является эффективным инструментом для поддержания и повышения конкурентоспособности транспорта на транспортном рынке [1]. Длительное время на транспорте продолжается снижение объемов производства, а также количества перевезенных пассажиров. Для повышения производительности необходимо выявить различные факторы, негативно влияющие на спрос транспортных перевозок. Один из таких – качество предоставляемых услуг [7].

Качество обслуживания можно определить, как набор критериев качества, разработанных для удовлетворения требований и потребностей клиентов (пассажиров) либо перевозчиком, либо клиентом [4]. Чтобы оценить влияние качества обслуживания на спрос, в первую очередь необходимо измерить и оценить уровень качества. В связи с измерением качества необходимо различать качество транспортных услуг и качество транспортной системы [2].

Города по всему миру осознали, что транспортная система, основанная на индивидуализированных видах транспорта, неустойчива. Поэтому эффективная и интегрированная система общественного транспорта в городах считается ключевым фактором, помогающим городам двигаться к устойчивости [5].

Однако методы оценки качества существенным образом отличаются как в отдельных видах транспорта, так и в отдельных регионах. Например, для оценки восприятия качества обслуживания пользователями общественного транспорта в Индии, были выбраны 18 критериев качества транспортных услуг. Они были взяты за основу настоящего исследования, для этого их адаптировали для российских условий и сократили. Второй критерий, который был удален из перечня авторов [3] – ответы на жалобы и предложения, поскольку из всех опрошенных никто не имел опыта подачи жалобы на компанию-перевозчика. Таким образом, получилось 13 критериев (табл. 1).

Таблица 1 – Критерии качества транспортного обслуживания

Количественный	Качественный
1 - Расстояние пешком до остановки и обратно.	5 - Наличие мест на остановке.
2 - Время ожидания на остановке.	6 - Чистота на остановке.
3 - Продолжительность поездки.	7 - Наличие информации о маршруте.
4- Доступность тарифа.	8 - Безопасность на остановке.
	9 - Наличие свободных мест в транспортном средстве.
	10 - Поведение водителя и кондуктора с пассажирами.
	11 - Чистота внутри транспортного средства.
	12 - Безопасность в транспортном средстве.
	13 - Качество вождения.

По методике, предложенной авторами [3] в настоящем исследовании была проведена оценка качества транспортного обслуживания в г. Новосибирске. Для проведения опроса были выбраны 3 остановки общественного транспорта: станция метро Гагаринская, станция метро Красный проспект и станция метро Заельцовская. Выбор остановочных пунктов был основан на наблюдениях – количество пассажиров в час пик (16.00-19.00) было максимальным в правобережной части города.

Опрос проводился в период с 01.09.2020 г. по 01.10.2020 г. Всего было опрошено 78 пассажиров, которые пользовались наземным транспортом: автобус, троллейбус, маршрутное такси. Среди опрошенных пассажиров 46% составляли женщины, 64% - мужчины. Опрос показал, что 23% пользователей пассажирского транспорта составляют владельцы автомобилей. В настоящий момент они вынуждены пользоваться общественным транспортом по различным причинам: поломка автомобиля, забрала жена (муж) для важной поездки, закончились деньги на бензин, состояние здоровья. При этом, 47% опрошенных пассажиров

не имели водительских прав и никогда не водили автомобиль. Распределение пассажиров по уровню дохода:

- 67% ответили, что ежемесячно получают до 30 тысяч рублей;
- 19% в месяц зарабатывают от 30 до 40 тысяч рублей;
- 14% респондентов имеют доход более 40 тысяч рублей.

Итоговые оценки восприятия качества транспортного обслуживания в разрезе критериев были сведены в двухмерный график. Все критерии качества транспортного обслуживания нанесены на график (рисунок 1).

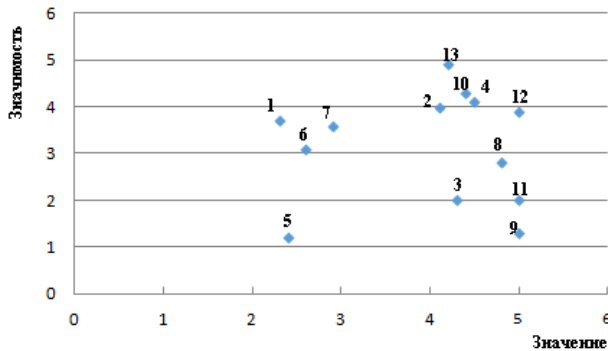


Рис. 1 – Оценка восприятия качества транспортного обслуживания

При построении учитывались средние значения. По горизонтальной шкале оценивалось восприятие эффективности пассажиром критерия, по вертикальной его значимость. Шкала для ответов представлена от 1 до 5, где – 1 минимальное значение, 5 – максимальное.

Из всех количественных критериев пассажиры оценили доступность тарифа как наиболее важный. В то же время продолжительность поездки менее значимым, мотивировали это тем, что все рейсы выполняются по расписанию и они практически всегда знают, когда придут на место. Среди качественных критериев наиболее значимым оказался критерий «качество вождения», наименее значимым – количество свободных мест на остановке.

Что касается общей усредненной оценки, то можно говорить, что в целом, пассажиры оценивают качество транспортного обслуживания выше среднего. Невысокое значение качества проявляется по показателям удаленности остановок от мест проживания, чистоте на остановке и наличию свободных мест на остановке. При этом, чистота в транспортном средстве не представляет особого интереса для пассажиров, но имеет высокую оценку.

Качество услуг пассажирского транспорта – один из основных факторов спроса. Изменения спроса на услуги общественного

пассажирского транспорта будет характеризоваться одновременным изменением оценки качества транспортного обслуживания [6].

Подводя итог, можно сделать вывод, что такая методика достаточно проста в применении, однако имеет и свои недостатки: сложность сбора информации, пассажиры неохотно отзываются на просьбы помочь в проведении исследования. Также можно говорить о субъективности полученных результатов, что дает почву для следующих исследований, предлагающих более объективные методы оценки качества транспортного обслуживания.

Литература:

1. Виниченко В.А. Оценка эффективности транспортного обслуживания: теория и практика: монография / В.А. Виниченко, В.П. Нехорошков. – М.: Издательство «Креативная экономика», 2019. – 244 с. – doi: 10.18334/9785912923029.

2. Berežný R., Konečný V. The Impact of the Quality of Transport Services on Passenger Demand in the Suburban Bus Transport // *Procedia Engineering*. – 2017. – Vol. 192. – P. 40–45. – doi: <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.06.007>.

3. Sinha S., Swamy X.M. S., Modi K. User Perceptions of Public Transport Service Quality// *Transportation Research Procedia*. – 2020 – Vol. 48. – P. 3310– 3323. – doi: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.08.121>

4. Hong S. J, Jun I. An evaluation of the service quality priorities of air cargo service providers and customers// *World Review of Intermodal Transportation Research*. – 2006. – Vol. 1, No. 1 – P. 55–68 doi: 10.1504/WRITR.2006.011151

5. Improvement of the logistics activities of the transport company. Topic: Improving the transport system. [Электронный ресурс]. – URL: <https://technolapiter.ru/en/sovershenstvovanie-logisticheskoi-deyatelnosti-transportnogo/> (дата обращения: 12.10.2020).

6. Gruyter C.D., Currie G., Rose G. Sustainability Measures of Urban Public Transport in Cities: A World Review and Focus on the Asia/Middle East Region// *Sustainability* – 2017 –9– 43– doi: 10.3390/su9010043

7. Barana J., Žak J. Multiple Criteria Evaluation of Transportation Performance for Selected Agribusiness Companies // *Procedia –Social and Behavioral Sciences*. – 2014. – 111, P. 320 – 329. – doi: 10.1016/j.sbspro.2014.01.065

ПОТРЕБНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА ЛЕТАЮЩИХ ГРУЗОВЫХ ПЛАТФОРМ

В.В. Куликов, А.А. Сыроватень, Ю.И. Усынина
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, asmodey3598@yandex.ru

В настоящей работе был разработан и спроектирован подъемный модуль, из которого можно набирать летающие платформы для различных целей. Кроме того, были изучены потребности и перспективы рынка. В результате анализа данных было получено, что целевым сегментом становятся небольшие компании, которые знают и умеют эксплуатировать авиатехнику, что позволит обеспечить высокий спрос на перевозки.

In the present work, a lifting module was developed and designed, from which it is possible to recruit flying platforms for various purposes. Besides, the needs and prospects of the market were studied. As a result of data analysis, it was found that the target segment is small companies that know and are able to operate aircraft, which will ensure high demand for transportation.

Большинство летающих подъемных платформ представлены различного типа мультикоптерами. В основной своей части, это лёгкие беспилотные дистанционно управляемые летательные аппараты. Однако, не менее актуально создание мультироторной платформы, способной перемещать большие грузы.

Необходимость создания подъемных ячеек для осуществления транспортной связи является одной из наиболее важных задач проектирования современных летательных аппаратов. Например, в России в настоящее время отсутствует авиационная транспортная структура способная в течении часа оказать услуги перевозки в радиусе 100 км. Можно перечислить список основных проблем для развития регионов и городских агломераций, появляющихся по этой причине:

1. Трудность в спасении людей при возникновении чрезвычайных ситуаций;
2. Невозможность оказания экономически выгодных транспортных услуг по доставке грузов в условиях бездорожья;
3. Сложность введения прогрессивных форм сельскохозяйственной деятельности с использованием экономически выгодных форм аэроопыления посевных площадей.

При этом существует задача оптимизации аэродинамики данного аппарата. Улучшение характеристик нужно проводить в двух направлениях: улучшать характеристики ячейки (двигатель винт) и исследовать взаимное влияние этих ячеек друг на друга и на условие

полета [1,2]. Основным преимуществом данной платформы является взлет и посадка с любой не подготовленной площадки. В настоящий момент существуют лишь косвенные аналоги такой платформы, которые по различным характеристикам уступают данному летательному аппарату. Например, квадрокоптер, который позволяет перемещать небольшие грузы на небольшие расстояния в определенных погодных условиях или проводить съемку местности с высоты.

Цель настоящей работы – создание подъемного модуля максимальной грузоподъемностью 1 тонна, из которого можно набирать летающие платформы различной грузоподъемности и назначения, с сохранением всех преимуществ вертолетного транспорта и избавлением от недостатков в виде высокой стоимости перевозки. Получение возможности работать в плотной городской застройке для выполнения социально-значимой функции – спасение людей из высотных зданий.

В данной работе предлагается универсальный вариант конструкции - достаточно маневренный, легкий и быстрый. В качестве примера использования платформы можно привести рис. 1. Здесь представлен вариант мультироторной платформы на базе модуля «Флокус-1», предназначенной для эвакуации людей.

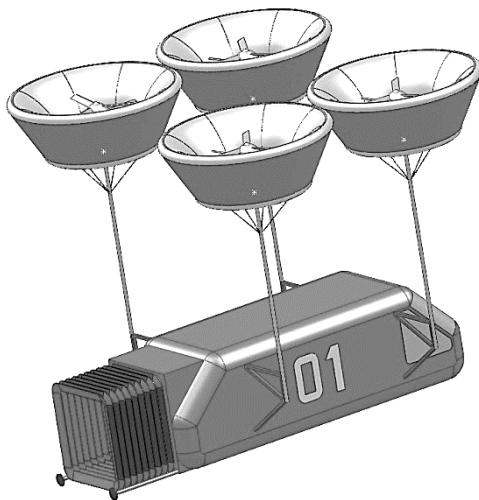


Рис. 1 – Спасательная платформа для эвакуации людей

В данный момент рынок подъемных платформ мал. Одной из перспективных разработок является платформа SKYF. Область ее применения ограничивается сельским хозяйством. Множество

разработок активно ведется со стороны такой крупной компании как Airbus. Их исследования в основном связаны с созданием конструкции, которая сможет осуществлять перевозку пассажиров в пределах города, что стало бы более быстрым и чуть менее дорогим аналогом такси. Однако текущие разработки не являются универсальными.

В ходе исследовательской работы были изучены перспективы роста рынка. Так, на данный момент в России существует около 171 города с населением более 100 тысяч человек. Из них 15 городов «миллионников». Для каждого из них существует определенный предел высотного строительства зданий. Он обуславливается, в том числе и таким фактором как пожарная безопасность. Если здание или сооружение имеет большую площадь или высокую этажность, то спасение людей в некоторых местах данных сооружений может быть затруднено. Таким образом, учитывая количество городов, мы оцениваем потребность в специальных грузовых летающих платформах МЧС не менее 3 единиц на 500 тысяч жителей. В этих городах суммарно проживает приблизительно 33 миллиона человек. Следовательно, при таком предложении объем рынка составит около 200 подъемных платформ для МЧС, что в денежном эквиваленте составит 10 млрд. руб. В таблице 1 представлены данные по количеству необходимых летающих платформ для городов РФ в зависимости от численности населения.

Таблица 1 – Потребности рынка

Численность населения	Кол-во городов	Кол-во платформ на один город	Суммарное кол-во платформ
Более 1 000 000	15	7	105
От 500 000 до 1 000 000	22	4	88
От 250 000 до 500 000	41	3	123
От 100 000 до 250 000	93	2	186

С точки зрения транспортных перевозок, на рынке РФ сейчас транспортные услуги вертолетной техникой оказывают около 70 компаний. Среди них явным лидером является UTair (около 200 вертолетов). Учитывая цену нового среднего вертолета семейства MBT – около 450 млн. рублей, можно увидеть преимущество подъемной платформы, цена которой оценивается всего в 50 млн. руб. Исходя из этого, также можно сказать, что нашим целевым сегментом становятся небольшие компании, которые знают и умеют эксплуатировать авиатехнику, что позволит обеспечить высокий спрос на перевозки.

Поскольку платформы относительно недорогие и экономичные, то мы оцениваем примерный объем рынка в этом сегменте в начальном

этапе в 10-15 летательных аппаратов в год или 500-750 млн. руб. в год, на этапе развития до 30-40 летательных аппаратов или 1,5-2 млрд. руб. в год.

Литература:

1. Свердлов С. З. О компоновке многооторного беспилотного вертолета (мультикоптера) // Вестник вологодского государственного университета. – 2018. – № 2 (2). – С. 20–24.
2. Остроухов С. П. Аэродинамика воздушных винтов и винтокольцевых движителей. – М.: Физматлит, 2014. – 328 с.

МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СЕТИ РЕСТОРАНОВ ООО «МАКДОНАЛДС» (г. УФА)

Н.О. Лунев, Е.И. Филосова
**Уфимский государственный авиационный технический
университет,
г. Уфа, salelah12@yandex.ru**

На основе структурного подхода и методологий IDEF0 и DFD разработана концептуальная модель стабилизации механизма бизнес-процесса управления заказами клиентов ООО «МакДоналдс» (г. Уфа).

On the basis of the structural approach and methodologies IDEF0 and DFD, a conceptual model for stabilizing the mechanism of the business process for managing customer orders of McDonald's LLC (Ufa) has been developed.

В сфере общественного питания важную роль приобретают уровень и качество автоматизации основных бизнес-процессов, что создает предпосылки для экономии времени, средств и гибкости управления, а также конкурентные преимущества для выживания предприятия в условиях современного экономического кризиса. Проблема некачественного обслуживания клиентов особенно чувствительна для ставших популярными в последнее время ресторанов быстрого питания.

Заполнение бланков заказов отнимает дополнительное время, которое работники ресторана могли использовать более эффективно. Наличие большого количества бумажных источников информации ведет к частым ошибкам и неточностям в расчетах, что вызывает недовольство клиентов и негативно влияет на имидж ресторана.

Обращение к данной теме обусловлено практической необходимостью стабилизации бизнес-процесса управления заказами клиентов ресторана быстрого питания ООО «Макдоналдс» (г.Уфа) и разработкой стабилизации механизма ресторана, обеспечивающего

гибкую и бесперебойную поддержку бизнес-процесса управления заказами клиентов ресторана. Нами избран следующий методический инструментарий исследования: реинжиниринг бизнес-процессов, методы структурного и объектно-ориентированного анализа, реляционное моделирование данных.

Под торговой маркой «МакДоналдс» на конец 2018 г. работало 37855 ресторанов в 120 странах мира, из них 35085 (93%) управлялось по франчайзингу, поэтому ассортимент ресторанов, размер и состав порций может сильно различаться в разных странах. Общий оборот системы «МакДоналдс» составил \$86,13 млрд (из них \$35,85 млрд в США), общее число сотрудников – 1,9 млн. В 2018 г. впервые в истории корпорации выручка от франчайзинга превысила выручку от собственных ресторанов (\$11 млрд против \$10 млрд). Выручка от франчайзинга состоит из арендной платы за недвижимость и отчислений от выручки за использование торговой марки [4].

Первые два ресторана «МакДоналдс» в Уфе открылись в 2004 г. – сначала в районе Сипайлово, затем – по главной магистрали города, на проспекте Октября; третий открылся в 2007 г., в центре города. Сейчас рестораны Макдональдс в Уфе довольно популярны среди местного населения. Посетителей привлекает не только вкусная и быстрая еда, но и уютная приятная атмосфера. В Уфе уже успешно функционирует девять адресов «МакДоналдс», которые находятся в главных частях города. Компания предоставляет услуги общественного питания через принадлежащие ей предприятия быстрого обслуживания [1].

Принципами управления являются: (а) четкое разделение труда, способствующее появлению высококвалифицированных специалистов; (б) иерархия уровней управления, при которой действия нижестоящего звена управления контролируются вышестоящим; (в) формальная обезличенность руководителей, обязанных следовать предписаниям по занимаемой должности; (г) найм на работу в соответствии с квалификацией работника, его увольнение «строго по закону».

Чтобы разобраться в каждой из деятельности, раскроем более детально каждый вид должности сотрудников ресторана. Директор отвечает за PNL ресторана, может влиять на стратегию работы, KPI, отвечает за внедрение новых стандартов сервиса, производства, спускаемых из центрального офиса. Первый ассистент ответственен за результат работы ресторана в целом, заместитель директора. В настоящее время должность второго ассистента директора упраздняют и вводят понятие тимлида, отвечающего за результат работы всех зон в течение всей смены, контролирует работу свинг-менеджеров. Управляющий отвечает за процесс работы того ресторана, где он находится. Менеджер-

стажер и менеджер производственного участка отвечают в течение одной смены за один из участков работы ресторана: кухню, прилавок либо зал. Инструктор учит новых сотрудников производственным стандартам, сервису и механизмам ресторана. Имеются второстепенные должности сотрудников ресторана (уборщица, курьер, охранник). Непосредственно в процессе заказов принимают участие члены бригады ресторана.

Действующая система управления является жестко централизованной системой руководства, успешной в режиме реализации решений руководства, но она неэффективна на этапе их подготовки. Потому часто персонал не принимает непосредственного участия в подготовке решений. В такой системе цели персонала редко не совпадают с целями руководителя [3].

Бизнес-процесс управления заказами в сети ресторанов «МакДоналдс» организован по следующему алгоритму: клиент обращается к Работнику ресторана с Заказом; Работник ресторана на Терминале формирует Бланк заказа и счет на его оплату; после оплаты Клиентом счета Работник ресторана выдает Клиенту чек и Номер заказа; после получения заказа Клиентом Работник ресторана делает отметку о его выполнении на Терминале. Оформление заказа регламентируется Законом РФ «О защите прав потребителей» (от 07.02.1992 N 2300-1). Управление заказами регламентируется Инструкцией по управлению заказами клиентами ресторана. На рисунке 1 представлен бизнес-процесс сети ресторанов «МакДоналдс» (г.Уфа), содержащий элементы управления заказами.



Рис. 1 – Контекстная диаграмма бизнес-процесса управления заказами ООО «Макдоналдс» (г.Уфа) в методологии IDEF0 (0-й ур-нь)

Диаграмма последовательности (sequence diagram) отображает динамический аспект системы и представлена на рисунке 2. В рамках динамического аспекта реализуется ситуационный подход, позволяющий решить такие задачи [2], как определение способов выполнения процесса в зависимости от конкретной ситуации (выбор (сценария определяется с привлечением того или иного ответственного исполнителя); как обеспечение взаимодействия организационного, функционального и элементного аспектов.



Рис. 2 – Диаграмма последовательности бизнес-процесса управления заказами клиентов ресторана

Результаты проведенного анализа могут быть рекомендованы для решения задач моделирования стабилизации бизнес-процесса управления заказами клиентов предприятий общественного питания.

Литература:

1. Проталинский О.М., Ажмухамедов И.М. Системный анализ и моделирование слабо структурированных и плохо формализуемых процессов в социотехнических системах [Электронный ресурс] // Инженерный вестник Дона. – № 3. – 2012. – URL: http://www.ivdon.ru/uploads/article/pdf/2012_3_29.pdf_916.pdf (дата обращения: 07.10.2020 г.)
2. Сербиновский Б.Ю., Сербиновская А.А., Белоус М.А. Развитие коммуникаций и сбыта продукции и услуг ресторанной сети с использованием IT-технологий [Электронный ресурс] // Инженерный вестник Дона. – № 2. – 2013. – URL: <http://www.ivdon.ru/> (дата обращения 09.10.2020).

3. Ситуационный анализ ресторана // Институт ресторанных технологий [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.reste.ru/pages/training.arse-nal.htm> (дата обращения 10.10.2020).

4. Сущность и принципы реинжиниринга бизнес-процессов: Бизнес-планирование и Информационные системы и технологии [Электронный ресурс] // Market-pages.ru: Информационный бизнес-портал. – URL: <http://www.market-pages.ru/biznesproc1/1.html> (дата обращения: 08.10.2020).

РИСКИ АУТСОРСИНГА В ОРГАНИЗАЦИЯХ

А.А. Луферова, А.А. Емельянович

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Anna_luf@mail.ru**

Целью и задачами исследования являются уточнение рисков аутсорсинга и нахождение возможных путей их устранения. Для достижения целей исследования в статье использовался следующий метод: изучение разнообразных источников научной информации (монографии, диссертации, статьи, вспомогательные электронные ресурсы). Анализ литературы по данной теме статьи показал, что риски аутсорсинга в деятельности организации существуют. Данная статья обусловлена необходимостью предотвращения и снижения рисков аутсорсинга на начальном этапе принятия решения об использовании инструмента.

The purpose and objectives of the research are to clarify the problems of outsourcing and find possible solutions to them. To achieve the research goals, the following methods were used in the article: the study of various sources of scientific information (monographs, dissertations, articles, auxiliary electronic resources). Analysis of the literature on the subject of the article showed that there are problems with outsourcing in the organization's activities. This article is based on the need to prevent and reduce the risks of outsourcing at the initial stage of making a decision about using the tool.

Под влиянием глобализации и растущей конкуренции многие организации в настоящее время занимаются непрофильной деятельностью, которая по каким-то причинам необходима для существования организации. Существует большое количество функций, которые можно передать на аутсорсинг [4].

В ходе анализа научной литературы, выяснили, что каждый автор по-своему излагает понятие термина «аутсорсинг», смысл у всех схож. Мы будем понимать под аутсорсингом – передачу основной или вспомогательной деятельности организации сторонней

институциональной единице. Аутсорсинг помогает собственникам бизнеса сфокусироваться на основной деятельности, тем самым более эффективно и оперативно управлять бизнес-процессами.

При решении организации отдать часть своей деятельности на аутсорсинг возникает ряд предостережений, вследствие которых собственники могут отказаться от аутсорсинга. Проанализировав ряд статей, диссертаций и другой литературы, выяснили, что рисков аутсорсинга много. Некоторые организации, опасаясь этих рисков, принимают решение о разрыве контрактов с аутсорсинговой компанией. Мы считаем, что каждый риск можно решить или не допустить его возникновения. В ходе анализа научной литературы мы выявили основные риски аутсорсинга в организациях в различных сферах деятельности и предложили пути их решения, которые представлены в таблице 1.

**Таблица 1 – Риски аутсорсинга и пути их устранения
(составлено автором по [1,2,3,5])**

Риск		Путь устранения
Аутсорсинг в государственных корпорациях		
1	Отсутствие «качественного» предложения аутсорсинговых услуг на рынке	Аутсорсинговой компании – обеспечивать постоянное обучение и профессиональную переподготовку и повышение квалификации сотрудников, перенимать опыт у более зрелых компаний; Заказчику – более тщательно подойти к выбору аутсорсера; проводить анализ оценки показателей эффективности проекта с учётом рисков
2	Опасение по поводу передачи секретной информации сторонним организациям	Выбирать более опытную аутсорсинговую компанию на рынке, по отзывам других организаций; вводить режим коммерческой тайны; предоставлять доступ к секретной информации только ограниченному числу лиц
3	Монополизм (особенно за пределами европейской части России)	Проводить конкурс среди аутсорсинговых компаний со стороны заказчика; проведение анализа рынка предложения с целью выявления оптимального варианта
Аутсорсинг в сфере персонала		

4	Наличие аннулированных заказов	Аутсорсинговой компании - проводить бонусную систему акций, а также рекламировать свою деятельность
Риск		Путь устранения
Аутсорсинг в сфере человеческих ресурсов		
5	Потеря контроля над функциями переданными на аутсорсинг	Серьёзно подойти к составлению контракта и тщательно описать в нём все интересующие вопросы; распределения рисков между заказчиком и аутсорсером
6	Потеря социальной ответственности со стороны аутсорсинговой компании	Деятельность аутсорсера должна сопровождаться стратегическими решениями в области реинжинеринга организации и обсуждаться с заказчиком
Аутсорсинг в сфере бухгалтерского учёта		
7	Утечка информации, недоверие третьим лицам	Вводить режим коммерческой тайны; предоставлять доступ к секретной информации только ограниченному числу лиц
8	Опасение банкротства аутсорсинговой компании	Грамотный подход к выбору компании с изучением финансовых показателей компании
9	Возможность потери документации организации	Соблюдать требования к хранению документации
10	Отсутствие быстрой связи с аутсорсинговой компанией	Выбор аутсорсинговой компании, с которой можно держать связь круглосуточно и запрашивать в любое время документацию, обязательное указание на вышесказанное в контракте
11	Аутсорсеры берут много клиентов, что приводит к снижению оперативности работы	При выборе аутсорсера тщательно изучить всю интересующую информацию об их компании

В таблице 1 представлены не все возможные риски аутсорсинга, но постарались выделить основные, с которыми компании сталкиваются чаще всего. Анализ и классификация рисков по сферам деятельности показал, что их достаточно много, но все можно предусмотреть. При заключении договора заказчику стоит разработать систему контроля над деятельностью аутсорсера.

На российском рынке аутсорсинг имеет хорошие перспективы развития. С каждым годом качество этой услуги только растёт. Но риски в аутсорсинге будут и есть всегда на любом рынке, в наших силах только их минимизировать или предупредить [3].

Таким образом, опираясь на анализ научной литературы, можно сделать вывод о том, что прежде чем собственникам бизнеса принимать решение об аутсорсинге нужно ответственно подойти к выбору аутсорсера. Руководителям следует использовать весь свой опыт в принятии управленческих решениях для выбора наилучшей аутсорсинговой компании.

Литература:

1. Голощапова Л.В., Босый В.В., Устинов К.В. Проблемы аутсорсинга бухгалтерского учёта в России // Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления. – 2016. – № 1. – С. 70–74.
2. Голубев А.А., Овсянникова Н.В. Сущность, формы и проблемы аутсорсинга в оборонно-промышленном комплексе Российской Федерации // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2016. – № 2. – С. 100–106.
3. Дорожкина Е.Е. Управление рисками аутсорсинга в российских компаниях: дис. ... канд. эк. наук – Москва, 2019. – 166 с.
4. Джамалдинова М.Д. Аутсорсинг в современной экономике. – Москва: ООО «Научный консультант», 2016. – 144 с.
5. Родионова С. А., Горшенин В. Ф. Проблемы аутсорсинга управления человеческими ресурсами // Вестник факультета управления Челябинского государственного университета. – 2017. – № 2. – С. 146–148.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

И.А. Никитин, К.В. Янковская-Недоборова, Е.В. Спиридонова
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nikvan001brz@gmail.com

В статье рассматриваются экономические последствия кризиса, вызванного распространением коронавирусной инфекцией, для малого бизнеса и современные меры поддержки от государства. Основная стратегия борьбы с эпидемией заключалась в сглаживании пика за счет мер самоизоляции, максимального перехода на удаленную работу, ограничения функционирования значительно части предприятий. Государством предложены меры поддержки малого и среднего бизнеса, но не всем они одинаково привлекательны.

The article examines the economic consequences of the crisis caused by the spread of coronavirus infection for small businesses and modern support measures from the state. The main strategy to combat the epidemic was to smooth the peak through self-

isolation measures, maximize the transition to remote work, and limit the functioning of a significant part of enterprises. The government has proposed measures to support small and medium-sized businesses, but not all of them are equally attractive.

Целью исследования является разработка стратегии привлечения финансовых ресурсов для предприятия малого бизнеса в условиях экономического кризиса, вызванного пандемией. Для ее достижения, во-первых, было проанализировано финансовое состояние и стратегия финансирования малого предприятия. Во-вторых, выявлены новые формы поддержки и способы привлечения финансовых ресурсов в условиях финансового кризиса, вызванного пандемией. В-третьих, проведена оценка привлекательности предложенных мер и выбраны наиболее подходящие [4].

Для анализа была выбрана компания ООО «ИКСМЭЙЛ», которая осуществляет курьерскую деятельность, доставку документов, почты и корреспонденции по России и миру на специализированном транспорте. Компания характеризуется как среднее предприятие.

По данным анализа (Рис. 1) компания развивается с каждым годом: увеличивается чистая прибыль, растут капитал и резервы. Но в 2020г. ситуация ухудшилась в связи с кризисом, вызванным пандемией коронавируса. По экспертной оценке, руководства, основные показатели снижаются на 30-40 % по сравнению с аналогичными годом ранее.



Рис. 1 – Финансовые показатели предприятия, млн.руб.

Источник: составлено автором.

Пессимистичные прогнозы предприятия полностью соответствуют общемировым и общероссийским тенденциям. ВВП России во втором квартале 2020 г. по оценке Минэкономразвития снизилось до 9,5% по сравнению с прошлым годом.

Данная ситуация безусловно требует от государства вмешательства посредством принятия эффективных мер для поддержки и развития субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП). Председателем правительства РФ был применен план по обеспечению стабильного развития экономики в условиях сегодняшней ситуации в связи с пандемией [4]. Основной целью принимаемых мер является поддержка занятости и доходов населения.

В ходе исследования были выявлены основные меры поддержки и определены критерии привлекательности этих мер. А также проведен анализ и разработаны рекомендации о целесообразности использования отдельных вариантов поддержки для малого предприятия.

Охарактеризуем основные меры поддержки:

1. Безвозмездные субсидии для МСП имеют ограничения с точки зрения доступности (только для наиболее пострадавшей отраслей экономики, не имеющих задолженности по налогам и страховым взносам, сохранившим общее количество работников или сокративших штат незначительно) [6]. Одновременно дополнительная финансовая нагрузка – отсутствует.

2. Зарплатный кредит также имеет ограничения (максимальный срок 12 месяцев, предприятие не должно находиться в процессе ликвидации, банкротства, должно сохранить штат работников не менее, чем на 90%, и относиться к наиболее пострадавшей отраслям экономики [6]. Дополнительна финансовая нагрузка – низкая.

3. Льготный кредит имеет ограничения по доступности (не могут быть размещены во вкладах и иных финансовых инструментах, предприятие должно иметь зарплатный проект в этом банке, также исключительно для наиболее пострадавших от пандемии отраслей экономики) [6]. Дополнительна финансовая нагрузка – низкая, процентная ставка 2.25%.

4. Кредитные каникулы также имеют ограничения по доступности, компания не должна проходить процедуру банкротства, быть субъектом МСП или ИП, компания не должна проходить процедуру банкротства [6]. Дополнительная финансовая нагрузка – льготный период устанавливается на срок до 6 месяцев.

Также Постановлением Правительства Российской Федерации предусмотрена возможность получения субъектами МСП отсрочки на 46 месяцев по страховым платежам в государственные внебюджетные фонды. Рассматриваемая мера связана с переносом срока уплаты задолженности и фактически снимает с организаций и индивидуальных предпринимателей ответственность за несвоевременную уплату страховых взносов.

Наиболее привлекательными мерами поддержки оказались льготный кредит и безвозмездная субсидия МСП они являются наиболее доступными, одновременно, имеют выгодные условия по 2,25% и не накладывают существенной дополнительной нагрузки в будущем. Наименее привлекателен являются кредитные каникулы, потому что неизвестно что будет с МСП после окончания срока кредита, дополнительная финансовая нагрузка также может сыграть не малую роль по окончанию каникул. Зарплатный кредит имеет неоднозначную оценку, т.к. деньги полученные по данной мере поддержки можно направить только на выплату заработной платы рабочим, так же возникает дополнительная финансовая нагрузка по истечению льготного периода.

Общая рекомендация по корректировке стратегии привлечения финансовых средств для малого бизнеса, воспользоваться безвозмездными субсидиями МСП (из расчета 1 МРОТ 12310 руб. на одного сотрудника), а так же льготным кредитом по выгодной процентной ставке на заемный капитал для МСП.

Литература:

1. Тарасенко О. А. Российская система кредитования малого и среднего предпринимательства // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. – 2017. – №3. – С. 34–37.

2. Трифонов И.В. Анализ использования методов принятия решений в проектном менеджменте / И.В. Трифонов, И.А. Корхина –2017. – №1 — С. 63–69.

3. Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. Финансовый менеджмент на предприятии - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 351 с. [Электронный ресурс] – URL: <https://znanium.com/catalog/product/395570> – (дата обращения: 10.11.2020).

4. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. [Электронный ресурс] – URL: http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/innovations/doc20120210_04. – (дата обращения: 10.11.2020).

5. Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций. [Электронный ресурс]. – URL: <https://ffin.ru/upload/iblock/bc9/bc9ab0cb97c6ca54950e3debb756052e.pdf> – (дата обращения: 10.11.2020)

6. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

[Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/> (дата обращения: 10.11.2020)

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЯ ИННОВАЦИОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Н.С. Носков, Е.С. Горевая
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nikitano@bk.ru

Высокая динамика изменений онлайн сервисов и программных продуктов приводит к перегрузке рынка предложениями пользователю аналогичных сервисов разных организаций, что усложняет поиск и привлечение клиента. В статье на основе официальных информационных источников Google и Яндекс проведен анализ приоритетных направлений формирования их ассортиментного портфеля. На основе анализа определена ширина и глубина ассортиментного портфеля инновационных организаций.

The high dynamics of changes in online services and software products leads to overloading the market with offers to the user of similar services from different organizations, which complicates the search and attraction of a client. Based on the official information sources Google and Yandex, the article analyzes the priority directions of the formation of their assortment portfolio. The analysis determined the width and depth of the assortment portfolio of innovative organizations.

В условиях глобализации рынка многие компании предлагают аналогичные сервисы услуг на одного пользователя, что создает большую конкуренцию внутри рынка и значительно усложняет поиск и привлечение клиентов. Для того чтобы убедить пользователя использовать продукты компании, необходимо сформировать для него ценностное предложение, которое его заинтересует больше, чем продукт конкурентов. Для этого компании формируют ассортиментный портфель, продукты и сервисы которого усиливают ценность всего портфеля.

Ассортиментный портфель – это совокупность всей товарной продукции предприятия, включающая ассортиментные группы и отдельные продукты.

Ассортиментная политика является одним из важнейших инструментов и составляющих маркетинга в борьбе компании с конкурентами. При несбалансированной структуре ассортимента происходит снижение уровня прибыли, потеря конкурентных позиций на перспективных потребительских и товарных рынках [1]. Удержание значительной доли рынка пользователей совокупностью продуктов

обеспечивает выживание организации на рынке и способствует ее дальнейшему росту и развитию.

Способы расширения ассортимента портфеля организации могут варьироваться. Некоторые продукты организация создает и разрабатывает с помощью своих внутренних ресурсов. Другие продукты могут приобретаться готовыми и оптимизироваться под всю ассортиментную группу организации.

Ассортиментный портфель компании характеризуется рядом качественных и количественных показателей, анализ которых позволяет оценить уровень конкурентоспособности компании и определить ключевые и наиболее перспективные направления ассортиментной стратегии предприятия.

Существует несколько методов оценки ассортимента портфеля, один из которых – матрица, предложенная Бостонской консультативной группой (Boston Consulting Group – BCG). На основании результатов матрицы BCG можно оценить сбалансированность ассортимента портфеля.

Ещё один метод оценки конкурентоспособности ассортимента портфеля – это ABC-анализ. Идея метода ABC-анализа строится на основании принципа Парето: «за большинство возможных результатов отвечает относительно небольшое число причин», в соотношении 20 на 80. Данный метод анализа получил большое развитие, благодаря своей универсальности и эффективности. Результатом ABC-анализа является группировка объектов по степени влияния на общий результат [1].

Мы проведем количественную оценку ассортиментных групп инновационных организаций, рассчитаем такие показатели как «широта» ассортимента портфеля, то есть количество ассортиментных групп, а также «глубина» ассортимента портфеля – количество позиций в каждой ассортиментной группе.

По результатам исследования, проведенного международной исследовательской организацией Gemius, являющейся лидером в области анализа развития Интернета, можно сделать вывод о том, что наиболее популярными являются инновационные компании Google и Яндекс. На долю Google приходится 56,4%, на долю Яндекс – 41% пользователей в 2019 году в России [2].

Ассортиментный портфель таких компаний динамичен и постоянно изменяет свое содержание в соответствии с запросами рынка. Наиболее перспективные проекты запускают и совершенствуют, а проекты, спрос на которые снижается – закрывают.

Ассортиментный портфель организаций Яндекс и Google представлен в таблице 1.

**Таблица 1 - Количество продуктов в ассортиментных группах
Яндекс и Google (составлена по [3,4])**

Ассортиментная группа	Яндекс		Google	
	Количество сервисов	Уд. вес, %	Количество сервисов	Уд. вес, %
Поисковые сервисы	5	6	8	7
Мультимедийно-поисковые сервисы	9	11	10	9
Картографические сервисы	6	7	6	5
Рыночно-поисковые сервисы	15	18	3	3
Справочно-информационные сервисы	6	7	10	9
Образовательные сервисы	5	6	4	3
Сервисы для бизнеса	27	32	30	27
Персонализированные сервисы	7	8	8	7
Социальные сервисы	4	5	8	7
Сервисы для эффективной работы	0	0	12	11
Сервисы для разработчиков	0	0	14	12
Всего	84	100	113	100

Ширина ассортиментного портфеля Яндекс сводится к основным девяти категориям в которых представлены их сервисы, а глубина варьируется от 4 до 27 сервисов в одной категории. Больше всего предложений представлено в категории «для бизнеса».

Ассортиментный портфель Google состоит из 11 основных категорий. Глубина данных категорий варьируется от 3 до 30 сервисов в одной категории. Больше всего продуктов также представлено в категории «для бизнеса». Второй по глубине категорией в ассортиментном портфеле представлена группа сервисов для разработчиков. Данная категория позволяет оптимизировать процесс создания приложений и сайтов, расширять аудиторию пользователей и взаимодействовать с ней.

Таким образом, мы видим, что сервисы компаний широко представлены почти во всех сферах жизнедеятельности человека. Компания Яндекс шире охватывает сферу подбора товаров и услуг, но также представлена во всех других ключевых направлениях формирования ассортиментного портфеля инновационных организаций. Google, в свою очередь, предоставляет множество сервисов по оптимизации рабочих и бизнес-процессов, а также процессов, связанных с разработкой приложений [5]. Данная особенность формирования ассортиментной политики согласуется с целью компании, которая заключается в том, чтобы упорядочить всю информацию в мире и сделать ее доступной каждому.

Литература:

1. Добрыднева С.Г. Многокритериальная комплексная оценка ассортиментного портфеля // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2011. – № 3. – С. 135–140.
2. Статистика использования сервисов Яндекс и Google [Электронный ресурс] – URL: <https://www.liveinternet.ru/stat/ru/index.html> (дата обращения 27.10.2020).
3. Сервисы Яндекс [Электронный ресурс] – URL: <https://yandex.ru/all> (дата обращения 27.10.2020).
4. Сервисы Google [Электронный ресурс] – URL: https://about.google/intl/ALL_ru/products/ (дата обращения 28.10.2020).
5. Компания Google [Электронный ресурс] – URL: <https://about.google/intl/ru/> (дата обращения 29.10.2020).

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ В РАЗВИТИИ ТРАНЗИТНЫХ ПЕРЕВОЗОК НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

А.Т. Нурбаева, Б.С. Толысбаев, Е.В. Драгунова
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Новосибирский государственный технический университет,
г. Нур-Султан, г. Новосибирск, aizhan.nurbaeva87@mail.ru

Целью исследования является разработка научно-методических основ развития системы региональных транспортно-логистических центров на примере Республики Казахстан для улучшения транспортного и логистического обеспечения экономики республики.

The aim of the study is to develop scientific-methodical bases of development of system of regional transport and logistics centers on the example of the Republic of Kazakhstan to improve transport and logistics economy.

В настоящее время казахстанская экономика оказалась перед системным вызовом, характер и качество которого определяются сочетанием 3 фундаментальных факторов. Первым фактором является усиление глобальной конкуренции, охватывающей рынки товаров, услуг и капитала. Началась структурная перестройка мирового хозяйства, связанная с изменением баланса между экономическими центрами, возрастанием роли региональных экономических союзов и ожидаемым распространением новых технологий. Это влечет за собой изменение национальных и мировых грузо- и пассажиропотоков, рост требований к качеству транспортного обслуживания, обеспечению безопасности и устойчивости транспортной системы, необходимости существенного повышения конкурентоспособности казахстанской транспортной системы, что особенно важно. Вторым фактором является возрастание роли человеческого капитала в социально-экономическом развитии. Уровень конкурентоспособности современной инновационной экономики все в большей степени определяется качеством профессиональных кадров. Это в полной мере относится и к транспорту как отрасли, идущей по пути инновационного развития. Третьим фактором является исчерпание источников экспортно-сырьевого типа развития, базирующихся на интенсивном наращивании топливного и сырьевого экспорта, усиление приоритета мер инновационного характера и мер по обеспечению глубокой переработки сырья, что требует повышения мобильности населения, грузов, услуг и капитала [1].

Актуальная задача развития транспортного комплекса нашла соответствующее отражение в долгосрочной Стратегии «Казахстан-2030». Одной из ключевых задач в Стратегии названо обеспечение конкурентоспособности отечественного транспортно-коммуникационного комплекса на мировом рынке и увеличение торговых потоков через территорию страны. При этом цели развития транспортного комплекса непосредственно увязываются с задачей полного удовлетворения потребностей населения и экономики РК в качественных транспортных услугах при последовательном снижении транспортной составляющей в стоимости товаров и услуг.

Основными задачами транспортной стратегии РК являются:

- интеграция транспортной системы Казахстана в мировую транспортную систему, повышение уровня развития транспортной инфраструктуры на основных транспортных магистралях, связующих маршрутах и транспортных узлах по направлениям наибольшей концентрации республиканских и международных товароматериальных потоков: Восток- Запад и Север-Юг, достижение наибольшей эффективности транспортных процессов, снижение доли транспортной

составляющей в стоимости конечной продукции во внутреннем, транзитном и экспортно-импортном сообщении.

Мировой опыт показывает, что неадекватное развитие транспортных и логистических систем приводит к значительному росту затрат в сферах производства и предоставления услуг, сдерживает развитие практически всех отраслей экономики. Рациональное же использование транспортных и логистических возможностей страны стимулирует динамичное развитие сопряженных отраслей и сфер экономики. Таким образом, понимание роли транспортной системы в промышленном комплексе страны во многом предопределяет эффективность экономики государства.

Исключительно важная роль транспорта в РК обусловлена такими факторами, как значительная территория страны, простирающаяся с запада на восток примерно на 3 тыс. км, а с севера на юг - почти на 2 тыс. км; значительная дальность перевозок грузов, почти равная среднему показателю по СНГ; характер производимой продукции, требующей перемещения на большие расстояния (уголь, железная руда, нефтепродукты, продукция металлургической промышленности и сельского хозяйства (зерно, шерсть, мясо); транспортно-географическое положение страны, через которую идут значительные потоки транзитных грузов.

С каждым годом динамично увеличивается объем перевозки грузов и грузооборот. Среднемесячная заработная плата работников транспортных предприятий составляет около 400 долларов США. В целом, цены на транспортные услуги стабилизируются.

Переход к рыночным отношениям отразился и на основных показателях деятельности транспортного комплекса (см. рис.1). Так, объемы перевозок грузов ко всем видам транспорта снизились с 2015 по 2019 годы. Это связано со спадом производства в целом по стране. Начиная с 2017 г. отмечается увеличение объемов перевозок. В 2019 г. по сравнению с 2018 г. объемы перевозок грузов возросли в 1,7 раза.



Рис. 1 – Динамика объема перевозок грузов всеми видами транспорта

Как видно из рис. 1 больше половины грузов, перевозимых в стране транспортом общего пользования, приходится на железнодорожный транспорт, являющийся приоритетным по доставке грузов в ргионы республики и соседним странам.

Экономические и географические особенности, в числе которых большая территория и ориентированность на экспорт, делают экономику РК одной из наиболее грузоемких в мире, обуславливая высокую зависимость от транспортной системы.

Внешнеторговый оборот Республики Казахстан ежегодно устойчиво возрастает. При этом транзитные грузопотоки направлениями Юго-Восточная и Восточная Азия - Европа через территории РФ и РК, по оценкам международных аналитических центров, оцениваются примерно в 330-400 млрд. долларов. Однако в силу различных обстоятельств РК использует данный потенциал менее чем на 1% [2].

Транзитные автоперевозки через территорию РК осуществляются, в основном, Кыргызстаном (10,5%), Узбекистаном (5,5%), Россией (3,6%), и казахстанскими перевозчиками китайских грузов (80,4%) [3].

Дальнейшее развитие рыночной экономики и предстоящее вступление Республики Казахстана в ВТО, а также растущие потребности внутреннего рынка ставят новые задачи перед экономикой страны и ее транспортной системой. Переход Республики Казахстан к инновационному этапу развития экономики, интенсивное формирование рынка транспортных услуг, создание конкурентной среды в сфере грузо-и товародвижения при одновременном усилении интеграционных тенденций в мировой экономике требуют поиска адекватного механизма обеспечения эффективного функционирования транспортного комплекса, в качестве которого рассматривается логистика.

В результате формирования и развития РК ТЛС будет обеспечено:

Развитие Казахстанского национального рынка товаров и услуг на основе реализации интегральной концепции логистики, формирования в Республике Казахстан логистической товаропроводящей сети, расширения и оптимизации межрегиональных и международных транспортно-экономических связей [4].

- Снижение на 30-40% совокупных логистических издержек в дистрибуции при транспортировке, хранении и распределении товароматериальных потоков на основе разработки оптимальных логистических схем доставки грузов на предприятия и потребительский рынок Республики Казахстан.

- Совершенствование управления функционированием транспортно-дорожного комплекса РК и транспортно-распределительной системы в целом на основе разработки и внедрения современных логистических технологий организации товародвижения.

- Обеспечение конкурентоспособности предприятий транспортного комплекса Республики Казахстан при осуществлении международных перевозок грузов на основе совершенствования отношений конкуренции между участниками транспортного процесса, внедрения современного логистического сервиса как новой формы коммерческого обслуживания клиентуры.

Литература:

1. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. Пер. с англ. – М.: Издательство ЗАО «Олимп-бизнес», 2001. – 640 с.

Годовой отчет АО «НК «КТЖ» за 2019 г. [Электронный ресурс] – URL: https://www.railways.kz/articles/for-investors/godovye_otcheti

2. Бекетова К.Н., Тулендиев Е.Е. Разработка экономической модели создания систем региональных логистических центров // Соискатель – Алматы. – 2008. – С.28-34.

3. Кузьмина Е.М. Экономическое развитие стран ЕАЭС и перспективы экономической интеграции до 2025 г. – М.: Российский совет по международным делам. –24 с.

ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЙ СТАРТАП И СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

С.И. Охрименко, И.Л. Клавсуц
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Sofia625@yandex.ru

В статье проведен сравнительный анализ различных стратегий выхода на внешний рынок высокотехнологичных стартапов и выявлены преимущества и недостатки данных стратегий.

The article provides a comparative analysis of various strategies for entering the foreign market for high-tech startups and identifies the advantages and disadvantages of these strategies.

Стартапы часто вводят на рынок новые технологические инновации, которые, как правило, превосходят те, которые предлагают традиционные участники рынка. Высокотехнологичные стартапы в большинстве случаев уступают традиционным игрокам на рынке с точки зрения дополнительных активов, узнаваемости бренда и репутации из-за своего возраста, размера и недостаточного опыта работы на рынке.

Цель настоящего исследования – обобщение и анализ информации о стратегиях выхода высокотехнологичных стартапов на внешние рынки. Определим понятие внешний рынок как рынок зарубежных, для данной страны, государств, который в отличие от внутреннего рынка регулируется международными соглашениями.

В целом высокотехнологичные стартапы могут использовать различные подходы для выхода на рынок. Выбор способов выхода на рынок (методы, формы, инструменты или способы интернационализации) зависит как от внутренних факторов (в основном бизнес-потенциала), так и от экзогенных факторов (описывающих положение бизнеса на целевом рынке или отрасли, в которой работает фирма).

Первая группа стратегий входа на внешний рынок касается сферы обмена и посвящена международной торговле, в основном за счет экспортно-импортной деятельности. Данный вариант связан с низким риском. Стартап реализует зарубежные заказы только по мере их поступления. В большинстве случаев это единственная форма участия в международной деятельности.

Экспортная деятельность может принимать различные формы, в том числе: косвенный экспорт, прямой экспорт, а также принимать другие специфические формы экспорта. Аналогичного эффекта можно достичь

с помощью международной доставки по почте (электронной коммерции), но это нетипичная форма экспорта.

В случае реализации стратегии непрямого экспорта производитель использует независимых экспортных посредников, расположенных в его собственной стране, поэтому производитель не имеет прямого контакта с международными клиентами или партнерами, что характеризуется рядом преимуществ таких как: 1) низкие затраты выхода на рынок, 2) низкие финансовые риски, 3) трудности выхода на рынок ложатся на посредника, 4) отсутствие маркетинговых затрат. Несмотря на все преимущества у данной стратегии присутствуют и недостатки: 1) низкая доходность, 2) полная зависимость от посредника, 3) незнание внешнего рынка, 4) невозможность получить международный опыт, 5) посредник может сам запустить производство.

Характеристика прямого экспорта как одного из режимов выхода на внешний рынок представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Разновидности прямого экспорта

Разновидности	Преимущества	Недостатки
Прямой экспорт через иностранного агента (посредника)	низкая стоимость входа; умеренный финансовый риск; агент преодолевает трудности входа на внешний рынок	низкая рентабельность операций; высокая зависимость иностранного агента; невозможность получить международный опыт
Прямой экспорт через представительство	физическое присутствие на зарубежных рынках; прямой контакт с иностранным заказчиком; постоянная возможность реагировать на изменения внешнего рынка	относительно высокие затраты на содержание представительства; высокие транспортные расходы; потенциальные торговые барьеры

Вторая группа стратегий входа касается отношений сотрудничества, реализуемых через контакты с иностранными партнерами, в основном производителями. Данные стратегии включают в себя, в частности,

международное лицензирование, международный франчайзинг, международный субподряд, а также различные сборочные операции.

В процессе проведенного анализа авторами были выделены следующие преимущества данной группы стратегий: 1) низкие первоначальные затраты, 2) низкий финансовый риск, 3) стабильный доход, 4) сильное присутствие на внешнем рынке - лицензиат знает местные условия, 5) возможность простого расширения как крупных, так и удаленных рынков.

Однако, при использовании данной группы режимов выхода на внешний рынок возникает возможность потери контроля над технологиями, ноу-хау и качеством, появляется вероятность угрозы нелояльности лицензиата. Также данная группа характеризуется относительно низким доходом (роялти) по сравнению с другими формами интернационализации.

Третья группа стратегий выхода на внешний рынок касается инвестиционных режимов. Общей типичной чертой инвестиционных режимов является физическое и постоянное присутствие международного бизнеса на зарубежных рынках, осуществляя инвестиции в форме создания своих зарубежных филиалов или иностранных дочерних компаний (частично или полностью зависимых). Эти режимы основаны на прямых иностранных инвестициях. Они обеспечивают более низкие производственные затраты и прямое присутствие на внешнем рынке.

При выборе стратегии выхода на внешний рынок необходимо учитывать такие критерии как: 1) объем капитальных обязательств, 2) объем обязательств руководства, объем контроля, 3) масштаб риска, 4) объем потенциальной прибыли, 5) объем входных затрат. Эти критерии - естественный способ определить выбор стратегии выхода. Вопросы, связанные с финансированием (капитальные ресурсы), в частности, в случае малых и средних предприятий, делают невозможным выбор более продвинутых способов присутствия на внешних рынках.

Литература:

1. Горбунова М. Л., Приказчиков Ю. В. О стратегиях выхода российских инновационно активных несырьевых компаний на внешние рынки // Российский журнал менеджмента. – 2016. – Т. 14, № 4. – С. 49–80.

2. Захариева К.И. Стратегия выхода на новые рынки: теория и практика. Сравнительный анализ опыта Китая и Бразилии. [Электронный ресурс] // Сравнительная политика. – 2016. – URL:

<https://www.comparativepolitics.org/jour/article/view/430/408> (дата обращения: 23.11.2020). – doi: 10.18611/2221-3279-2016-7-2(23)-26-33.

3. Клавсуц И.Л., Русин Г.Л. // Инновационная деятельность в аспекте коммерциализации интеллектуальной собственности: монография. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. –156 с.

4. Klavsuts I. L., Rusin G. L., Klavsuts D. A. // Managing the introduction of innovative energy saving technology of demand side management in regions of the world / 11 International forum on strategic technology (IFOST 2016) : proc., Novosibirsk, 1–3 June 2016. – NSTU. – Pt. 2. – P. 506– 509.

5. Klavsuts I. L., Rusin G. L., Khayrullina M.V. \ Strategic models of introducing innovative technology for management of electric power consumption into world markets / Actual problems of electronic instrument engineering (APEIE–2016): тр. 13 междунар. науч.-техн. конф., Новосибирск, 3–6 окт. 2016 г.: в 12 т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2016. – Т. 1, ч. 3. – С. 247– 252.

6. Клавсуц И. Л., Русин Г.Л., Клавсуц Д.А. Управление внедрением инновационной энергосберегающей технологии в старопромышленных регионах СНГ и в северо-восточных азиатских регионах: опыт и перспективы // Модернизация российской экономики: перспективы, парадигмы, решения: сб. науч. ст. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2014. – С. 40– 47.

7. Klavsuts D. A., Klavsuts I.L., Rusin G.L. Aspects of evaluating the efficiency of introducing innovative method and technology demand side management in smart grid system // 48 International universities' power engineering conference (UPEC), Ireland, Dublin, 2-5 Sept. 2013 : [proceedings]. – Dublin : IEEE, 2013. – 5 p.

8. Watch K. Market entry modes for international businesses [Electronic resource] – URL: https://www.researchgate.net/publication/267040494_Market_entry_modes_for_international_businesses (дата обращения 23.11.2020).

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РАБОТУ ТРАНСПОРТНОГО ТЕРМИНАЛА

А.О. Пчелинцева, Д.В. Шмидт, В.А. Виниченко
Новосибирский государственный технический университет,
daryaschmidt3101@gmail.com, alena.pchelintseva99@mail.ru

По мнению авторов, значимую роль в функционировании транспортных компаний сыграла пандемия, вызванная вирусом SARS-CoV-2 и ее последствия. Анализ работы терминала данную гипотезу подтвердил. В настоящем

исследовании была проанализирована работа терминала во второй половине 2019 года и в аналогичные месяцы 2020 года. Графический результат показывает явное сокращение количества транспортной продукции в периоды пандемии.

According to the authors, the pandemic caused by the SARS-CoV-2 virus and its consequences played a significant role in the functioning of transport companies. Analysis of the terminal operation confirmed this hypothesis. This study analyzed the operation of the terminal in the second half of 2019 and in the same months of 2020. The graphic result shows a clear reduction in the number of transport products during the pandemic.

В феврале 2020 г. перед человечеством возникла угроза, получившая официальное название COVID-2019 (COrona VIRus Disease 2019, коронавирусная болезнь 2019 года), а вызывающий ее вирус - SARS-CoV-2 (Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2, второй коронавирусу тяжелого острого респираторного синдрома) [1]. Транспортно-логистическая отрасль оказалась одной из наиболее пострадавших сфер в результате форсированного распространения вируса по всему миру. Значительно повлияло на это введение ограничительных мер, предупреждающих распространение заболеваемости, а также других причин, сдерживающих развитие экономики в период пандемии.

Среди них можно выделить:

- закрытие государственных границ;
- введение ограничений на передвижение людей и товаров;
- разрыв производственно-сбытовых цепочек;
- снижение спроса и покупательной способности.

Комплексный характер действия этих причин повлек распространение негативного влияния на все виды транспорта вне зависимости от формы собственности.

Во время пандемии в странах ЕС фиксировалась отмена 90% авиарейсов, наблюдалось снижение объема пассажирских перевозок легковыми автомобилями на 60 – 90%, а общественным транспортом – на 50%. Ожидается, что по итогам 2020 года мировой объем грузовых перевозок сократится на 36%, а потери российских транспортных компаний составят 230 млрд рублей [2].

В условиях кризиса особенно важным становится повышение уровня качества обслуживания и достижения ключевых факторов успеха, которые позволят не утратить существующий уровень развития. В одной из российских транспортных компаний авторами настоящего исследования в период с октября по ноябрь 2020 года были проведены мероприятия, позволившие подтвердить тренд на снижение объема

транспортной работы. Это было важным для определения проблем, существующих на терминале в настоящее время. Ведь вовремя «высвеченная» проблема может стать драйвером будущего развития при ее правильном решении [3]. На терминале:

- проанализированы загруженность работы терминалов и время обслуживания клиентов сотрудниками диспетчерской службы;
- разработан график интенсивности обращений на терминал;
- среди клиентов проведено анкетирование, направленное на выявление оценки качества работы терминала. Общее количество респондентов, опрошенную за неделю работы терминала составило 107 человек.

Для анализа загруженности работы терминала фиксировалась длительность обслуживания клиентов в диспетчерской. Определение времени проводилось методом наблюдения с использованием хронометража при помощи таймера и секундомера физически на терминале, а также посредством анализа видеозаписей из архива системы видеонаблюдения, установленной на терминале. Опрос клиентов проводился непосредственно на терминале после или во время обработки заказов.

В целом, опрос показал общую удовлетворенность работы терминала, о чем говорит 50% опрошенных, оценивших работу терминала на 5 баллов по пятибалльной шкале и 30% - на 4 балла. Более 70% опрошенных ответили, что они воспользуются услугами данного терминала повторно. Почти 60% опрошенных порекомендуют коллегам и друзьям компанию.

Среди анализа проблем, который проводился с использованием диаграммы Парето, было выявлено, что наиболее значимые проблемы в работе терминала:

- длительное ожидание;
- порча груза;
- несоблюдение сроков доставки;
- сложности при оплате;
- потеря груза.

Это те проблемы, с которыми чаще всего сталкиваются пользователи транспортных услуг. Среди незначительных проблемы были названы:

- проблемы в работе сервиса;
- грубость операторов;
- ошибки в документах;
- высокая цена.

Помимо опроса, были проанализированы данные за сопоставимые периоды до пандемии (август – сентябрь 2019 г.) и после (август –

сентябрь 2020 года). Для более наглядного представления результатов был составлен график (рисунок 1).

Время	2020 год				2019 год				
	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Октябрь
7:00	50	41	62	42	50	158	119	135	
8:00	112	225	152	135	254	256	265	424	
9:00	162	346	366	328	417	35	428	396	
10:00	252	332	339	331	594	507	517	579	
11:00	240	412	465	402	575	571	558	649	
12:00	329	418	559	402	551	589	560	624	
13:00	359	495	580	540	560	603	578	642	
14:00	364	525	472	533	746	542	581	634	
15:00	364	391	510	390	519	414	472	630	
16:00	256	377	477	308	361	399	319	448	0-25
17:00	125	192	231	147	205	188	189	175	26-60
18:00	24	25	35	33	40	43	34	86	61-150
19:00	18	15	38	10	18	19	30	40	151-200
20:00	10	17	29	16	12	5	5	37	201-270
21:00	9	5	6	2	0	2	1	19	271-350
22:00	3	0	4	1	0	0	0	5	351-450
23:00	1	1	10	0	0	0	0	0	451-580
0:00	45	83	69	71	43	95	56	35	581-746

Рис. 1 – Изменение количества заявок до и после пандемии

В 2019 году наблюдается высокое посещение терминала в период с 10.00 до 15.00 в течении четырех месяцев. Максимальный пик загруженности на терминале в июле в 10.00 достигает 594 чел. и в 14.00 – 746.чел. В августе в 12.00 – 589 чел. и в 13.00-603 чел. В сентябре в 14.00 - 581 чел. В октябре пик достигается на промежутке с 11.00 до 15.00 и максимальное количество посещений составляет 649 чел.

В 2020 г не наблюдается такого большого количества посещений, что авторы данного исследования связываются с пандемией. Высокое посещение наблюдается с августа по октябрь. В августе в 13.00 - 495 чел. и в 14.00 – 525 чел. В сентябре наблюдается высокая загруженность с 11.00 до 16.00 максимально количество посещений составляет 580 чел. В октябре в 13.00- 540 чел., в 14.00-533 чел.

Проанализировав неделю октября 2020 г., можно заметить, что самыми загруженными днями являются: понедельник – 730 чел. и пятница – 787 чел.

По результатам анкетирования, можно сделать вывод, что частой проблемой, с которой сталкиваются клиенты является длительное ожидание. Это возможно связано с техническими сбоями программы (исходя из жалоб сотрудников).

Для того, чтобы сократить ожидания клиентов можно порекомендовать следующее:

1. Обучить персонал разнообразным навыкам и при необходимости перегруппировываться – например, в час пик клиентов очень много, сотрудники не успевают обслуживать посетителей, диспетчера, которые обзванивают клиентов, могли бы помогать в обслуживании клиентов.

2. Создание «Электронной очереди» позволит сократить время ожидания клиентов, а также распределиться равномерно нагрузка на каждого сотрудника.

3. Создание приложения или сайта, с помощью которого сотрудники могли бы записаться на определенное время, оплатить услуги, видеть статус перемещения груза, заполнять документы в онлайн – режиме, а также смогут получить консультацию специалиста.

4. В связи с техническими сбоями программы программист должен находиться в диспетчерской, чтобы в случае сбоя можно было быстро устранить проблему.

Литература:

1. Романов Б. К. Коронавирусная инфекция COVID-2019 // Безопасность и риск фармакотерапии. – 2020. – №8 (1). – С. 3–8.

2. Дайджест «Транспортная сфера в контексте COVID-19» [Электронный ресурс] – URL: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-transport.pdf> (дата обращения: 07.10.2020).

3. Виниченко В. А. Оценка эффективности транспортного обслуживания: теория и практика: монография / В.А. Виниченко, В.П. Нехорошков. – М.: Издательство «Креативная экономика», 2019. – 244 с. – doi: 10.18334/9785912923029.

ФАКТОРЫ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

И.А. Ростовцева, К.В. Гилева

**Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, iris017@mail.ru**

В статье рассматривается сущность такого инструмента кадровой политики, как вовлеченность персонала. В статье представлены определения зарубежных и российских авторов понятия «вовлеченность». Проведена операционализация понятия «вовлеченность» (факторы, определяющие уровень вовлеченности персонала).

The article examines the essence of such a personnel policy tool as personnel involvement. The article presents the definitions of the foreign and Russian author of the concept of "involvement". Operationalization of the concept of "involvement" (factors that determine the level of personnel involvement) has been carried out.

Система управления персоналом в российских компаниях не отличается тем разнообразием методов, инструментов и подходов

менеджмента как, к примеру, в зарубежных компаниях. Зачастую единственным воздействующим методом стимулирования сотрудников является материальное вознаграждение. Проблема низкой вовлеченности сотрудников в многих случаях становится результатом низкоэффективного взаимодействия менеджмента и сотрудников.

Понятие вовлеченности персонала вошло в обиход российского менеджмента относительно недавно. Большое внимание данной технологии уделяется в крупных компаниях, корпорациях. Собственники же малых предприятий не выделяют бюджет на средства вовлеченности персонала, при этом при найме работников ожидают от них экономии в использовании ресурсов, которые крайне ограничены в малых предприятиях, высокой производительности труда, включенности в решение проблем организации.

Мечтой для каждого руководителя являются сотрудники, работающие с полной самоотдачей, стремящиеся к скорости и безукоризненному качеству выполнению работы, ответственные за свой результат и результат команды, но большинство руководителей забывают, что именно вовлеченные сотрудники работают больше и лучше, они проявляют инициативу, у них более высокая производительность труда нежели у сотрудников, не сопричастных к деятельности организации.

Понятие «вовлечение» впервые в литературе использовано К. Томпсоном в следующем контексте: «Чтобы донести обещание бренда до потребителя, работник должен полностью понимать и разделять ценности бизнеса» [4].

Как отмечают сотрудники Британского исследовательского института CIPD: «Вовлеченность сотрудника заключается в удовлетворенности работником своей ролью, концентрацией на поставленной задаче и приверженностью к организации, и ее целям и ценностям» [5].

Алан Майкл Сакс определял вовлеченность персонала как «взаимообратный и взаимозависимый процесс, выражающийся в готовности сотрудника инвестировать свой когнитивный, навыковый и эмоциональный капитал в деятельность организации, обменивая его на ресурсы и льготы, предоставляемые компанией» [3].

Анализ определений западных авторов позволяет сделать вывод, что под вовлеченностью понимается приверженность организации, принятие корпоративных ценностей и миссии компании и готовность вкладывать свои ресурсы в ее развитие сверх нормативных ожиданий.

О. Ведерникова отмечает, что «вовлеченность – это повышенная эмоциональная связь с организацией, которая выражается в потребности

быть частью организации, приложениями сотрудниками дополнительных усилий в работе по собственной инициативе и положительных отзывах сотрудников о компании» [1].

В.Г. Коновалова пишет о том, что «вовлеченность - это эмоциональное и интеллектуальное состояние, которое мотивирует работников выполнять их работу как можно лучше» [2].

Анализируя определения отечественных авторов хочется сказать, что авторы определяют вовлеченность как интегрированный параметр, позволяющий оценивать уровень интереса сотрудников к компании и той деятельности, которой они занимаются, поддержание этого интереса компанией для побуждения работника. Вовлеченный сотрудник является важнейшим ресурсом организации и ключевым ее преимуществом, т.к. готов инициативно и производительно работать не только в рамках своих должностных обязанностей. Кроме того, такие сотрудники являются положительно заряженным ядром коллектива, которые конструктивно реагируют на изменения и оказывают помощь руководству и коллегам в решении нестандартных проблем.

Рассмотрим более подробно факторы вовлеченности персонала. Факторы вовлеченности имеют две направленности влияния: положительное и отрицательное воздействие.

Фактор «Баланс работы и личной жизни» положительно влияет на вовлеченность персонала, если в организации соблюдается график работы сотрудников и у них есть время на личную жизнь.

Отношения с руководителем влияют на производительность труда и желание/нежелание сотрудника быть частью команды. В случае, если руководитель дает справедливую, своевременную, понятную обратную связь, оказывает поддержку в решении разнообразных проблем, он создает условия для высокой мотивации работника к труду. Однако, если стиль руководства не подходит для сотрудника, например, если к персоналу применяются строгие дисциплинарные взыскания, то об удовлетворенности трудом и последующей вовлеченности не может быть и речи.

Положительное воздействие на вовлеченность оказывает слаженность коллектива, который обладает своей культурой с положительным социально-психологическим климатом. Коллектив выступает важнейшим фактором вовлечения работника и в трудовой процесс, и в общественную жизнь организации, и в корпоративную культуру. Признание командой и ощущение себя частью команды – это важнейшие эмоционально заряженные факторы вовлеченности.

Так же положительное влияние на работника оказывает искреннее и своевременное признание вклада со стороны коллег и руководства

организации. Многими исследованиями подтверждено, что именно недостаток признания является основной причиной, по которой люди меняют работу. Особенно это ценят вновь принятые работники. Если руководитель, коллеги будут обращать внимание на достижения каждого сотрудника и поддерживать любое его начинание с первого дня адаптации, то уровень последующей вовлеченности будет высок.

Еще одна группа факторов связана с репутацией компании на рынке, в т.ч. на рынке труда. Наличие выстроенной стратегии кадрового маркетинга, которая последовательно реализуется компанией, открывает большие возможности для развития, карьеры, реализации творческого потенциала. Но как показывает практика, руководители малых предприятий не стремятся вкладывать средства на создание благоприятной репутации о себе. Репутация формируется годами, а как известно, большинство малых предприятий стараются получить максимум при минимуме затрат, опасаясь кризисов и инфляций.

Подводя итог, хочется сказать, что положительно влияет на вовлеченность работников в малых предприятиях самостоятельность, возможность участвовать в управленческих решениях, гибкий график работы. В свою очередь, особенности небольших организаций не позволяют выстраивать пошаговые карьерные траектории, предоставлять широкие возможности к обучению, также редко используется широкий социальный пакет для сотрудников.

Указанные факторы мы планируем изучить на примере организации малого бизнеса – Развивающего Центра «УмБери», который предоставляет услуги в сфере дошкольного и школьного образования. Уже сейчас можно сказать, что в компании используются гибкие формы занятости – график работы сотрудники устанавливают сами. Руководитель Центра обговаривает с сотрудниками временные рамки, когда можно назначить им занятия. Это грамотное решение руководителя, так как данным действием он использует гибкие формы управления, позволяя им составить свой график, а не указать на свободные кабинеты. В дальнейшем исследовании будут сделаны комплексные выводы относительно влияния социально-психологических и организационных факторов на уровень вовлеченности работников этой компании.

Литература:

1. Ведерникова О., Как повысить вовлеченность персонала в работу [Электронный ресурс] // HR-Portal – URL: <https://hr-portal.ru/article/kak-povysit-vovlechenost-personala-v-rabotu>

2. Коновалова В., Управление вовлеченностью персонала: факторы успехов и неудач // Кадровик – 2014. –№9. – С. 74–84.

3. Маслова В.М. Управление персоналом предприятия: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. –314 с.

4.Трейси, Брайан. Полная вовлеченность. Вдохновляйте, мотивируйте и раскрывайте все лучшее в своей команде / Брайан Трейси; пер. с англ. Н. Яцюк – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

5.Чуланова О. Л., Припасаева О. И. Вовлеченность персонала организации: основные подходы, базовые принципы, практика использования в работе с персоналом// Вестник евразийской науки. – 2016. – №2 (33) – С. 86.

СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ АНАЛИЗА ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В.Е. Серебряков, Н.А.Щербакова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, serebryakov.v98@mail.ru**

В статье рассматриваются современные возможности и инструментарий оценки эффективности деятельности предприятий, начиная от анализа классических финансовых показателей до новых концепций, основанных на анализе стоимости. Сделан вывод, что указанные инструменты позволяют выявить факторы, которые влияют на эффективность деятельности промышленного сектора.

The article discusses modern opportunities and tools for assessing the efficiency of enterprises, ranging from the analysis of classical financial indicators to new concepts based on value analysis. It is concluded that these tools make it possible to identify factors that affect the efficiency of the industrial sector.

Промышленный комплекс играет ведущую роль не только в России, но и любом другом государстве, так как промышленные предприятия являются твердой основой своевременного развития. Исходя из этого, при разработке грамотных управленческих решений особую значимость приобретают оценка и анализ факторов, которые оказывают воздействие на эффективность промышленных предприятий.

Кроме этого, особую значимость в необходимости изучения влияния факторов эффективности имеет общеизвестная проблема ограниченности ресурсов [1]. Именно ограниченность ресурсов побуждает производителей различных отраслей экономики и исследователей изучать вопросы по оптимизации факторов

эффективности и выстраивать наиболее четкие и налаженные бизнес-процессы.

Современные возможности и инструментарии оценки эффективности деятельности организации велики: начиная от анализа классических финансовых показателей, таких, как валовая и чистая прибыль; рентабельность; коэффициенты ликвидности и платежеспособности, до новых концепций - экономической добавленной стоимости, ценностно-ориентированного менеджмента и сбалансированной системы показателей. При этом для крупных, промышленных предприятий, где зачастую происходят высокие разрывы между финансовыми отделами и процессами производства, в виду сложности своевременной и быстрой информационной логистики, использования классических финансовых показателей недостаточно, нужны стоимостные характеристики [2, 3].

В экономической теории под факторами традиционно понимаются ресурсы производственной деятельности предприятия [4]. Таким образом, факторы – это элементы, причины, воздействующие на анализируемые показатели эффективности организации [5]. В свою очередь, согласно точке зрения иностранного ученого Питера Друкера (2003), эффективность предприятия – это максимально выгодное соотношение между совокупными затратами и экономическими результатами [6].

Факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятия, классифицируются по различным признакам и зависят от специфики предприятия, а именно: вида отрасли, уровня конкуренции, занимаемой доли рынка, используемых методов производства, уровня используемых технологий и проч.

Все факторы эффективности делятся на внешние и внутренние. Внешними факторами выступают факторы, не зависящие напрямую от производственной деятельности предприятия. Это политические и правовые факторы (налоговое законодательство, политика в области охраны окружающей среды, денежно-кредитная политика и т.д.), экономические (состояние экономики, развитие экономического цикла и проч.), социально-культурные (оказывает влияние на характер потребления продукта, уровень жизни и т.п.), технологические (революционное технологическое развитие) [1]. Внутренними факторами эффективности являются те факторы, которые напрямую зависят от деятельности предприятия, существующих ресурсов, реализованной системы управления и проч. [1]. Основные, наиболее общие внутренние факторы эффективности представим в виде схемы на рисунке 1.

Также различают объективные и субъективные факторы эффективности. Так, объективные факторы связаны с природными катастрофами, стихийными бедствиями и террором, а субъективные факторы зависят от конкретных людей, организаций и учреждений. Можно выделить экстенсивные факторы (рост объема используемых в производстве материалов, сырья, трудовых ресурсов) и особые (связаны с факторами неопределенности – риска) [7]. Специфические факторы эффективности, которые существуют только в отдельных отраслях или даже в отдельной организации (конъюнктура отраслевого рынка, уровень автоматизации управленческих работ, соотношение форм и методов управления, уровень квалификации работников, эффективность их труда, исполнение правил безопасности).



Рис. 1 – Основные внутренние факторы эффективности предприятия (составлено автором статьи)

Если промышленное предприятие ставит перед собой задачу изучить и измерить влияние факторов на тот или иной показатель, будет необходимым разделить факторы на прямые (оказывают непосредственное влияние на результат) и косвенные, измеримые и неизмеримые, количественные и качественные. Так, количественные факторы определяют количественную оценку явления, например, количество оборудования, количество сырья и проч., качественные

факторы предназначены для оценки внутренних качеств и особенностей изучаемого процесса (производительность труда, качество продукта).

Наиболее современным подход к оценке факторов эффективности основан на стоимостных оценках компании [8].

В последующих исследованиях будут изучены методы стоимостного анализа в исследовании влияния изложенных выше факторов с учетом их классификаций на конкретных промышленных предприятиях. Будут изучены взаимосвязи влияния факторов, подобраны варианты решений по повышению эффективности предприятий.

Литература

1. Abium24.ru [Электронный ресурс] // Факторы, влияющие на повышение деятельности предприятия, пути ее повышения – URL: <https://abium24.ru/factory-vliyayushchie-na-effektivnost-deyatelnosti-predpriyatiya-puti-ee-povysheniya> (дата обращения: 02.11.2020).

2. Щербakov В.А., Щербakova Н. А. Сравнительное исследование результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий на основе показателей финансового и стоимостного анализа // Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития. Материалы V Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 20 декабря 2018 г. – Новосибирск: Сибирский государственный университет путей сообщения. – С. 256–260.

3. Shcherbakova N.A., Shcherbakov V.A. Formation of Cash Flow-Based Factor Models in the System of Value-Based Management // Proceedings of the International Scientific Conference "Far East Con" (ISCFEC 2020). Series: Advances in Economics, Business and Management Research, volume 128, p. 743-751 – doi: 10.2991/aebmr.k.200312.105).

4. Кошиева М.А., Дзахмишева И.Ш. Факторы повышения эффективности производства плодовоовощного комплекса АПК [Электронный ресурс] // Фундаментальные исследования. – № 11–9 – 2014. – С. 2032–2036. – URL: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=35890> (дата обращения: 10.11.2020).

5. Смагулов А.С. Факторы влияющие на повышение эффективности промышленных предприятий [Электронный ресурс] // Международный научно-исследовательский журнал. – №2 (33) – 2015. – URL: <https://research-journal.org/economical/factory-vliyayushhie-na-povyshenie-effektivnosti-promyshlennogo-predpriyatiya/> (дата обращения: 02.11.2020) – doi: 10.18454/IRJ.2227-6017

6. Борушевская О.О. Эффективность предприятия: взгляд сквозь поколения [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – №30 (216) – 2018.

С. 21– 23. – URL: <https://moluch.ru/archive/216/52218/> (дата обращения: 10.11.2020).

7. Калиева О.М. Факторы, влияющие на экономическую эффективность деятельности предприятия [Электронный ресурс]// Инновационная экономика: материалы I Междунар. Науч. Конф. (г. Казань, октябрь 2014г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 93– 96. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/130/6162/> (дата обращения: 12.11.2020).

8. Shcherbakova N. A. Economic justification of enterprise development based on Company value analysis / N. A. Shcherbakova, A. Shcherbakov // SHS Web of Conferences. – 2020. Vol.80: Prospects of Fundamental Sciences Development: 17 intern. conf. of students and young scientists (PFSD-2020) – Art. 01013 (8 p.). – doi: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208001013>.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА БИРЖЕ – ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Д.В. Сичкарев, А.А. Балабин
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, snyder121@yandex.ru

Статистические данные показывают существенное увеличение числа физических лиц, а также количества и объёмов проводимых ими операций на Московской бирже в 2018-2020 гг. С одной стороны, это обусловлено ростом цен на ценные бумаги, возможностью более легкого доступа на биржевой рынок. С другой стороны, произошло снижение процентных ставок по вкладам физических лиц в банках. Вследствие этого в биржевые операции вовлекается большое количество неопытных инвесторов, что делает весьма актуальной задачу ограничения рисков российских граждан при осуществлении ими биржевых операций.

Statistical data show a significant increase in the number of individuals, as well as the number and volume of their operations on the Moscow exchange in 2018-2020. On the one hand, this is due to the increase in securities prices and the possibility of easier access to the exchange market. On the other hand, there was a decrease in interest rates on deposits of individuals in banks. As a result, a large number of inexperienced investors are involved in exchange operations, which makes it very important to limit the risks of Russian citizens when they conduct exchange operations.

На сегодняшний день существует множество финансовых инструментов и направлений инвестирования, доступных физическим лицам. Наиболее популярными сейчас являются банковские депозиты, покупка иностранной валюты, инвестиции в недвижимость и в ценные

бумаги. Однако с течением времени баланс приоритетов по инвестированию в различные финансовые инструменты может существенно меняться.

Фондовый рынок в России начал формироваться в 1990-е годы. И до последнего времени инвестиции в ценные бумаги не были у россиян популярным способом инвестирования (этому способствовали низкая финансовая грамотность населения, недоверие к новым способам сбережения, незнание механики работы фондового рынка, труднодоступность инвестирования и т.д.).

Однако в 2018 году произошла смена приоритетов. Она была вызвана сочетанием двух процессов – снижением процентных ставок по вкладам физических лиц и ростом цен на фондовом рынке (рис. 1).

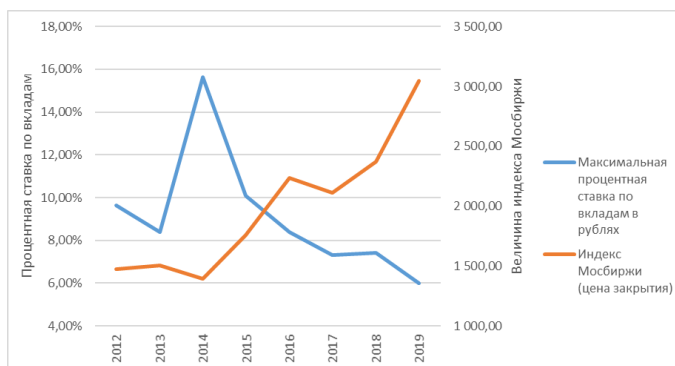


Рис. 1 – Динамика максимальной процентной ставки по вкладам и индекса Московской биржи. Источник: составлено автором по данным Московской биржи [2] и Банка России [3].

Как видим, ставки по вкладам достигли своего максимального значения в 2014 году, а затем начали неуклонно снижаться. В том же 2014 году на фоне снижения ставок по вкладам неуклонно (за исключением лишь 2017 года) начали расти цены на акции на фондовом рынке, что нашло отражение в увеличении индекса Московской биржи. Доходность операций с ценными бумагами на сегодняшний день по-прежнему выше, чем по банковским вкладам: если вклады редко предлагают ставку выше 6%, то, к примеру, акции ПАО «Газпром» или ПАО «Сбербанк России» могут демонстрировать дивидендную доходность в 9-11%.

Результатом двух рассмотренных тенденций стал резкий рост числа физических лиц и их вложений на российском фондовом рынке (рис. 2).

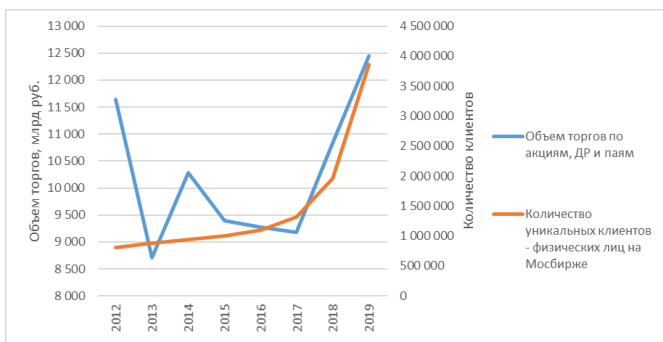


Рис. 2 – Динамика количества клиентов – физических лиц на Московской бирже и объема торгов по акциям, долговым распискам (ДР) и паям. Источник: составлено автором по данным Московской биржи [4, 5].

Количество уникальных клиентов (то есть физических лиц, имеющих брокерские счета на бирже) увеличивается, начиная с 2017 г. нарастающими темпами. Похожую динамику, но с некоторыми «скачками» демонстрируют также объем торгов на Московской бирже. Растет и общая сумма вложений физических лиц в биржевые активы: например, общая стоимость активов, находящихся на ИИС у частных инвесторов, в марте 2019 года составляла 107,9 млрд руб., а к марту 2020 года увеличилась до 217,5 млрд руб. [6].

Кроме того, переход процедур торговли в Интернет и, в частности, внедрение мобильных приложений для физических лиц способствует облегчению вхождения на фондовый рынок. Легкость совершения операций выгодно отличает ценные бумаги от прочих инвестиционных активов (например, операции с недвижимостью или драгоценными металлами). На этом фоне многие профессиональные участники рынка ценных бумаг начали активно продвигать свои посреднические услуги с помощью программ лояльности и рекламы, что также увеличивает интерес потенциальных клиентов к вложениям на бирже.

С похожей ситуацией Соединенные Штаты Америки столкнулись еще в конце 20-х годов прошлого века. Однако закончилось это увлечение, как известно, сильнейшим падением фондового рынка 24 октября 1929 года, позднее получившим название Черный четверг. Данное событие стало началом Великой депрессии, продлившейся 10 лет. Оно сопровождалось ростом безработицы и преступности, потерей капитала на фондовой бирже и общим экономическим застоем. Подобные

фондовые кризисы наблюдались и позднее, к примеру в 1973 и 1987 годах.

Очевидно, и наша страна не является исключением из общего правила.

Более или менее непрерывный рост фондового рынка создает у его участников иллюзию накопления их капитала. Вместе с тем, уровень финансовой грамотности физических лиц изменился мало, отсутствует понимание цикличности взлетов и падений цен на рынке ценных бумаг. В биржевые операции вовлекается большое количество неопытных инвесторов, что делает весьма актуальной задачу ограничения рисков российских граждан при осуществлении ими биржевых операций. Задачу ограничения рисков физических лиц должны решать не только сами участники фондового рынка, но и российские государственные регулирующие органы, и профессиональные участники рынка ценных бумаг на основе современных научных представлений об управлении рисками на фондовом рынке.

Целью дальнейшего изучения проблемы незащищенности интересов физических лиц на фондовом рынке будет являться поиск способов ограждения частных инвесторов от «ударов» финансового рынка и их защиты от рисков потери капитала на биржевых операциях.

Литература:

1. Постановление Совмина РСФСР от 25.12.1990 N 601 (ред. от 15.04.1992, с изм. от 24.11.1993) «Об утверждении Положения об акционерных обществах» [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_38/ca1820d99f2c758e82d835816b28c0a34417dc33/ (дата обращения 28.10.2020).

2. Индекс МосБиржи [Электронный ресурс] – URL: <https://www.moex.com/ru/index/IMOEX/archive/#/from=2012-09-01&till=2020-10-01&sort=TRADEDATE&order=desc> (дата обращения 25.10.2020).

3. Динамика максимальной процентной ставки (по вкладам в российских рублях) десяти кредитных организаций, привлекающих наибольший объем депозитов физических лиц [Электронный ресурс] – URL: <http://www.cbr.ru/statistics/avgprocstav/?UniDbQuery.Posted=True&UniDbQuery.From=3.12.2012&UniDbQuery.To=3.09.2020> (дата обращения 26.10.2020).

4. Статистика по клиентам [Электронный ресурс] – URL: <https://www.moex.com/s719> (дата обращения 24.10.2020).

5. Статистика объемов торгов Московская биржа [Электронный ресурс] – URL: <https://www.moex.com/ru/ir/interactive-analysis.aspx> (дата обращения 24.10.2020).

6. Рынок ценных бумаг [Электронный ресурс] – URL: https://cbr.ru/securities_market/ (дата обращения 29.10.2020).

ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ: РЕЗЕРВЫ РОСТА

В.А. Снегирев

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, snegirev.v93@mail.ru**

Представлены результаты исследования, проводимые в рамках опроса сотрудников и работодателей на предмет выявления резерва и продолжительности работы в компании. Основная идея заключается в анализе управленческого инструментария и формирования социально – трудовых отношений под влиянием смены поколенческих групп. Приведены результаты анкетирования (N=500) разных поколенческих групп на наличие трудового резерва и планируемого срока работы в компании.

The article presents the results of research carried out within the framework of the dissertation work of a graduate student. The main idea in the analysis of management tools for the formation of social and labor relations under the influence of the change of generational groups. The paper presents (N=500) the results of a survey of different generational groups for the availability of a labor reserve and the planned period of work in the company.

Актуальность изучения тематики закрепляемости сотрудников в организации обусловлена проблемой инструментов подбора и адаптации персонала для разных поколенческих групп. Работодатель не полностью использует профессиональные возможности своих сотрудников [3,5]. Это показывает проведенный опрос, в котором приняли участие более 500 сотрудников разных отделов и направлений (продажи, управление, обеспечение, производство, услуги) из результатов которого видно, что есть резерв в производительности труда сотрудников. Многообразии инструментов при кадровом обеспечении не всегда гарантирует долгосрочные социально-трудовые отношения «работодатель – наемный сотрудник». Исходя из результатов анкетирования разных возрастных групп на вопрос мотивации и наличие трудового резерва (таблица 1), можно увидеть, каков потенциал у разных поколенческих групп.

Таблица 1 - Наличие резерва, %

Имеется ли резерв роста производительности труда	Возрастные группы							
	До 16	16-24	25-30	31-35	36-40	41-45	46-50	50+
Нет, я работаю на максимальную мощность	35,1	23,6	29,2	25,7	35,2	42,9	37,7	49,2
Да, резерв имеется	64,9	76,4	70,8	74,3	64,8	57,1	62,3	50,8

Из представленных в таблице параметров видно, что среди респондентов все имеют резерв, то есть либо работодатель не эффективно использует рабочее время персонала, либо сами сотрудники не выкладываются во всю силу, предположительно, не имея для этого должной мотивации.

Интенсивная загруженность представлена в таблице у сотрудников, которые относятся к категории от 41-45 лет – 43 процента. Данная возрастная группа, по всей видимости, обладает всеми необходимыми компетенциями и опытом для выполнения необходимых задач, а самое главное, у них есть на это достаточное количество энергии и самодисциплины. Руководство компании это понимают и используют данный возрастной сегмент как ключевой в интересах своего бизнеса.

Самый большой трудовой резерв у сотрудников возрастной группы от 16 до 24 лет – 76,4 процента, это может быть обусловлено низким опытом, и как следствие, недоверию работодателя к своему сотруднику, сомнению в его компетенциях и силах выполнить более сложную задачу. Не многие ценят энтузиазм и рвение проявить себя у поколения У, которым присуще данные качества [2,6]. В крупных международных компаниях более сложно действовать вне рамок и вне своей должностной инструкции, не давая возможность персоналу проявить свои способности вне поставленных задач, поскольку все действия строго регламентированы. Некоторые сотрудники не могут проявить весь свой потенциал или выйти за рамки существующих ограничений.

Часто сотрудник сам себе говорит, что для развития и дальнейшего роста ему подойдет занимаемая должность – «чуть- чуть поработаю и уйду». Автор в своей работе анализирует продолжительность работы в компании у разных поколенческих групп. В таблице 2 представлены результаты анкетирования, проводимого в рамках диссертационной работы аспиранта.

Таблица 2 - Планируемая продолжительность работы, %

Срок	Возрастные группы							
	До 16	16-24	25-30	31-35	36-40	41-45	46-50	50+
Меньше года	32,4	13,4	1,5	2,7	0,0	0,0	1,9	5,1
От 1 до 5 лет	8,1	31,5	30,8	21,6	20,4	12,9	13,2	18,6
От 5 до 10 лет	0,0	1,6	6,2	4,1	5,6	0,0	7,5	3,4
Более 10 лет	5,4	12,6	27,7	51,4	64,8	64,3	54,7	61,0
Пока не найдется другая работа	5,4	0,8	6,2	5,4	0,0	2,9	3,8	1,7
Уже не работаю	37,8	19,7	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	5,1
Не знаю	10,8	20,5	24,6	14,9	9,3	20,0	18,9	5,1

В результате опроса, категория сотрудников до 16 лет показала интересный результат – 38 процентов опрошенных респондентов за очень короткий промежуток времени (менее полугодия) сменили несколько видов деятельности. Поколения Z, как их принято называть, зачастую интересуются совершенно новыми видами трудовой занятости и не готовы к закреплению в компании без «интересных» проектных задач с быстрым результатом [7,9]. Сотрудники, относящиеся к возрастной категории от 36 до 45 лет, показывают самый продолжительный период работы в компании, именно они составляют ядро организации, выполняя наибольший объём работы. Обладая необходимыми компетенция, знаниями и опытом, им по силе выполнить поставленные задачи, а значит и нет потребности в смене работодателя [10].

В заключении, необходимо, чтобы инструменты мотивации в организации, применяемы к сотрудникам, должны быть скорректированы, на стадии привлечения и отбора сотрудников с наибольшим соответствием должности, исходя из возрастных групп. Либо непосредственно в процессе адаптации и введения в должность расширять организационные условия для использования более высокого потенциала сотрудников. Необходимо уделять внимание нагрузкам и интенсивности рабочего времени сотрудника, относительно выполнения поставленных задач. Для кого-то необходимы достижения быстрого результата с минимальным количеством затраченного времени, для кого-

то рабочий день должен строиться равномерно, без режима многозадачности.

Литература:

1. Атлас новых профессий [Электронный ресурс]. – URL: http://atlas100.ru/upload/pdf_files/atlas.pdf (дата обращения: 12.04.19).
2. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования /Т.Ю. Базаров. – 8-е изд., стер. –М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 224 с.
3. Борисова А.А., Рязанцева И.В., Снегирев В.А. Теоретико-прикладные исследования по регулированию социально-трудовых отношений с использованием теории поколений // Экономика труда. – 2019. – Том 6. – № 2. – С. 677-688.
4. Борисова А.А. Конкурентоспособность и профильная занятость выпускников вузов: вопросы теории и методологии: монография. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2015. – 510 с.
5. Борисова А.А. Организация деятельности служб управления персоналом (российская практика): монография / А. А. Борисова. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2012. – 250 с.
6. Зайцева Н.А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. №2 (3). [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-my-raznye-ili-odnakovye> (дата обращения: 20.02.2019).
7. Зайцев Д.А., Збрицкая И., Зайцева Н.С. Россия в преддверии четвертой промышленной революции // Иннов: электронный научный журнал. – 2016. – №1 (26). – С. 1–6
8. Иванова И.А. Теория поколений: проблемы обучения и адаптации молодых специалистов в XXI веке // Транспортное дело России. 2015 – №5. – С. 129–131.
9. Самоукина Н.В. Теория поколений в российском менеджменте. – М.: RuScience, 2018. – 185 с.
10. Снегирев В.А. Кадровое обеспечение: инструменты стимулирования и воздействия на работников разных возрастных групп // Экономика труда. – 2020. – Том 7. – № 4. – С. 347–364.

РАЗВИТИЕ НАСТАВНИЧЕСТВА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

И.В. Феденёва, К.В. Гилёва

**Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, ilonka099@yandex.ru**

Работа посвящена определению значимости применения наставничества в организациях. Проанализированы цели и задачи наставничества, модели наставничества, а также традиционные и современные форматы его проведения.

The work is devoted to determining the importance of the use of mentoring in organizations. The goals and objectives of mentoring, models of mentoring, as well as traditional and modern formats of its implementation are analyzed.

Термин «наставничество» активно стало употребляться в середине 60-х годов XX века и понималось как эффективный способ морального воспитания молодого поколения и подготовки к будущей трудовой деятельности. В основном быть наставником мог человек, пользующийся уважением среди других людей, имеющий жизненный опыт и соответствующую профессиональную квалификацию.

С начала 90-х, которые ознаменовались появлением рыночных отношений, интерес к наставничеству существенно снизился. Прежде всего, это было связано с конкуренцией и страхом более зрелых работников передавать свой опыт и знания молодежи. В современных организациях этой технологии уделяется большое внимание в связи с важностью и актуальностью задач, которые она призвана решать.

У любого человека, вне зависимости от его темперамента, что-то новое – деятельность, коллектив и т.д. вызывает стресс, эмоциональные перегрузки. Попадая в новую организацию, сотрудник вовлекается в новые для него условия. И адаптироваться к данным условиям может помочь оперативная система наставничества.

Наставничество – это форма передачи накопленной мудрости сотрудников организации, ценностей и морали организационной культуры [2].

Цель наставничества – оказать помощь сотрудникам или стажерам в их профессиональном становлении, развитии и продвижении.

Основными задачами наставничества являются, во-первых, ускорение процесса обучения базовым навыкам профессии, развитие способности качественно выполнять свои профессиональные обязанности, во-вторых, реализация адаптации к организационной

культуре компании, усвоение ценностей, традиций и правил поведения [5].

В организациях используются следующие модели наставничества, которые представлены на рисунке 1.

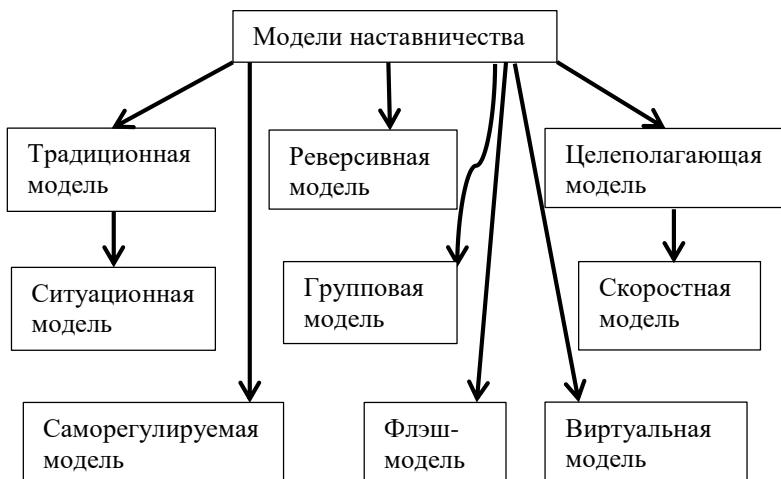


Рис. 1 – Модели наставничества, применяющиеся в организациях

Рассмотрим данные модели подробнее:

а) традиционная модель предполагает взаимодействие между более опытным специалистом и менее опытным специалистом в течение конкретного периода времени;

б) ситуационное наставничество: цель данного вида – осуществление реагирования на ту или иную ситуацию, имеющую значение для подопечного;

в) реверсивное наставничество: данный вид наставничества можно назвать обратным наставничеством, т.е. в роли наставника выступает наиболее молодой и наименее опытный сотрудник для обучения компьютерным технологиям своего подопечного;

г) целеполагающее наставничество: применяется, когда есть конкретная узконаправленная цель и необходимость в достижении краткосрочного результата;

д) скоростное наставничество – проходят разовые брифинги сотрудников с наставником с целью построения взаимоотношений с другими людьми;

е) групповое наставничество – к наставнику прикрепляется не один подопечный, а целая группа;

ж) перспективной моделью является саморегулируемое наставничество. Особенность ее состоит в том, что здесь наставничество является добровольным, любой сотрудник, вне зависимости от возраста и опыта, может стать наставником. С одной стороны, никого не нужно заставлять, а наставником желает быть далеко не каждый опытный сотрудник, но с другой стороны, довольно рискованно делать наставником не совсем опытного сотрудника, пусть даже очень желающего стать наставником;

з) флэш-наставничество – данная модель наставничества предполагает, для начала, проведение специальной встречи между наставником и подопечными, в ходе которой подопечные делают выбор, хотели бы они в качестве наставника для себя данного сотрудника;

и) виртуальное наставничество активно развивается благодаря возникновению программ для онлайн-обучения, видеоконференциям и т.д. [1].

В современном мире наставничество обрело современный смысл. Быть «Наставником 2.0» – это вместе изучать новые технологии, ездить за границу, участвовать в форумах, заниматься проектами, участвовать в самых современных формах обучения и развития.

Наиболее стандартными способами проведения наставничества считаются:

а) встречи «один на один», которые подразумевают введение в курс дела организации, постановка первых и пробных заданий;

б) проведение тренингов, применяется для нескольких подопечных.

А также, в связи с развитием института наставничества, возникают неклассические формы его проведения, такие как:

а) budding – приятельская поддержка от более опытного сотрудника, но равного по должности. Отличительная черта budding – ощущение равенства и партнерства;

б) shadowing, или как его еще называют, «теневое наставничество» – заключается во временном «прикреплении» наставника к сотруднику для включенного наблюдения за работой подопечного. Отличительная черта от budding заключается в том, что здесь наставником может быть любой сотрудник, от квалифицированного специалиста до непосредственного руководителя или даже руководителя организации;

в) обратное наставничество – наименее опытный сотрудник обучает наиболее опытного сотрудника, применяется в основном при изучении современных компьютерных технологий, т.к. молодое поколение наиболее хорошо разбирается в данной сфере;

г) secondment – отправление работника на определенное время на другое рабочее место с целью получения им нового профессионального опыта, после которого происходит возвращение на свое рабочее место [3].

Таким образом, наставничество является широко развивающейся формой обучения. Оно является одним из эффективных методов как в обучении, так и в адаптации сотрудников: реализуется непосредственно на рабочем месте, преимущественно без привлечения дополнительных ресурсов, а также помогает дополнительно выстроить коммуникации в коллективе [4]. Наставничество выполняет множество управленческих задач: способствует повышению вовлеченности и мотивации сотрудников, формированию преданности компании, перспективам карьерного роста и продвижения (как для подопечных, так и для самих наставников) и т.д.

Литература:

1. Грязнова Е.Р. Трансформация института наставничества: объективная реальность и мифы // Профессиональная ориентация. – 2018. – №1. – С. 40 – 44.

2. Исследование системы наставничества на предприятии в новых экономических условиях / Яшкова Елена Вячеславовна, Синева Надежда Леонидовна, Плесовских Галина Артуровна, Шипулло Максим Станиславович // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – №1 (27). – С. 191 – 196.

3. Кларин М.В. Современное наставничество: новые черты традиционной практики в организациях XXI века // ЭТАП. – 2016. – №5. – С. 92– 109.

4. Основы управления персоналом: практикум / В. И. Мельников [и др.]; ред. Г. М. Залесов ; Сиб. гос. ун-т путей сообщ. – Новосибирск: СГУПС, 2011. – 41 с.

5. Уфимцев В.В., Мезенцев Е.М. Роль и место наставничества в адаптации персонала малого предприятия // Journal of new economy. – 2012. – №1 (39). – С. 159 – 163.

ЦЕННОСТНЫЕ ИННОВАЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ КОМПАНИИ HUAWEI

Ши Хуэй, Н.А. Щербакова

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, shihui128@yandex.ru

В статье исследуются ценностные инновации и возможности компании Huawei. В нынешних условиях жесткой рыночной конкуренции в этой статье анализируется одна из ведущих технологических компаний Китая и объясняется стратегия ее ценностных инноваций. В заключении на основе проведенного исследования делается вывод о специфике ценностных инноваций, связанных с ними возможностях и угрозах компании.

This article explores the value innovation and capabilities of Huawei. In today's fierce market competition, this article analyzes one of China's leading tech companies and explains its value innovation strategy. In conclusion, on the basis of the study, a conclusion is drawn about the specifics of value innovation and the associated opportunities and threats of the company.

Статья посвящена анализу ценностных инноваций технологической компании Huawei в рамках реализации стратегии голубого океана. В основе стратегии голубого океана лежит инновация ценности. Инновация ценности – это не конкурентное преимущество, а то, что делает конкуренцию попросту ненужной за счет выхода компании на принципиально новый уровень. В противоположность классическому конкурентному подходу, для использования стратегии инновации ценности не требуется делать выбор между низкими издержками и высокой ценностью.

Компания Huawei Technologies Co., Ltd – китайская многонациональная технологическая компания со штаб-квартирой в Шэньчжэне. Компания ориентируется на улучшение своих инновационных возможностей с учетом потребностей клиентов и обеспечивает инвестиции в НИОКР в размере не менее 10% от дохода от продаж. Эти вложения в стандарты и патенты также внесли свой вклад в развитие отрасли. В 2019 году продажи компании достигли 721,202 млрд юаней. В том же году Huawei заняла 61-е место в рейтинге Fortune Global 500 [1].

Концепция ценностных инноваций была предложена В. Чан Кимом и Рене Моборном из Международной школы бизнеса INSEAD. Их идеи являются результатом изучения быстрорастущих компаний по всему миру в сравнении с другими, менее успешными фирмами. Инновация ценности включает изменение стратегического мышления о росте бизнеса. По сути, это переход от мышления с точки зрения конкуренции

к мышлению с точки зрения создания совершенно новых рынков или переоценки существующих. В 1997 году Чан Ким и Моборн изложили эту идею в *Harvard Business Review* в статье «Ценностные инновации: стратегическая логика высокого роста». Они обнаружили, что основное различие между фирмами, добившимися устойчивого роста, и фирмами, которые потерпели неудачу, заключается в их подходе к стратегии.

Важный элемент в связи с этим – реорганизация цепочки создания стоимости и корректировка внутренних ресурсов [2, 3]. То есть, помимо ранее значимых факторов оценки результативности деятельности, надо учитывать современные стоимостные технологии [4, 5]. «Улыбающаяся кривая» указывает на то, что добавленная стоимость НИОКР и услуг на обеих сторонах производственной цепочки высока [6, 7], а добавленная стоимость производства является самой низкой в среднем звене. Следовательно, отрасль должна развиваться в направлении двух концов кривой улыбки: 1) расширять НИОКР слева; 2) расширять маркетинг и услуги справа [8].

В процессе исследования были изучены связанные с ценностными инновациями сильные и слабые стороны компании Huawei, а также возможности, которые компания должна изучить.

Рассмотрим сильные стороны компании. Прежде всего, к сильной стороне относится то, что за относительно короткий период времени компания охватила более 170 стран и регионов и обслуживает более 3 миллиардов человек по всему миру, став ведущим мировым поставщиком инфраструктуры ИКТ и интеллектуальных устройств, телефонов, ноутбуков, планшетов, носимых устройств, умных домов, широкополосной мобильной связи, облачных вычислений, веб-безопасности.

Вторая сильная сторона в том, что продукция Huawei очень популярна во всем мире. По состоянию на первый квартал 2019 года Huawei занимает 19% мирового рынка смартфонов, что делает ее вторым по величине гигантом после Samsung. Стоит отметить, что Huawei является лидером на внутреннем рынке Китая.

Еще сильные стороны продукции Huawei – сочетание высокого качества и доступной цены, а также особенности владения компанией. Huawei – это частная компания, полностью принадлежащая ее сотрудникам. Его акциями не владеют сторонние организации или агентства [9].

Также сильной стороной является приверженность компании исследованиям и инновациям. Ежегодно она инвестирует 10% своего годового дохода в исследования и разработки. Долгосрочное стремление компании к инновациям проходит по трем направлениям: прикладные

инновации, продуктовые инновации и фундаментальные технологические инновации.

Несмотря на то, что Huawei является лидером рынка смартфонов в Китае, у компании есть и слабые стороны. Прежде всего стоит отметить, что во многих странах показатели компании очень низкие. Например, доля Huawei на рынке мобильных поставщиков в Великобритании по состоянию на сентябрь 2019 года составляет всего 9,24%, что является слабым показателем по сравнению с 48,71% у Apple и 29,14% доли рынка Samsung. Аналогичным образом, его доля на рынке в Индии составляет 2,83%, а в Канаде – 6,41% [10].

Еще к слабым сторонам компании следует отнести то, что многие воспринимают Huawei как поставщика дешевых технических устройств и услуг, что компания была обвинена в шпионаже в пользу правительства Китая и в нарушении различных правил интеллектуальной собственности. Несмотря на то, что компания отвергла эти обвинения, они негативно повлияли на имидж бренда.

Рассмотрим угрозы, стоящие перед компанией Huawei. Прежде всего угроза в том, что компания сталкивается с рядом конкурентов на своих мировых рынках. Например, основными конкурентами на рынке смартфонов являются Samsung, Apple, Xiaomi, OPPO, Vivo, Sony, OnePlus, Lenovo и LG. Точно так же его основными конкурентами на рынке планшетов являются Apple, Samsung, Amazon, Lenovo и Microsoft. Запреты Huawei со стороны некоторых стран представляют серьезную угрозу для компании. Например, с мая 2019 года такие страны, как США, Австралия, Новая Зеландия, Япония и Тайвань, решили запретить и постепенно отказываться от продуктов компании в своих мобильных сетях [8]. Точно так же некоторые страны уже решили ограничить деятельность Huawei. Эти запреты и ограничения могут нанести ущерб финансам и имиджу компании во всем мире [11].

По результатам исследования сделан вывод, что в основе стратегии голубого океана лежит инновация ценности. Для компании Huawei, мы нашли правильные методы, чтобы оценить инноваций, и четырехэтапная система действий для ценностных инноваций. После исследования ценностных инноваций, мы узнали, что у Huawei есть возможности для роста, для дальнейшего успешного создания стоимости компании.

Литература:

1. Liao, R. Huawei заявляет, что две трети сетей 5G за пределами Китая теперь используют ее оборудование, сети интернет. [Электронный ресурс] – URL: <https://techcrunch.com/2019/06/25/huawei-wins-5g-contracts/> (дата обращения: 26.10.2020).

2. Щербаков В.А., Щербакова Н.А. Стоимостный анализ хозяйственной деятельности предприятия – естественной монополии // Научные проблемы транспорта Сибири и Дальнего Востока. – 2010. – № 1. – С. 49-52.
3. Щербаков В.А., Щербакова Н.А. Оценка стоимости предприятий (бизнеса). Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2003. – 128 с.
4. Экономика. Финансы. Менеджмент (вопросы теории, методологии, практики). / Алтухов С.И., Джурабаева Г.К., Костин М.В. и др. – Новосибирск: НГТУ, 2004. – 344 с.
5. Современные проблемы экономики, организации и управления предприятиями промышленности / Джурабаев К.Т., Анисимов В.А. и др. – Новосибирск: МАН, 2000. – 185 с.
6. Щербакова Н. А. Адаптация результатов НИОКР к экономическим возможностям предприятия // Бизнес. Образование. Право. – 2017. – № 4 (41). – С. 216–220.
7. Shcherbakova N. A. Tailoring research and development practices to the economic capacity of an enterprise / N. A. Shcherbakova // 11 International forum on strategic technology (IFOST 2016): proc., Novosibirsk, 1–3 June 2016. – Novosibirsk: NSTU, 2016. – [Pt. 3]. – P. 259-262.
8. Buchholz, K. Какие страны запретили Huawei, сети интернет. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.statista.com/chart/17528/countries-which-have-banned-huawei-products/> (дата обращения: 26.10.2020).
9. Экономика. «Fortune Global». [Электронный ресурс]. – URL: [souhuhttps://www.sohu.com/a/328565249_115479](https://www.sohu.com/a/328565249_115479) (дата обращения: 26.10.2020)
10. Официальный сайт компании Huawei [Электронный ресурс] / Корпоративное введение – URL: <https://www.huawei.com/uk/about-huawei/corporate-information> (дата обращения: 26.10.2020).
11. Доля рынка браузеров в мире [Электронный ресурс] / Анализ Huawei в рынке – URL: <https://gs.statcounter.com> (дата обращения: 26.10.2020).

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКСПАНСИИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Е.К. Шушурыхина, Н.Е. Терешкина
**Новосибирский государственный университет экономики и
управления, г. Новосибирск, shushurykhina@inbox.ru**

В статье рассмотрен процесс реализации стратегии рыночной экспансии строительной организации, целью которой является рост и расширение деятельности за счет выхода на новые территориальные рынки. В работе рассмотрены риски, возникающие при выходе на новый территориальный рынок, а также предложен комплекс мер для их минимизации.

The article describes the process of implementing the strategy of market expansion of a construction organization, the purpose of which is to grow and expand its activities by entering new territorial markets. The paper considers the risks that arise when entering a new territorial market, and also offers a set of measures to minimize them.

Ограниченность освоенных территориальных рынков требует поиска различных направлений развития компаний как за счет диверсификации, так и за счет выхода на новые территории. Несмотря на высокий спрос населения на недвижимость, строительным организациям, реализующим стратегию роста за счет выхода на новые географические рынки, необходимо адаптироваться к конкурентному ландшафту, учитывать природно-географические условия, трудовые ресурсы, социальную и политическую среду и т.д. В зависимости от особенностей каждого территориального рынка определяются направления развития организации. Таким образом, каждая отдельная территория представляет собой стратегическую зону хозяйствования.

Стратегия рыночной экспансии в общем виде представляет собой программу действий по расширению деятельности компании на новых территориальных рынках, базирующуюся на стратегическом соответствии ресурсов, компетенциях организации, факторах успеха и соответствии создаваемой ценности потребностям заинтересованных сторон [1].

ООО «СЗ «Союз-Инвест» является результатом вертикальной интеграции АО «СЗ «БКЖБИ-2». ООО «СЗ «Союз-Инвест» – компания строительной отрасли, занимающаяся строительством жилой недвижимости, является одной из крупнейших строительных организаций в Алтайском крае и одним из самых популярных застройщиков на рынке жилья г. Барнаула. Компания начала функционировать в 2001 г. в г. Барнауле.

На основе анализа финансово-хозяйственной деятельности организации ее внешней и внутренней среды рекомендована стратегия роста. И. Ансофф выделяет четыре стратегии роста: совершенствование деятельности, стратегия развития рынка, товарная экспансия и стратегия диверсификации. Результаты оценки возможных стратегий роста представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты анализа возможности реализации стратегий роста ООО «СЗ «Союз-Инвест»

Стратегия	Возможность реализации	Описание
Совершенствовани е деятельности	Вероятна	Приобретение новой технологической линии производства железобетонных изделий позволило повысить качество производимых изделий и снизить издержки. Организация увеличивает долю потребителей за счет предоставления рассрочки на строящееся жилье, а также предоставляет целевые займы для потребителей не имеющих возможность внести первоначальный взнос для ипотечного кредитования
Стратегия развития рынка	Возможна	Ограниченность освоенного территориального рынка открывает перед организацией возможности роста за счет выхода на новые территории. Организация ведет успешную деятельность на территории Алтайского края, а также обладает необходимыми ресурсами для освоения ближайших территориальных рынков
Товарная экспансия	Низкая	Организация осуществляет строительство жилой недвижимости из железобетонных плит собственного производства. Предложение новых товаров, например, строительство монолитных или кирпичных домов требует изменения технологии
Диверсификация	Низкая	

Новосибирская область является наиболее привлекательным регионом среди субъектов Сибирского Федерального округа для осуществления строительства жилой недвижимости, что обусловлено, несмотря на общий тренд снижения объемов строительного производства, относительно благоприятным инвестиционным климатом области (входит по инвестиционному потенциалу в число первых 30-ти субъектов РФ) и его лидирующими позициями по объему жилищного

строительства в СФО. Данные факторы характеризуют включение данного региона в зону стратегических интересов ООО «СЗ «Союз-Инвест».

Реализуя стратегию роста за счет выхода на новые географические рынки ООО «СЗ «Союз-Инвест», необходимо адаптироваться к конкурентному ландшафту, учитывать научно-техническую инфраструктуру, состояние рынка труда, социальную среду и т.д.

При реализации стратегии территориальной экспансии предприятию необходимо сфокусироваться на решении проблемы рационального размещения производства и координации деятельности всех функциональных подсистем. Эффективным решением проблем может служить строительство завода по производству железобетонных изделий на территории г. Новосибирска, что позволит снизить транспортные издержки, снизить риск повреждения изделий во время транспортировки [2].

При реализации стратегии рыночной экспансии существует риск возникновения разрыва между компетенциями персонала головного центра и персоналом создаваемого структурного подразделения, в связи с чем ООО «СЗ «Союз-Инвест» необходимо решить проблему формирования у последних высокого уровня компетенций в области специфики деятельности головного предприятия. Для воспроизводства бизнес-процессов и корпоративной культуры головного предприятия организации необходимо направить специалистов из г. Барнаула в новое подразделения осваиваемого территориального рынка. Также необходимо разработать программу мотивации для привлечения топ-менеджеров и менеджеров среднего звена для работы на осваиваемой территории, а также программу по привлечению нового персонала и формированию у него навыков адекватных навыкам корпоративного центра.

ООО «СЗ «Союз-Инвест» необходимо учесть различия в правовых аспектах получения разрешения на строительство в Алтайском крае и в Новосибирской области.

Риски, возникающие в процессе реализации стратегии рыночной экспансии строительной компанией представлены в таблице 2.

При реализации стратегии рыночной экспансии необходимо не только понимание возможных рисков, но и применение мер по управлению этими рисками с использованием всего комплекса экономических, организационных, нормативно-правовых и других мероприятий, направленных на уменьшение или предупреждение возможных потерь. Систему управления рисками необходимо

рассматривать как важную часть системы управления организацией, обеспечивающую эффективное функционирование предприятия.

Таблица 2 – Риски, возникающие при реализации стратегии рыночной экспансии ООО «СЗ «Союз-Инвест»

Фактор риска	Описание	Вероятность	Мероприятия, направленные на снижение риска
Риск роста затрат	Рост цен на инертное сырье, материалы, комплектующие, в т. ч. увеличение цен на земельные участки	высокая	Осуществление комплекса мер по для выбора поставщиков, прямого взаимодействия с поставщиками. Осуществление мониторинга рыночных цен на основную продукцию
Правовой риск	Низкий правовой уровень готовности предприятия к выходу на новый рынок	высокая	Проведение интенсивной и своевременной работы по изучению правовых особенностей нового территориального рынка по оформлению необходимых документов на строительство
Социальные риски	Различия в социальной среде и культурных традициях между Новосибирской областью и Алтайским краем	средняя	Проведение глубоких маркетинговых исследований по анализу социальной среды Новосибирской области и создание типового портрета целевых потребителей предлагаемых услуг
Социально-экономический	Ухудшением социально-экономических показателей НСО	средняя	Анализ социально-экономических показателей НСО в динамике: уровень ВРП, среднемесячная номинальная заработная плата, число строительных организаций, объем выполненных работ по виду деятельности «Строительство» и т.д.

Литература:

1. Зайковский В.Э. Реализация стратегии территориальной экспансии на основе методологии проектного менеджмента: автореф. дисс. кан. эконом. наук. М, 2015. – 151 с.
2. Шушурыхина Е.К., Никифорова Л.Е. Стратегия рыночной экспансии строительной компании // Сборник статей Международной

научно - практической конференции. – Пермь: Аэтерна. – 2016. С. 236-239.

ГЛОБАЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ 2021 ГОДА

К.В. Янковская-Недоборова, И.А. Никитин, И.Л. Клавсуц
Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, k.kristina.n.y@gmail.com

В данной статье рассмотрены основные семь маркетинговых тенденций, которыми могут руководствоваться предприниматели, стремясь улучшить обслуживание клиентов и сотрудников в условиях кризиса.

This article explores the top seven marketing trends that entrepreneurs can drive to improve customer and employee service in a pandemic.

Мир пережил один из худших кризисов этого столетия – пандемию коронавируса – и только начинает восстанавливаться в социальном и экономическом плане. Поскольку COVID-19 нанес свой экономический и эмоциональный урон миру, предприятия были – и по-прежнему сталкиваются с мириадами неопределенностей. Глобальная пандемия оказала весьма сильное влияние на отношения между компаниями и их клиентами, они значительно изменились – и, возможно, навсегда. Клиенты уделяют пристальное внимание тому, как организации реагируют на кризис, и часто вознаграждают те компании, которые остаются способными даже в кризисной ситуации удовлетворить самые насущные потребности заинтересованных сторон. В то же время руководители компаний сосредоточены на повышении эффективности и производительности и ищут новые решения для удовлетворения рыночного спроса.

В данной статье представлены результаты проведенного авторами анализа, позволившего выявить семь основных тенденций в маркетинге на предстоящий 2021 год, которые смогут помочь предпринимателям улучшить обслуживание клиентов в период кризиса.

Постановка целевых приоритетов. С самого начала пандемии многие компании укрепили отношения с клиентами, внося корректировки, учитывающие факторы кризиса, в постановку целевых стратегических приоритетов компаний, что позволило им лучше подготовиться к быстрому и точному реагированию на запросы клиентов, приоритеты которых также изменились. Например, в первые месяцы кризиса некоторые финансовые учреждения приостановили выплаты по овердрафту и отсрочили выплаты по кредитам, в то время

как обувные компании пожертвовали тысячи пар обуви медицинским работникам. Клиенты, как правило, обращают на это внимание, такие действия компаний и восприятие бренда улучшается. Таким образом своевременная (приоритетная) корректировка компаниями своих целевых приоритетов и целей дают им уникальные возможности для проведения беспрецедентных позитивных изменений даже в условиях кризиса.

Применение гибкого подхода. Сегодня все больше компаний внедряют гибкие способы работы, полагаясь на кросс-функциональные команды и итеративный подход, который позволяет им быстро реагировать на изменения рынка. Эта способность имела решающее значение во время пандемии, которая стала катализатором быстрого перехода на цифровые технологии. Как показал проведенный анализ, больше половины клиентов компаний стали активно пользоваться цифровыми технологиями. Очевидно, что большинство клиентов продолжают чаще использовать цифровые технологии даже после того, как пандемия утихнет. Компании могут либо подстроиться под новые обстоятельства и изменить политику, чтобы не потерять клиентов, либо рискуют потерять все. Сейчас как никогда важен гибкий подход, основанный на инвестициях в команды, инструменты и технологии.

Влияние человеческого фактора в виртуальной среде. В последние годы, по мере того как цифровые технологии позволяют проводить все более эффективные бизнес-операции, компании все чаще сталкиваются с риском компрометации личных взаимодействий, которые формируют человеческие отношения. Теперь, во время глобальной пандемии, «человеческий фактор» вышел на первый план, наша всеобщая потребность в общении становится еще более очевидной; люди хотят более «гуманитарного», «человеческого» опыта работы в виртуальной среде. Как показал проведенный анализ, в то время, когда бизнес находится под давлением кризисных явлений, чтобы оптимизировать эффективность и снизить риски в процессе обращения к цифровым решениям для углубления деловых связей, предпочтение отдается компаниям, в которых сотрудники профессионально подготовлены и имеют «человеческий» опыт общения в подобного рода деловых контактах.

Завоевание доверия. Бренды, которые не выполняют своих обещаний, рано или поздно сталкиваются с недостатком доверия заинтересованных сторон. В докризисный период бизнес мог действовать исключительно в своих собственных интересах – например, повышая цены на основные товары. В период кризиса маркетологи могут построить более прочные отношения и более эффективно влиять на

поведение клиентов, проведя сегментацию, основанную на ценностях заинтересованных сторон, а не исключительно на финансовых и других количественных показателях. Однако, маркетологи не могут сделать это в одиночку. Для завоевания доверия заинтересованных сторон требуется формирование и согласованная работа межфункциональных команд всех подразделений компании – от операционных до стратегических подразделений управления персоналом, финансами, производством, ИТ и др. на основе ключевых показателей эффективности [2]

Вовлечение потребителей. Потребители в период кризиса взаимодействуют с брендами больше, чем когда-либо прежде, будь то написание онлайн-обзоров, размещение контента о компании в социальных сетях или совместное создание новых продуктов или оригинального контента с бизнесом. Многие потребители занимаются хотя бы одной формой цифрового взаимодействия с брендами [3]. Учитывая такой уровень участия, компании имеют возможность еще глубже взаимодействовать с потенциальными клиентами – понимая, кто взаимодействует с брендом, какие каналы они используют больше всего и, возможно, самое главное, почему они участвуют. Подавляющее большинство потенциальных потребителей говорят, что они наиболее мотивированы участвовать, когда чувствуют, что это поможет другим.

Межотраслевое сотрудничество. Компании все чаще сотрудничают по отраслевым направлениям для создания экосистем, которые могут более целостно удовлетворять потребности клиентов [4, 5]. В последние несколько месяцев подобное сотрудничество стало еще более значимым, поскольку компании полагаются на инновационные партнерские отношения для адаптации к быстро меняющейся деловой среде. Например, один банк сотрудничал с поставщиком медицинских услуг, чтобы повысить осведомленность общественности о проблемах психического здоровья и предложить ресурсы для решения проблем, связанных с финансовыми проблемами. Даже после того, как пандемия закончится, многие руководители считают, что их компании сохранят новые партнерские отношения, в той или иной степени [1].

Эффективное управление персоналом. За последние несколько лет роль маркетинга в организациях претерпела значительные изменения, причем ответственность за это, начиная от стратегии по работе с клиентами до цифровой стратегии, взяли на себя маркетологи. Одновременно, так называемые «модели компетенций» в разных отраслях претерпели изменения, поскольку такие технологии, как искусственный интеллект, становятся все более продвинутыми и все больше людей работают в глобальной цифровой экономике, а не на традиционных рабочих местах. Задача маркетологов создать

конкурентные преимущества компании, включив в стратегию её развития четыре важных изменения: формирование в компании собственной творческой модели управления персоналом для ключевых работников - «модели компетенций», использование контрактных работников для более рутинных (тактических) ролей, использование искусственного интеллекта и автоматизации для решения стандартных (производственных) задач, организация внутренних курсов повышения квалификации сотрудников по управлению маркетингом.

Проведенный в работе анализ маркетинговых тенденций не претендует на то, чтобы предсказывать будущее, но, по мнению авторов, их учет в работе компаний поможет вдохновить руководителей и сотрудников и позволит улучшить обслуживание клиентов в условиях кризиса.

Литература:

1. Deloitte and The CMO Club, Evolution of marketing organizations, January 2020 [Electronic resource] – URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/6790_CMO-course-corrections/DI_CMO-course-corrections.pdf

2. Ashley Reichheld. A new measure of trust for consumer industries [Electronic resource] // Deloitte Digital – July 6 – 2020. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Ab-out-Deloitte/gx-value-of-resilient-leadership.pdf>

3. Klavsuts I. L. Simulation Models for Management Solutions when Implementing Innovative Technologies // SHS Web of Conferences. –2020. – Vol. 80: Prospects of Fundamental Sciences Development: 17 intern. conf. of students and young scientists (PFSD-2020). – Art. 01020 (8p.).– doi: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208001020>.

4. A. I. Dvortsevoi, I. L. Klavsuts, D. A. Klavsuts, M. V. Khayrullina Improving operating modes of automation control of technological processes of pump equipment based on devices of demand side management [Electronic resource] // 55 International universities power engineering conference (UPEC) : proc., virtual conf., Italy, Torino, 1–4 Sept. 2020. – Torino : IEEE, 2020. – 6 p. – URL: <http://ieeexplore.ieee.org/search/searchresult.jsp?newsearch=true&queryText=klavsuts>

5. I. L. Klavsuts, D. A. Klavsuts, A. G. Rusina, M. V. Khayrullina/ Digitalization of Resource Consumption on the Basis of Innovative Devices of Demand Side Management in Smart Grids // 8th International Conference on Modern Power Systems (MPS) : proc., Romania, Cluj-Napoca, 21–23 May 2019. – IEEE, 2019. – 6 p. – doi: 10.1109/MPS.2019.8759672.

**СПЕЦИФИКА БРОКЕРСКОГО БИЗНЕСА, МЕТОДОВ ОЦЕНКИ,
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКИХ БРОКЕРОВ**

А.С. Абрамян, Н.В. Розумная

**Санкт-Петербургский государственный технологический институт
СПБГТИ(ТУ), abramrj@yandex.ru**

В данной научной статье рассматривается понятие брокерского бизнеса и его функции в жизни рынка ценных бумаг. На основе анализа исторических данных выявляются возможные пути развития данного вида деятельности.

This scientific article examines the concept of brokerage business and its functions in the life of the securities market. Based on the analysis of historical data, possible ways of development of this type of activity are identified.

Понятие «Фондовый рынок» для многих россиян, как и прежде, остается чуждым и непонятным, но это не означает то, что рынок ценных бумаг не развивается. Несомненно, он не стоит на месте и продолжает зарождаться в условиях «молодой» рыночной экономики. Как доказательство его развития, можно считать, что зарубежным эмитентам и инвесторам уже гораздо проще входить на отечественный рынок, хотя и имеются некоторые шероховатости. Но как же функционирует брокерский бизнес в России? Каковы тенденции и перспективы его развития?

Брокерская деятельность- деятельность по совершению гражданско-правовых сделок с ценными бумагами в качестве поверенного или комиссионера, действующего на основании договора поручения или комиссии, а также на доверенности на совершение таких сделок при отсутствии указаний на полномочия поверенного или комиссионера в договоре. Если говорить простым языком, то это посредник между инвестором и биржей, который открывает вам брокерский счет, на котором лежат ваши средства. Как я упомянул выше, брокер предоставляет вам брокерский счет, с помощью которого он и будет вести торговлю на фондовой бирже. За свою спекулятивную работу брокерская компания взимает комиссию с каждой сделки.

Различают лимитные, рыночные и стоп-приказы. Лимитные приказы направлены на указание определенной цены продажи или покупки, которую должен обеспечить брокер. Рыночные же приказы позволяют брокеру самому подбирать наилучшую цену покупки или продажи. Стоп-приказ фиксирует ту цену, по которой сделка должна состояться. Многие

могут подумать, что брокер — это человек, который выполняет все необходимые приказы, но в наше время брокером может быть и обычное приложение на вашем смартфоне, что гораздо удобнее, ибо отсутствует человеческий фактор.

Многие считают, что функция брокера — это быть связующим звеном между инвестором и биржей, быть площадкой, но это не так. Например, брокер может осуществлять: консультации для клиентов на денежной основе, услуги по размещению эмиссионных ценных бумаг, услуги квалифицированным инвесторам по сделкам с ценными бумагами, предназначенными для квалифицированных инвесторов, учет денежных средств, находящихся на брокерском счету и предоставлении клиенту отчетности, предоставление клиентам заем в виде денежных средств или ценных бумаг для совершения сделок по покупке или продаже ценных бумаг.

После ознакомления с данной информацией многие могут задаться вопросом: «А почему нельзя торговать на бирже без участия посредника-брокера?». Можно, но для этого нужно самому стать брокером, маклером или дилером. Все это требует лицензирования, оплаты тарифных планов биржи, регистрации, стартового капитала, налоговой отчетности и других пунктов. Ни одна биржа не предоставит вам доступ к своим данным и программному обеспечению без удовлетворения всех правовых норм. Брокер же делает это все за вас. Также брокер берет на себя ответственность за все юридические, технические и финансовые вопросы.

Чаще всего брокеры отказываются работать с маленькими вложениями или ставят более высокий процент комиссии, а иногда ставят фиксированную сумму за предоставленные услуги. Но большая часть проблем в прошлом. На данный момент появилось несколько глобальных брокеров, рекламу которых можно увидеть даже в СМИ. Стоит заметить, что в роли брокера в России выступают, в основном, большие банки.

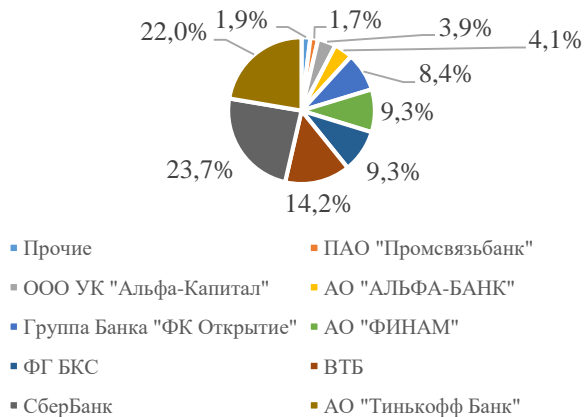


Рис. 1. Рейтинг брокеров в России по количеству клиентов, [3]

Как мы можем видеть на рисунке 1, физические лица предпочитают пользоваться приложениями от АО «Тинькофф Банк» и ПАО «Сбербанк». Это можно объяснить тем, что данные бренды у всех на слуху и вызывают доверие, тем более большая часть людей пользуются кредитными и дебетовыми картами этих банков.

Особенность российского брокерского бизнеса – это то, что 95 процентов всех сделок проводят через первую десятку брокеров, которая представлена выше. Это связано с тем, что большая часть сделок происходит с ценными бумагами крупных и известных компаний, муниципальных образований и т.д.

Другой информативной таблицей может являться статистика российских брокеров по величине торгового оборота, которая представлена на рисунке 2.

№	Наименование компании	Торговый оборот, руб.
1	ФГ БКС	574 259 956 579
2	ООО "Ренессанс Брокер"	218 526 364 843
3	ВТБ	176 888 189 937
4	Сбербанк	176 446 143 178
5	Группа Банка "ФК Открытие"	111 450 149 605
6	АО "ФИНАМ"	97 217 687 255
7	ООО "Меррилл Линч Секьюритиз"	96 381 937 094
8	Группа компаний "РЕГИОН"	77 952 753 266
9	ООО "Кредит Свисс Секьюритиз (Москва)"	63 217 641 704
10	АО "ИК "Ай Ти Инвест"	58 904 981 319
11	АО "АЛЬФА-БАНК"	44 683 535 962
12	АО "Тинькофф Банк"	40 092 385 155
13	Банк ГПБ (АО)	36 721 068 917
14	ООО "АТОН"	34 921 312 021
15	ООО "АЛОР +"	23 218 794 240

Рис. 2. Рейтинг брокеров в России по торговому обороту [1]

Как мы можем заметить первое место по торговому обороту занимает не Сбербанк или Тинькофф, а ФГ БКС. Дело в том, что финансовая группа БКС была создана в 1995 году и уже тогда осуществляла брокерскую деятельность. Именно в этот период была самая большая активность фондового рынка из-за внедрения ваучеров с целью приватизации государственной собственности. Так как, в то время, почти не было альтернатив, большая часть инвесторов пользовалась БКС и пользуются до сих пор. Именно это обуславливает такой большой денежный оборот, почти в два раза больше, чем у ближайшего конкурента. Данный рейтинг можно охарактеризовать так: чем раньше образовался брокер, тем выше у него показатель товарооборота.

Резюмируя все вышесказанное, можно выявить несколько тенденций развития брокерского бизнеса в России: увеличение числа брокерских компаний, понижение порога входа для новых инвесторов, увеличение количества инвестиционных продуктов, упрощение процесса торговли для клиента.

Увеличение числа брокеров связано с увеличением инвестиционного интереса у населения. Все больше людей понимают, что акции – интересный способ заработка. Ассоциации с неминуемым риском и страхом полного разорения остаются в прошлом, ведь люди становятся финансово-грамотными. Во многом, это заслуга интернета, ведь именно в нем человек может прочесть и изучить нужные ему моменты данного дела.

В связи с ростом новых клиентов, все больше бизнесменов захотят работать в брокерском секторе фондового рынка. Конкуренция заставит их уменьшать проценты комиссии и работать даже с мелкими инвесторами. Подтверждением тому является снижение ставки комиссии у ФГ БКС с 5 процентов (на момент открытия) до 0,3 процентов (на данный момент) [3].

Увеличение количества инвестиционных продуктов ждут многие трейдеры со времен кризиса 2008 года, ибо тогда многие просто не смогли купить интересные и «горячие» ценные бумаги, которые представляли огромную выгоду. Приходилось работать через зарубежных брокеров, что было не особо удобным, ибо комиссию взималась по западным меркам, вся информация была на языке страны брокера. Со временем, меняя закон о ценных бумагах, российская биржа смогла размещать больше иностранных эмитентов и региональных.

И, наконец, упрощение процесса торговли. Примером тому служит переход от личного контакта с брокером к приложению на телефоне. Вы можете контролировать все, что вам нужно с помощью своего смартфона, который подключен к сети Интернет.

В заключение хотелось бы сказать, что российский фондовый рынок нуждается в доработках. Он еще только зарождается, а не успешно развивается, как говорят нам СМИ, но это не плохо. Учитывая молодой возраст рыночной экономической системы, фондовый рынок и не должен развиваться быстрее. По мере развития рынка формируется спрос в биржевых посредниках-брокерах. Следовательно, их малое количество на данный момент показывает то, что они рынку не особо и нужны.

Литература:

1. Московская Биржа [Электронный ресурс]: <https://www.moex.com/> (дата обращения 20.04.2020);

2. Инвестиционный и финансовый портал «Инвестинг.Ком» [Электронный ресурс]: <https://ru.investing.com> (дата обращения 21.04.2020)

3. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]: <https://cbr.ru/> (дата обращения 20.04.2020).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА МЕРОПРИЯТИЙ, СНИЖАЮЩИХ БРАК В ЛИТЕЙНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Д.К. Аврицевич, Т.А. Аверьянова

Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск, davritsevich@yandex.ru

В статье представлен анализ брака отливок на одном из предприятий г. Новосибирска, проанализирована динамика брака до внедрения мероприятий по его устранению и прогноз в последующий период.

Проведена экономическая оценка предложенных изменений в технологии литейного производства, направленных на повышение качества проведения данных работ.

The article presents an analysis of the defects of castings at one of the enterprises in Novosibirsk, analyzes the dynamics of defects before the implementation of measures to eliminate them and the forecast for the subsequent period.

An economic assessment of the proposed changes in foundry technology aimed at improving the quality of these works is carried out.

Нарушение технологии – причина появления дефектов в отливках. Брак отливок влечет за собой в литейном производстве значительные убытки, отрицательно влияющие на экономику предприятия. В литейных цехах проводят технологические и организационные проверки по изучению причин основных видов дефектов и их устранений.

По ГОСТ 15467-79 дефектом называют каждое отдельное несоответствие продукции установленным требованиям. Изделие, имеющее хотя бы один дефект, называют дефектным, что означает - один из показателей качества отливки превысил предельно допустимое значение.

В зависимости от степени пораженности дефектами все отливки контролируются по качеству, контроль осуществляются, как работниками литейного цеха, так и специалистами ОТК.

Анализ данных по проценту брака за период 2017 -2019 гг. представлен на рисунке 1, где учтены те мероприятия, которые были предложены и проведены на предприятии за данное время.

На рисунках 2 отражены более детальные данные анализа уровня брака в литейном производстве, при этом отмечается снижение процента брака при проведении мероприятий, направленных на повышение качества работа.

По результатам исследования причин возникновения брака при литье отливок для производства тормозных колодок была сделана систематизация и

определены меры по предупреждению брака в литейном производстве, представленные в таблице 1.



Рис. 1. Диаграмма «Процент брака за годовой период»
 Процент брака по месяцам за годовой период представлен на рисунке 3.2.

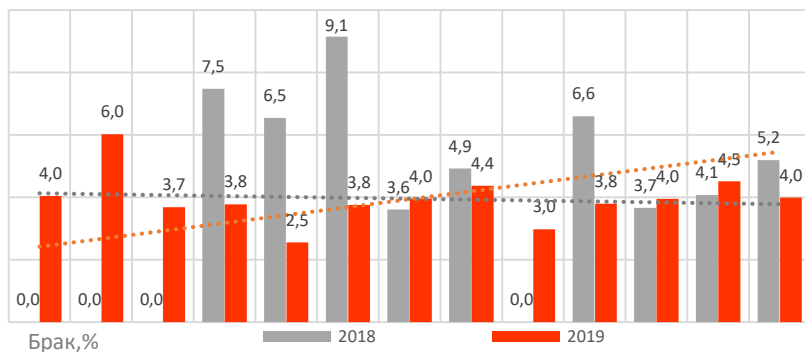


Рис. 2. Диаграмма «Процент брака по месяцам»

Далее была проведена экономическая оценка мер, предложенных для снижения и устранения брака в литейном производстве.

Основной целью проведения экономической оценки было – обоснование проведения мероприятий, направленных на снижение уровня брака при литье отливок для производства тормозных колодок.

Методика экономической оценки включала этапы расчета экономической эффективности:

1. по снижению брака отливок в натуральном выражении, в целом по производству;
2. от внедрения комплексной противопригарной добавки «Бентокарб»;
3. от внедрения противопригарного покрытия серии ПК-90М.
4. от снижения брака по показателю «усадка»
5. от снижения брака по показателю «подрыв металла»

Элементы расчета экономической оценки от внедрения мероприятий для снижения уровня брака в литейном производстве представлены ниже.

Таблица 1 - Систематизация причин дефектов и меры по предупреждению брака в литейном производстве

Причины образования дефектов	Меры по предупреждению образования дефектов
По вине просчетов в проектировании технологии	
<p>Нетехнологичная конструкция отливки. Имеются трудно пропитываемые при кристаллизации расплава, массивные узлы, сочетающиеся с тонкими стенками и ребрами, резкие переходы от массивных частей к тонким. В местах сопряжения отдельных частей отливки выполнены острые углы.</p>	<p>- Изменить конструкцию отливки. Соблюдать принятые в литейном производстве нормы, правила и рекомендации по разработке конструкции отливки по чертежу детали. Раздел ТОЛП «Разработка конструкции отливки по чертежу детали» Использовать в качестве прибылей стояк и коллекторы – элементы ЛПС.</p>
<p>Неправильно выбранная конструкция или неверно рассчитаны размеры литниковой системы с точки зрения направленной кристаллизации и питания отливки.</p>	<p>Изменить конструкцию литниковопитающую систему для обеспечения условий направленной кристаллизации отливки. - Изменить длину, форму и число питателей, размеры их сечения для обеспечения питания отливки при кристаллизации. Рассчитывать размеры элементов литниковой системы так, чтобы обеспечивалось питание всех присоединенных к ним отливок. Применять холодильники и специальные обогреватели.</p>
<p>Ошибки, связанные с расположением отливок в блоке.</p>	<p>Располагать отливки, исключая взаимный обогрев трудно пропитываемых узлов двух соседних отливок в ярусе и между ярусами. Учитывать быстрое охлаждение наружных частей прокаленной формы при создании условий направленной кристаллизации.</p>
<p>Неправильно выбранная конструкция или рассчитаны размеры индивидуальных прибылей.</p>	<p>- Для крупных отливок применять индивидуальные прибыли, подводя в них металл для питания массивных частей отливки</p>
По вине металла, нарушений условий заливки формы	

Нарушен температурный режим получения отливки: соотношение температура металла-температура формы при заливке.	Поддерживать оптимальную температуру заливки для применяемого сплава с учетом конфигурации отливки.
---	---

Рассмотрим некоторые элементы расчета экономической оценки внедрения мероприятий по снижению и устранению брака в литейном производстве.

1. Расчет экономической эффективности по снижению брака отливок в натуральном выражении, в целом по производству

1.1. Количество заливок в год, шт./год:

$$N_{\text{заливок}} = \sum n_1 + n_2 + \dots + n_{12}, \quad (1)$$

где $\sum n_1 + n_2 + \dots + n_{12}$ - количество заливок в каждом месяце соответственно (см. табл. 2).

Таблица 2 - Количество заливок по месяцам

Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
76738	86268	46877	81515	67726	70650
Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
60655	37926	100285	41580	115462	918385

$$N_{\text{заливок}} = 76738 + 86268 + 46877 + 81515 + 67726 + 70650 + 60655 + 37926 + 100285 + 41580 + 115462 + 918385 = 918\,385 \text{ шт./год}$$

1.2. Количество годной продукции, шт./год:

$$N_{\text{годн}} = N_{\text{заливок}} \cdot \%_{\text{годн.пр}}, \quad (2)$$

где $\%_{\text{годн.пр}}$ - процент продукции без брака = 0,96; $N_{\text{заливок}}$ - количество заливок в год = 918 385 шт.

$$N_{\text{годн}} = 918\,385 \cdot 0.96 = 881\,650 \text{ шт./год}$$

Таким образом, внедрение мероприятий, может способствовать снижению уровня брака, т.к. ранее это процент был более 10 -15 %.

2. Экономическая эффективность от внедрения комплексной противопригарной добавки «Бентокарб»

Себестоимость единицы продукции до внедрения: 711 рублей.

Стоимость формовочных материалов:

$$S_{\text{фм}} = s_1 + s_2 + s_3, \quad (3)$$

где s_1 - блексол-п = 18 руб./ед.; s_2 - песок кварцевый = 1 руб./ед.; s_3 - глина формовочная бентонитовая = 16 руб./ед.

$$S_{\text{фм}} = 18 + 1 + 16 = 35 \text{ руб./ед.}$$

Таким образом, себестоимость единицы продукции от внедрения комплексной противопригарной добавки «Бентокарб» снизилась до 694 руб./ед:

$$S_{\text{ед.пр.}} = S_{\text{ед.пр.до вндр.}} - (S_{\text{фм}} - s_1), \quad (4)$$

где $S_{\text{ед.пр.до вндр.}}$ - Себестоимость единицы продукции до внедрения = 711 руб./ед.; $S_{\text{фм}}$ - стоимость формовочных материалов = 35 руб./ед.; s_1 - блексол-п = 18 руб./ед

$$S_{\text{ед.пр.}} = 711 - (35 - 18) = 694 \text{ руб./ед.}$$

Учитывая масштаб годовой программы предприятия, экономия составит:

$$\mathcal{E} = (S_{\text{ед.пр.до вндр.}} - S_{\text{ед.пр.}}) \cdot N_{\text{годн}}, \quad (5)$$

$$\mathcal{E} = (711 - 694) \cdot 881\,650 = 14\,988\,050 \text{ руб./год.}$$

Далее расчет экономической эффективности проводится по остальным этапам оценки и составляется заключение по ее результатам.

Таким образом, рассчитав экономическую оценку и обосновав мероприятия, направленные на снижение брака можно существенно влиять на результаты труда предприятия и его уровень доходности.

Литература:

1. Экономический анализ в 2 ч. Часть 1.: учебник для вузов / Н. В. Войтоловский [и др.]; под редакцией Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10997-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454211> (дата обращения: 04.10.2020).
2. <https://novosibstat.gks.ru/folder/32614> [Электронный ресурс].
3. <https://okof2.ru/#stat> [Электронный ресурс].
4. <https://gks.ru/region/doc1150/Main.htm> [Электронный ресурс].

ВЛИЯНИЕ ВИДА НАЛОГОВОЙ СТАВКИ НА УРОВЕНЬ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ

Баранова А. П., Любященко С. Н.
Новосибирский государственный университет
экономики и управления
г. Новосибирск, alena.baranova98@yandex.ru

В статье проводится исследование влияния вида налоговой ставки на уровень нагрузки (на примере налога на доходы физических лиц); представлены расчеты различных налоговых ставок, на основании которых вычисляется налоговая нагрузка.

The article examines the impact of the type of tax rate on the level of burden (for example, the tax on personal income); it presents calculations of various tax rates, based on which the tax burden is calculated.

Налоговая политика государства должна формироваться с соблюдением принципа оптимального налогообложения. Суть данного принципа заключается в установке режима налогообложения на законодательном уровне, который бы не только интенсифицировал экономическую активность налогоплательщика, но и гарантировал необходимый уровень налоговых поступлений в бюджет. Индикатором налоговой политики государства является показатель налоговой нагрузки [2].

Налоговая нагрузка является важнейшим фискальным показателем налоговой системы страны, который характеризует непосредственно совокупное воздействие налогов на ее экономику в целом, отдельный хозяйствующий субъект или иного плательщика, который определяется как доля их доходов, уплачиваемая государству в форме налогов и платежей налогового характера. Большинство ученых сходятся во

мнении, что в случае, когда размер налоговой нагрузки составляет более 30%, то есть при ее превышении, могут возникнуть такие явления как рост теневой экономики, ускорение инфляции, перенос бизнеса за границу, падение темпов экономического роста, которые приведут к достаточно неблагоприятному исходу [4].

Данный показатель является важнейшим на макро- и микро - уровнях и используются государством. Выделяют следующие направления применения показателя налоговой нагрузки:

- 1) сравнительный анализ налоговой нагрузки;
- 2) совершенствование налоговой политики;
- 3) стимулирование предпринимательской активности;
- 4) совершенствования социальной политики [2].

На величину налоговой нагрузки воздействует определенная совокупность факторов, среди которых можно выделить зависимость от вида налоговой ставки, обуславливающейся используемой системой налогообложения. Экономисты выделяют пропорциональное, прогрессивное и регрессивное налогообложение. Налоговые ставки увеличиваются по мере роста налоговой базы при прогрессивном налогообложении. Финансовая практика выработала два основных вида прогрессии и регрессии, а именно - простую и сложную.

В случае применения простой прогрессии наблюдается ощутимый скачок степени налогообложения при увеличении налоговой базы. В то время как при применении сложной регрессии сумма налога увеличивается постепенно [3].

Метод налоговой регрессии, который также используется в налогообложении, характеризуется обратной пропорциональностью тяжести налоговой базы доходу. В данном случае наряду с ростом налоговой базы происходит и сокращение размера налоговой ставки, то есть налог становится тяжелее для налогоплательщика при уменьшении дохода [3].

Целью данной работы является определение влияния вида налоговой ставки на уровень налоговой нагрузки, для этого необходимо произвести определенные расчеты, чтобы выявить определенную закономерность. Несмотря на то, что существует не одна методика расчет налоговой нагрузки, в данной научно-исследовательской работе целесообразно использовать методику, предложенную министерством финансов РФ. Формула для вычисления налоговой нагрузки выглядит следующим образом:

$$NN = \frac{\sum N}{\sum Д} \times 100\%, \quad (1)$$

где NN – налоговая нагрузка;

$\sum N$ – сумма налогов за календарный год;

Σ д – сумма доходов за календарный год.

Для выявления закономерности были произведены расчеты простой, сложной прогрессии и регрессии в 3 вариантах. Каждый вариант отличался от другого размерным шагом изменения процентной ставки, а также шагом увеличения дохода. Вариант 1, вариант 2, вариант 3 представлены далее в виде Таблицы 1, Таблицы 2 и Таблицы 3 соответственно.

Таблица 1 – Вариант расчета №1

Вариант №1								
Доход	13%	Простая прогрессия	Сложная прогрессия	% прогрессии	Простая регрессия	Сложная регрессия	% регрессии	Шаг
40000	5200	2800	2800	7	12000	12000	30	5000
45000	5850	4050	4780	9	11700	14200	26	
50000	6500	5500	5978	11	12000	13420	24	
55000	7150	7150	7098	13	11000	11342	20	
60000	7800	10200	9210	17	10200	9634	17	
65000	8450	13000	10921	20	8450	7463	13	
70000	9100	16800	13092	24	7700	6246	11	
75000	9750	19500	14309	26	6750	5125	9	
80000	10400	24000	16431	30	5600	4012	7	
85000	11050	25500	16643	30	5950	3901	7	
90000	11700	27000	16664	30	6300	3890	7	
95000	12350	28500	16666	30	6650	3889	7	

Таблица 2 – Вариант расчета №2

Вариант №2								
Доход	13%	Простая прогрессия	Сложная прогрессия	% прогрессии	Простая регрессия	Сложная регрессия	% регрессии	Шаг
40000	5200	0	0	0	12000	12000	30	15000
55000	7150	2750	7500	5	15400	43200	28	
70000	9100	5600	12750	8	17500	41820	25	
85000	11050	10200	19275	12	17000	34182	20	
100000	13000	16000	25928	16	16000	11418	16	
115000	14950	23000	32593	20	13800	7142	12	
130000	16900	32500	15759	25	10400	4714	8	
145000	18850	40600	15576	28	7250	2971	5	
150000	19500	45000	16558	30	7500	2797	5	
165000	21450	49500	16656	30	8250	2780	5	
180000	23400	54000	16666	30	9000	2778	5	
195000	25350	58500	16667	30	9750	2778	5	

Таблица 3 – Вариант расчета №3

Доход	13%	Вариант №3						Шаг
		Простая прогрессия	Сложная прогрессия	% прогрессии	Простая регрессия	Сложная регрессия	% регрессии	
40000	5200	5200	5200	13	12000	12000	30	30000
70000	9100	10500	45520	15	20300	88200	29	
100000	13000	18000	58552	18	27000	89820	27	
130000	16900	27300	68855	21	32500	83982	25	
160000	20800	36800	75886	23	36800	19898	23	
190000	24700	47500	82589	25	39900	12490	21	
220000	28600	59400	21759	27	39600	10249	18	
250000	32500	72500	16676	29	37500	8525	15	
280000	36400	84000	16668	30	36400	7352	13	
310000	40300	93000	16667	30	40300	7235	13	
340000	44200	102000	16667	30	44200	7224	13	
370000	48100	111000	16667	30	48100	7222	13	

В соответствии с полученными данными были произведены вычисления налоговой нагрузки по ранее упомянутой формуле. Результаты вычислений представлены в Таблице №4.

Таблица 4 – Вычисление налоговой нагрузки

	Налоговая нагрузка, %			
	Простая прогрессия	Сложная прогрессия	Простая регрессия	Сложная регрессия
Вариант 1	23	17	13	12
Вариант 2	24	14	10	12
Вариант 3	27	18	17	14

Для наглядности по полученным результатам была создана сравнительная гистограмма, которая представлена на Рисунке 1.

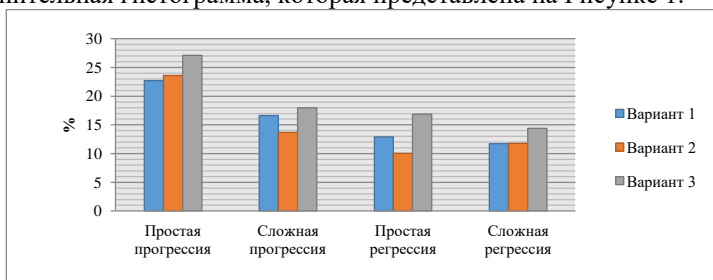


Рис.1 – Сравнительная гистограмма налоговой нагрузки

Таким образом, результаты исчислений показали, что наименьшая налоговая нагрузка достигается посредством применения простой регрессивной ставки, при этом наибольшая нагрузка на налогоплательщика ложится при применении простой прогрессивной ставки. В части применения сложных прогрессий и регрессий

однозначного вывода сделать нельзя, поскольку на конечный результат в каждом конкретном случае влияет сама величина налоговой ставки и ее размерный шаг, и поэтому в разных ситуациях применение сложной прогрессивной ставки может дать как увеличение, так и уменьшение налоговой нагрузки. Таким образом, можно сделать вывод, что сложные прогрессивные и регрессивные налоговые ставки являются гибким механизмом регулирования налоговой нагрузки государством в зависимости от применения им налоговой политики.

Литература:

1. Коростелкина И. А. Методика расчета налоговой нагрузки экономических субъектов // Международный бухгалтерский учет. 2014. №32 (326). – С.41 – 51. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-rascheta-nalogovoy-nagruzki-ekonomicheskikh-subektov> (дата обращения: 28.10.2020).
2. Майбуров И. А. Налоги и налогообложение: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика»/ [И. А. Майбуров и др.]; под ред. И. А. Майбурова. – М. ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 655 с.
3. Руди Л. Ю., Филатов С. А. Экономика: курс лекций/ Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2017. – 199 с.
4. Торопыгин Г. Д. Теория и история налогообложения: учебное пособие/ Г. Д. Торопыгин. – 2-е изд. испр. и доп. – Самара: Самар. гуманитар. акад., 2009 – 156 с.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИИ)

В.В. Бричка, И.В. Баранова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, brichka.viktoriya@gmail.com**

В статье рассмотрены особенности формирования бюджета Республики Саха (Якутия) и направления расходования бюджетных средств, связанные, с одной стороны, с необходимостью повышения качества жизни, а с другой стороны, с добычей алмазов в регионе.

The article deals with the features of the budget formation of the Republic of Sakha (Yakutia) and the directions of budget spending related, on the one hand, to the need to improve the quality of life, and on the other hand, to diamond mining in the region.

Региональные органы власти самостоятельно осуществляют бюджетный процесс, разрабатывают и исполняют субфедеральные бюджеты, учитывая, в том числе особенности регионов. Исследование механизма и особенностей формирования субфедеральных бюджетов связано с переходом к программному бюджету, необходимостью повышения качества жизни, оказываемых государственных услуг, деятельности бюджетных учреждений.

Проведенный анализ доходов бюджета Республики Саха (Якутии) выявил рост доходов за 2017-2019 гг. на 15 % (табл. 1). Опережающими темпами растут налоги на прибыль организаций (139,6 %), акцизы (136,4 %), налог на доходы физических лиц (116,9 %).

Таблица 1 – Основные параметры доходов бюджета Республики Саха (Якутия) за 2017-2019 гг. (млн руб.)

Наименование показателя	2017 год	2018 год	2019 год	Темп роста базисный, %
Всего доходов	177,2	219,1	203,8	115,0
Налоговые доходы, в том числе:	87,7	112,5	105,9	120,8
Налог на прибыль организаций	29,8	52,3	41,6	139,6
Налог на доходы физических лиц	21,9	24,4	25,6	116,9
Акцизы	3,3	3,5	4,5	136,4
Налог на имущество организаций	13,3	15,8	14,4	108,3
Налог на добычу полезных ископаемых	18,5	15,3	18,6	100,5
Неналоговые доходы	24,3	26,7	21,2	87,2

Составлено по [3].

В структуре доходов бюджета Республики Саха (Якутии) основными являются налог на прибыль организаций (доля в 2019 г. около 20%), налог на доходы физических лиц (доля в 2019 г. - 12,6%), налог на добычу полезных ископаемых (доля в 2019 г. - 9%). Таким образом, особенностью доходов бюджета Республики Саха (Якутия) является наличие в их составе налога на добычу полезных ископаемых, что связано с добычей алмазов, сурьмы, урана, золота и др.

Системообразующей и градообразующей для региона является АК

«Алроса» ПАО, которая в 2018 г. перечислила в бюджет Республики Саха (Якутия) 78,2 млрд руб., что составляет 37,6% всех доходов бюджета [4]. К сожалению в связи с пандемией 2020 г. налоговые отчисления АК «Алроса» снизятся на 16 млрд руб. [5], что существенно скажется на бюджете Республики Саха (Якутия).

Проведенный анализ расходов бюджета Республики Саха (Якутия) выявил их рост за 2017-2019 гг. на 8,9 % (табл. 2).

Таблица 2 – Основные параметры расходов государственного бюджета Республики Саха (Якутия) за 2018-2019 гг. (млн руб.)

Наименование показателя	2017 год	2018 год	2019 год	Темп роста базисный, %
Образование	40,6	43,5	45,7	112,6
Национальная экономика	36,7	37,9	39,7	108,2
Социальная политика	32,7	35,0	35,5	108,6
Межбюджетные трансферты	26,1	28,4	30,1	115,3
Жилищно-коммунальное хозяйство	20,1	27,5	26,5	131,8
Общегосударственные вопросы	18,1	13,4	10,5	58,0
Здравоохранение	9,4	12,1	10,1	107,4
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	2,9	3,5	3,4	117,2
Обслуживание государственного и муниципального долга	2,7	2,6	3,3	122,2
Физическая культура и спорт	1,5	1,5	2,9	193,3
Охрана окружающей среды	0,717	0,68	0,918	128,0
Национальная оборона	0,078	0,087	0,087	111,5
Всего расходов	191,6	206,2	208,7	108,9

Составлено по [1, 2].

Приоритетными расходными статьями являются расходы на образование, доля которых составляет больше 21 % (рис. 1, 2). Это связано с тем, что исследуемый регион является «рабочим», со всей России люди приезжают сюда «за заработком». Но так как большая часть шахт работает не вахтовым методом, а посменно, то семьи рабочих переезжают с ними. Данный фактор предопределяет необходимость

строительства дошкольных образовательных учреждений, школ, которых в республике не хватает. В 2019 г. Республика Саха (Якутия) участвовала в десяти федеральных проектах в сфере образования, таких как, «Современная школа», «Учитель будущего», «Молодые профессионалы» и т.д. [3].

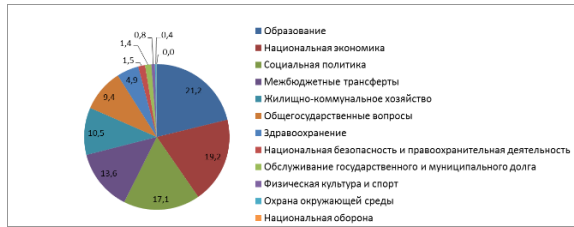


Рис. 1 – Структура расходов бюджета Республики Саха (Якутия) в 2017 г., %

Существенную долю (17 %) в структуре расходов занимают расходы на социальную политику; в регионе реализуется государственная программа «Социальная поддержка граждан в Республике Саха (Якутия) на 2018 - 2022 годы», ориентированная на обеспечение доступности социального обслуживания населения и создание условий для роста благосостояния граждан - получателей мер социальной поддержки.

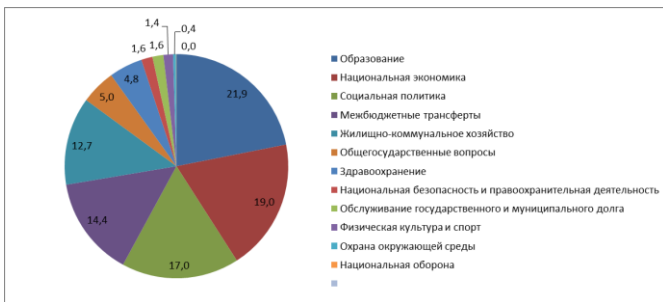


Рис. 2 - Структура расходов бюджета Республики Саха (Якутия) в 2019 г., %

Расходы на жилищно-коммунальное хозяйство составляют 12,7 %. Инфраструктура возле открытых кимберлитовых трубок «Мир» и «Удачная» и нового месторождения трубка «Муна» требует дальнейшего развития. Бюджетные средства в данной сфере направляются на

строительство и восстановление тепло- и водоснабжения, водоотведения [2], что в условиях Севера приобретает особую значимость.

Расходы на охрану окружающей среды в 2019 г. по сравнению с 2017 г. возросли на 28 %, однако их доля незначительна и составляет всего 0,4 % (рис. 1, 2), что для Республики Саха (Якутия) можно считать проблемой. Разработки шахт, карьеров, строительство дорог для транспортировки алмазов и руды довольно сильно изменяют как рельеф местности, так и погодные условия. На данный момент добывающие компании производят только строительство укреплений для берегозащиты, но при этом на них лежит экологическая ответственность. Так, например, программа по охране окружающей среды АК «Алроса» в 2019 г. имела бюджет более 5,8 млрд руб.; в ее рамках производилась охрана атмосферного воздуха, безопасное обращение с отходами, защита и рекультивация земель и т.д. [4].

В заключении отметим, что результаты анализа субфедеральных бюджетов должны использовать органы власти для повышения эффективности и качества проводимой бюджетной политики и, в первую очередь, для повышения качества и уровня жизни населения, что особо значимо для районов Севера.

Литература:

1. Структура расходов государственного бюджета Республики Саха (Якутия) по разделам расходов классификации бюджетов [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://budget.sakha.gov.ru/ebudget/Menu/Page/316> (дата обращения: 27.10.2020).
2. Структура расходов государственного бюджета Республики Саха (Якутия) по разделам расходов классификации бюджетов [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://budget.sakha.gov.ru/ebudget/Menu/Page/329> (дата обращения: 27.10.2020).
3. Бюджет для граждан – 2019/ Павлова Лариса Афанасьевна, Чусовская Анна Иннокентьевна: 2019. – 115 с.
4. Якутия для АЛРОСА или АЛРОСА для Якутии? [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://yakutia24.ru/news/ekonomika/51184-yakutiya-dlya-alrosa-ili-alrosa-dlya-yakutii> (дата обращения: 30.10.2020).
5. Отчисления «Алросы» в бюджет Якутии из-за пандемии снизятся минимум на 16 млрд рублей [Электронный ресурс]/ Режим доступа: https://tass.ru/ekonomika/9833693?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&pnw=1604031663000 (дата обращения: 30.10.2020).

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО РЫНКА В СЕГМЕНТАХ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И СУБЪЕКТОВ МСП

А.А. Вальтер, Н.В. Колоскова
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, ikrauss@mail.ru, natashak2002@list.ru

В статье представлено эмпирическое исследование динамики объема кредитов, выданных физическим лицам и субъектам малого и среднего предпринимательства. Выявлены тенденции на рынке кредитования в современной России, раскрыты их факторы и возможные негативные последствия.

The article presents an empirical study of the dynamics of the volume of loans issued to individuals and small and medium-sized businesses. The trends in the lending market in modern Russia are revealed, their factors and possible negative consequences are noticed.

Современный кредитный рынок России является неотъемлемой частью национальной экономики – её финансовой инфраструктурой и может выступать объектом анализа с целью определения главных тенденций и сдвигов в совокупном спросе и предложении на товарных рынках.

Кредитный рынок представляет собой множество взаимосвязанных субъектов, таких как Банк России (регулятор), кредитные организации и чисто инфраструктурные учреждения (бюро, агентства, расчётные центры, госкорпорации), осуществляющих в совокупности целенаправленное воздействие на ход социально-экономического развития страны.

Актуальность вопроса, рассматриваемого в статье, вызвана необходимостью научно обоснованного подхода к проводимой политике коммерческих банков в переломные моменты истории, когда в условиях глобальных кризисов и экономических рецессий направление развития национальной экономики во многом зависит от устойчивости финансовой системы и высокого качества выполняемых ею функций [2].

Важнейшим показателем роста банковского сектора является объём кредитов, выданных различным видам экономических субъектов. Этот показатель зависит от многих факторов противоположного действия, например, уровня процентных ставок, легитимности граждан и предпринимателей, их степени доверия банкам, ограничений регулятора и т.д.

Несмотря на то, что из бюджетной системы РФ большое количество финансовых ресурсов уходит на развитие предприятий малого и среднего бизнеса, их число неуклонно уменьшается, либо увеличивается незначительно. Так, в 2019 году по сравнению с 2018 годом число субъектов малого бизнеса снизилось на 3,4% (в абсолютных значениях на 76 228 ед.), субъектов среднего бизнеса стало больше всего на 1,9% (в абсолютных значениях на 371 ед.) [5]. Данная неутешительная динамика во многом объясняет наблюдаемый рост спроса на кредиты среди предпринимателей, т.к. им необходимо укреплять свои позиции на рынке. Однако банки, начиная с 2015 г. большую часть кредитных заявок отклоняют.

На рисунке 1 представлена динамика сегментов розничного и некорпоративного кредитования, т.е. кредитные ресурсы, поступившие из банковской системы в экономику России, за исключением крупного бизнеса (корпоративный портфель банков) и самих коммерческих банков (межбанковские кредиты).

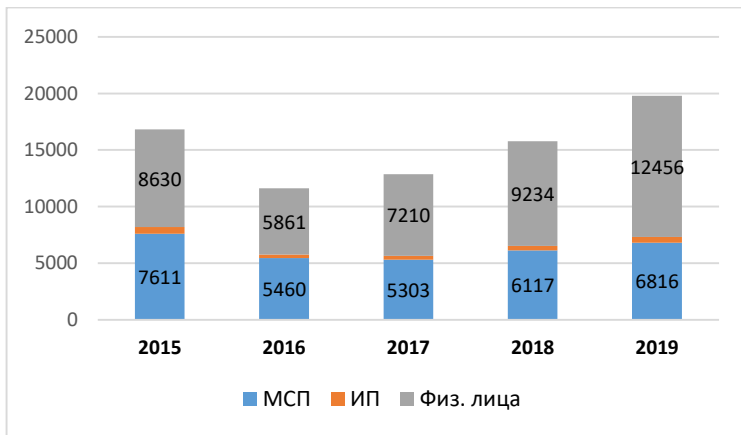


Рис. 1 – Динамика объёмов выданных банками кредитов по годам за период 2015-2019 гг., в млрд. руб. [4]

На диаграмме чётко видно, что в составе некорпоративного портфеля банковских кредитов преобладают ссуды физическим лицам и происходит их существенный рост: с 8,6 трлн. руб. в 2015 г. (51,3%) до 12,5 трлн. руб. в 2019 г. (63,0%); тогда как динамика кредитов, выданных субъектам малого и среднего предпринимательства за исследуемый период, – слабая: 7,6 трлн. руб. в 2015 г. (45,2%) и 6,8 трлн. руб. (34,4%), т.е. идёт снижение кредитования; объёмы кредитов индивидуальным

предпринимателям также снижаются за 5 лет и являются незначительными в общей структуре некорпоративного портфеля банков: 583 млрд. руб. в 2015 г. (3,5%) и 515 млрд. руб. в 2019 г. (2,6%).

При этом надо понимать, что в целом кредитный портфель банков (по нефинансовому сектору) за исследуемый период значительно увеличился, преимущественно за счёт физических лиц: темп роста кредитной задолженности предприятий всех типов (нефинансовых) за 2015-2019 гг. составил 111%, а темп роста кредитной задолженности населения (включая ипотечные кредиты) составил 164%. Т.е. в среднем ежегодно долг населения перед банками увеличивался на 16%, а долг предприятий – менее чем на 3%.

На рисунке 2 показаны темпы роста выданных кредитов исследуемым субъектам экономики за посткризисный период 2016-2019 гг.

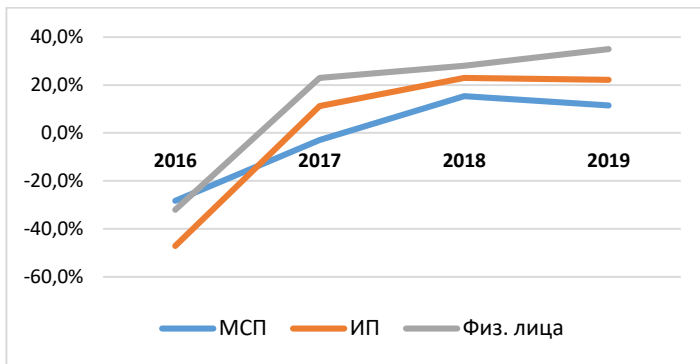


Рис. 2 – Динамика годовых темпов роста выданных банками кредитов нефинансовому сектору (некорпоративный портфель), в % [4]

Видно, что весь малый и средний бизнес, а также население, испытывали дефицит кредитных ресурсов банков с начала 2016 года – по первую половину 2017 года, а затем начался очередной бум – вплоть до конца 2018 года, после чего проявилось замедление роста кредитования. По изученной банковской статистике можно отметить повышательный тренд кредитования населения, темпы роста ежегодной выдачи банками розничных кредитов остаются очень высокими за последние три года: +23% (2017), +28% (2018) и +35% (2019).

Из приведённых данных можно заключить, что рост кредитной активности коммерческих банков за последние годы в основном направлен не на поддержку малого и среднего бизнеса, а на рост потребления населения. При этом физические лица в России уже имеют

высокую долговую нагрузку и считаются специалистами закредитованными [5]. В долговременном тренде население имеет отрицательный прирост реальных располагаемых доходов, основные причины этого: жёсткая монетарная политика Центробанка, очень слабый рост номинальных доходов, влияние инфляции, высокая безработица, отсутствие поддержки со стороны государства малого и микро-бизнеса, индивидуальных предпринимателей, высокие проценты по кредитам. К тому же кредитную экспансию в отношении населения практикуют не только коммерческие банки, но и другие посредники финансового рынка – микрофинансовые и микрокредитные организации, ломбарды, кредитные кооперативы и пр. Всё это «затягивает долговую петлю» на физических лицах и грозит кредитному рынку России провалами и кризисами в ближайшей перспективе [1].

Таким образом, проведённый анализ свидетельствует о противоречивом влиянии на экономику тенденций на рынке кредитов. Бурный рост кредитования физических лиц, с одной стороны, можно оценить положительно, как драйвер роста экономики через увеличение совокупного спроса на товары и услуги, а с другой стороны, возрастают кредитные риски банков [3]. Это говорит одновременно и о развитости банковской системы России, и о снижении «запаса кредитной прочности» физических лиц. Поскольку люди берут большое количество кредитов, в том числе долгосрочных, то снижается их кредитоспособность в длительной перспективе. Также это может свидетельствовать о дальнейшем понижении уровня жизни населения, т.к. в условиях нестабильной макроэкономики и роста цен люди берут ещё больше кредитов, чтобы поддержать свой жизненный уклад. Центробанк уже ввёл в 2018-2020 гг. ряд ограничений и новых правил в области потребительского кредита для банков и микрофинансовых учреждений [1].

В то же время кредитование банками предпринимателей категории МСП ослабевает, что относится к негативному сценарию развития финансового рынка, т.к. подрывается производственная база. Здесь коммерческие банки не спешат брать на себя повышенные риски невозврата средств, что в целом оправдано из-за низкой прозрачности малого и микро-бизнеса, а также из-за отсутствия в большинстве заявок качественно проработанных бизнес-планов кредитруемых проектов [2].

Общий вывод: для обеспечения экономического роста необходимо целенаправленное регулирование кредитного рынка со стороны государства, которое в лице регулятора – Центрального Банка должно разработать стратегию развития кредитного рынка и жёсткими мерами

воздействовать на коммерческие банки, стимулируя их к сбалансированности политики предоставления кредитных ресурсов различным категориям субъектов некорпоративного сектора.

Литература:

1. *Вальтер А.А.* Анализ российского рынка потребительского кредита, его специфики в современных условиях // Междисциплинарная интеграция как двигатель научного прогресса: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 5 июня 2020 г. / под ред. Е.Н. Лишук; АНОО ВО Центросоюза РФ «СибУПК». – Новосибирск, 2020. – Ч. 2. – С. 43-47.

2. *Колоскова Н.В., Чистякова О.А.* Анализ кредитной политики коммерческих банков, реализуемой на региональных финансовых рынках // Финансы и кредит. – 2020. – Т.26, вып. 9. – С. 2005-2028.

3. *Колоскова Н.В., Колпаков В.В.* К вопросу о влиянии финансового рынка на рост экономики // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 8 (часть 2). – С. 225-234.

4. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации – URL: <https://cbr.ru/>

5. Официальный сайт Национального бюро кредитных историй – URL: <https://www.nbki.ru>

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ

Д.Е. Власенко, М.А. Власенко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, smei2001@mail.ru**

В статье проведен анализ оборота субъектов малого и среднего предпринимательства в России. Рассматриваются факторы, влияющие на деятельность малого и среднего предпринимательства России. Выявлены проблемы развития малого и среднего предпринимательства, а также пути их решения.

The article analyses the turnover of small and medium-sized enterprises in Russia. Factors affecting the activities of small and medium-sized enterprises of Russia are considered. Problems in the development of small and medium-sized enterprises, as well as ways to solve them, have been identified.

«Предприниматель – это не должность.
Это состояние ума людей, которые хотят
изменить будущее»

Гай Кавасаки

В настоящее время малое и среднее предпринимательство (МСП) играет важнейшую роль в экономике страны. С каждым годом оборот субъектов МСП растёт, что говорит об увеличении вклада в ВВП страны и, следовательно, об общем росте экономики. Рост экономики за счет субъектов МСП приведет к снижению уровня безработицы, увеличению реальных доходов и уровня жизни населения страны.

Рассмотрим динамику оборота малых предприятий (рис. 1).

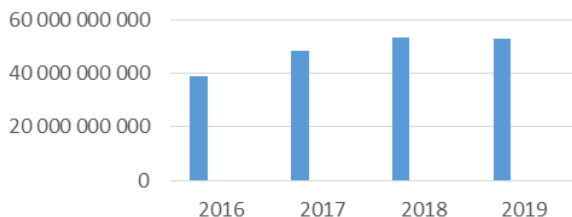


Рис. 3. Оборот Малых и средних предприятий по РФ за 2016-2017гг. [7]

За анализируемый период оборот малых предприятий России увеличился, что подтверждает их развитие. В 2019 г. наблюдается снижение оборота малых предприятий это произошло из-за налогового бремя. После увеличения НДС с 18 до 20%, крупный бизнес стал резко снижать свои расходы, что безусловно отразилось на МСП, которые как правило являются подрядчиками этого крупного бизнеса.

Согласно национальному проекту «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», одним из целевых показателей проекта является достижение к 2024 году 40% вклада МСП в ВВП страны [9]. По мнению Б. Титова рост оборота малых и средних предприятий, высокотехнологичных производств в промышленности и сельском хозяйстве, инновационных компаний обеспечит наращивание налоговой базы, создание новых высокооплачиваемых рабочих мест, решение социальных проблем [6].

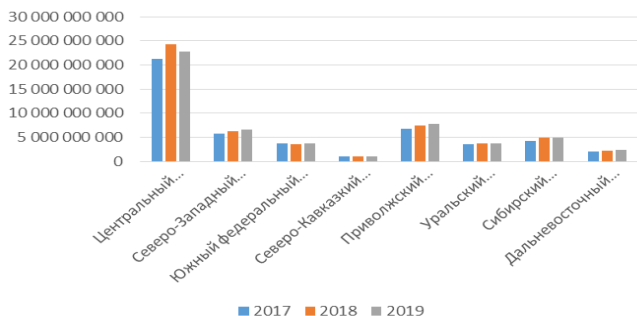


Рис. 4. Оборóт малых и средних предприятий по субъектам РФ [7]

По данным рисунка видно, что основная доля оборота МСП сосредоточена в Центральном федеральном округе, что говорит о низком уровне развития МСП в регионах. Н.Н. Талб отметил, что на деятельность субъектов МСП оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы, зависящие от особенности деятельности предприятия [2]. По мнению ряда ученых на деятельность субъектов МСП в большей степени оказывают влияние внешние факторы, которые включают в себя источник спроса потребителя готовой продукции предприятия, поставщики, политическая и экономическая ситуация.

В настоящее время можно выделить три категории факторов, которые оказывают влияние на развитие малого предпринимательства (рис. 3).

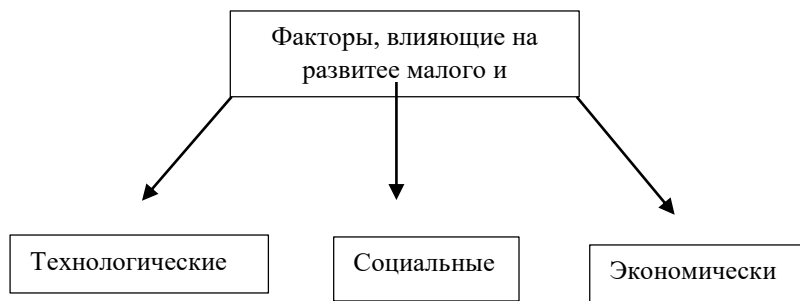


Рис. 5. Факторы, влияющие на развитие малого и среднего бизнеса [3]

Как было отмечено ранее, внешние факторы, влияющие на деятельность МСП, трудно поддаются оценке и имеют неожиданный характер воздействия. Так, в период пандемии закрылось 67% субъектов МСП, что безусловно сказалось на экономике России. Но в период

всеобщего логдауна своевременным оказалась государственная поддержка субъектов МСП [5]:

- временная приостановка проверок бизнеса;
- гособеспечение кредитов на зарплаты;
- отсрочка переоформления разрешительных документов;
- запуск программы льготного кредитования по ставке 2%;
- отсрочка по налогам и др.

Одним из важнейших условий получения господдержки было сохранение трудовых ресурсов на 90 %. Также в этот период наблюдался перевод деятельности субъектов МСП на онлайн-платформы и социальные сети, что помогло отчасти сохранить клиентов.

По мнению Сергея Гуриева, одной из главных проблем субъектов МСП является риск, деятельность которых всегда осуществляется в условиях жесткой неопределенности [1]. Также субъекты МСП сталкиваются с такими трудностями, как: высокие налоги, нестабильные цены на различные средства (материальные и технические), низкая платежеспособность населения, высокие процентные ставки по кредитам, все это напрямую валает на функционирование субъектов МСП.

Пути решения этих проблем со стороны государства.

1. Снижения ставки налогов. Это поможет бизнесу рефинансировать свои деньги, что прямым образом валает на рост и развития бизнеса.

2. Более чаще выделять субсидии и гранты для начинающих предпринимателей и действующего бизнеса. Выделение грантов поможет замотивировать людей на разработку успешных бизнес-проектов. Также выделение субсидий для МСП поможет меньше нести долговую нагрузку. Все это поможет максимально вовлечет больше людей в бизнес среду и начать менять их мышление о сложности бизнеса.

3. Снизить ставки по кредитованию. Это поможет бизнесу для инвестиций, которые идут на рост и расширения бизнеса. При ставки 22% процента, не каждый начинающий предприниматель возьмет кредит.

4. Изменения законодательства в сфере малого и среднего бизнеса. Законодательство является правовой базой для предпринимателя и в нашей стране предприниматель хочет чувствовать себя максимально безопасно, на данный момент государство не до конца решило этот аспект.

5. Искоренение коррупции.

Пути решения со стороны предпринимателя:

1. Минимизация затрат.
2. Разработка и/или внедрение новых технологий.
3. Повышение профессиональный уровень сотрудников.

4. Формирование резервов на непредвиденные обстоятельства.

Все эти пути дадут резкий скачек развития предпринимательства и бизнес, который уже работает станет намного эффективен и будет много вкладывать в ВВП страны.

Для достижения уровня развития субъектов МСП как в странах запада и востока, государство не только должно реализовывать господдержку, но и осведомленность о ней граждан, воспитывать предпринимательский дух в школьниках и студентах, упростить регистрацию ИП и ООО, примером такого упрощения является регистрация самозанятых, и получение господдержки. Такие меры приведут к увеличению количества субъектов МСП и их оборота, созданию новых рабочих мест, росту благосостояния населения страны.

Литература:

1. Гурьев С.М. Дорога к рынку – Москва: Открытый университет, 2019. - 475 с. (дата обращение 08.11.2020).

2. Талёб Н.Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса – Москва: Колибри, 2020. -768 с. (дата обращение 08.11.2020).

3. Джерри Мюллер. Тирания показателей. Как одержимость цифрами угрожает образованию, здравоохранению, бизнесу и власти – Москва: Альпина Паблишер, 2005 – 568 с. (дата обращение 08.11.2020).

4. Чарльз Уилан. Голая статистика. Самая интересная книга о самой скучной науке – Москва: МИФ, 2016 – 395 с. (дата обращение 08.11.2020).

5. 1С «На каких условиях малый бизнес может получить "зарплатную" субсидию?».

URL: <https://its.1c.ru/db/newscomm/content/468944/hdoc> (дата обращение 08.11.2020).

6. Институт экономического роста им. Столыпина П.А «Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и Мир». – URL: <http://stolypin.institute/wp-content/uploads/2018/07/issledovanie-ier-msp-27.07.18.pdf> (дата обращение 08.11.2020).

7. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращение 08.11.2020).

8. РБК «Малый бизнес приблизился к стагнации». – URL: <https://www.rbc.ru/economics/07/11/2019/5dc191aa9a7947de940ab259> (дата обращение 08.11.2020).

9. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe

i srednee predprinimatelstvo i podderzhka individualnoy predprinimatelskoy iniciativy/ (дата обращения 08.11.2020).

ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИОННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

А.Е. Воробьева, В.С. Каширских, Е.А. Приходько
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nastya21051999@mail.ru

В современном обществе коррупция и коррупционные преступления с уверенностью можно поставить на 1 место по финансовым правонарушениям. Исследование посвящено основам противодействия коррупции в Новосибирской области, изучению динамики выявления и раскрываемости коррупционных правонарушений, а также разработке мер, направленных на снижение коррупционных преступлений.

In modern society, corruption and corruption crimes can be confidently ranked first in terms of financial offenses. A study of the basics of combating corruption in the Novosibirsk region, the study of the dynamics of detection and detection of corruption offenses, as well as the development of measures aimed at reducing corruption crimes.

История борьбы с коррупцией насчитывает многие века, а первые упоминания - относятся к XXIV веку до н.э. Вопросы противодействия коррупции не теряют своей значимости и сегодня. В соответствии с действующим законодательством, коррупцией можно считать - злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами, а также совершение указанных деяний от имени или в интересах юридического лица [1].

Таким образом, в основу самого понятия коррупция заложены противоправные по своей природе отношения, в результате которых улучшается благосостояние у отдельных граждан в результате распределения и перераспределения части национального богатства, как валового внутреннего продукта, так и валового регионального продукта, доходов от внешнеэкономической деятельности.

Среди факторов, порождающих и обуславливающих существование коррупционных преступлений, следует выделять несколько основных групп: социально–экономические, организационно-управленческие, правовые, информационные, психологические [2].

Несмотря на то, что законодателем предпринимаются попытки усовершенствования правовых механизмов противодействия этому крайне негативному социальному явлению, оно продолжает проявляться все в более жестких формах. Взятничество является одним из самых распространённых преступлений коррупционной направленности, опаснейшим криминальным явлением, которое подтачивает основы государственной власти, дискредитируя и подрывая ее авторитет в глазах населения.

Рассмотрим результаты работы по выявлению и пресечению коррупционных преступлений по факту взяточничества в г. Новосибирске с разбивкой по районам за 2019 год, см. табл. 1.

За 12 месяцев 2019 года на территории Новосибирска сотрудниками полиции отдела ЭБ и ПК Управления выявлено из общего числа выявленных коррупционных преступлений – 28 фактов взяточничества, из которых 14 фактов получения взяток: (1 – ч. 1 ст. 290 УК РФ; 1 – ч.2 ст. 290 УК РФ; 3 – ч.3 ст. 290 УК РФ; 7 – ч.5 ст. 290 УК РФ; 2 – ч.6 ст. 290 УК РФ).

Средняя сумма получения взяток составила 333114 рублей.

Также 14 фактов дачи взятки: (11 – ч.3 ст. 291 УК РФ; ;3 – ч. 5 ст. 291 УК РФ)

Средняя сумма дачи взяток составила 232415 рублей.

Таблица 1 - Количество коррупционных преступлений по факту взяточничество за 2018-2019 год зарегистрированные и переданные с судопроизводство

Районы г. Новосибирска	2018 г.	2019г.	Прирост
Центральный район	1	2	1
Железнодорожный район	2	2	0
Заельцовский район	7	3	-4
Калининский район	5	3	-2
Дзержинский район	2	6	4
Октябрьский район	8	4	-4
Ленинский район	2	5	3
Кировский район	0	0	0
Первомайский район	0	1	1
Советский район	0	0	0
Всего:	27	25	-2

Составлено автором по данным Министерства внутренних дел Российской Федерации: статистика и аналитика [3]

Рассмотрим историю одного коррупционного дела. Сотрудниками ОЭБ и ПК Управления МВД России по г. Новосибирску по результатам оперативно-розыскных мероприятий установлено, что с 2015 года по настоящее время заместитель директора занимался по вопросам похоронного дела «Ритуальные услуги». Получал денежные вознаграждения в качестве взятки в сумме более 150000 рублей от посредника похоронного агентства, за предоставление выбора гражданами места для захоронения умерших на различных кладбищах г. Новосибирска.

12. 03.2019 по данному факту следственным отделом по Ленинскому району г. Новосибирска СУ СК России по НСО возбуждено уголовное дело по признакам состава преступления, предусмотренного ч.5 ст. 290 УК РФ [4]

В табл. 2. представлены итоги работы по выявлению и пресечению коррупционных преступлений по факту взяточничество за 06 месяцев 2020 года.

Из общего числа коррупционных преступлений – 20 фактов взяточничества, из которых 17 факторов получения взяток: (1 – по ч.1 ст. 290 УК РФ; 1 – по ч.2 ст. 290 УК РФ; 11 – по ч.3 ст. 290 УК РФ; 4 – по ч.5 ст. 290 УК РФ)

Средняя сумма получения взяток составила 42747 рублей.

Также 3 факта дачи взятки: (2 -по ч.3 ст. 291 УК РФ; 1 – по ч. 5 ст. 291 УК РФ)

Средняя сумма дачи взяток составила 360666 рублей.

Таблица2 - Количество коррупционных преступлений по факту взяточничество за 2020 год переданные в судопроизводство

Районы г. Новосибирска	2019 г.	2020г.	Прирост
Центральный район	1	1	0
Железнодорожный район	1	0	-1
Засельцовский район	0	1	1
Калининский район	0	1	1
Дзержинский район	3	0	-3
Октябрьский район	4	3	-1
Ленинский район	4	3	-1
Кировский район	0	10	10
Первомайский район	1	0	-1
Советский район	0	1	1
Всего	14	20	6

Составлено по данным Министерства внутренних дел Российской Федерации: статистика и аналитика [4].

Таким образом реализован комплекс мер, направленных на повышение эффективности работы по противодействию коррупционных преступлений по факту взяточничества.

В каждом подразделении отдела экономической безопасности Управления МВД России по г. Новосибирску за данными направлениями закреплен сотрудник, обеспечивающий получение информации о коррупционных фактах, с целью последующего документирования преступной деятельности.

Документирование данного рода преступлений осуществляется в рамках дела оперативного учета с проведением комплекса оперативно-розыскных мероприятий, в рамках которых выработана практика (с 2016 года) документирования передачи взяток по безналичному расчету, путем проведения комплексного анализа разговоров, движения денежных средств по расчетным счетам, а также мониторинга банка-клиента фигурантов.

Вопросы об организации и результатах работы по выявлению и пресечению преступлений коррупционной направленности на постоянной основе рассматриваются на оперативных совещаниях Управления МВД России по городу Новосибирску, ГУ МВД России по НСО, Прокуратуры НСО, СУ СК по НСО.

Литература:

1. О противодействии коррупции: Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ (ред. от 03.08.2018) // Собрание законодательства РФ. - 29.12.2008. - № 52 (ч. 1). - ст. 6228.

2. *Сорочкин Р.А.* Факторы и тенденции, определяющие развитие национального уголовного законодательства о субъектах коррупционных преступлений [Электронный ресурс]: научная библиотека Elabrery.ru. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23137781>

3. Министерство внутренних дел Российской Федерации: статистика и аналитика. Состояние преступности за январь-декабрь 2018 - 2019 г. [Электронный ресурс] // <https://мвд.пф/Deljatelnost/statistics> (дата обращения: 15.10.2020).

4. Министерство внутренних дел Российской Федерации: статистика и аналитика. Состояние преступности за январь-декабрь 2019 - 2020 г. [Электронный ресурс] // <https://мвд.пф/Deljatelnost/statistics> (дата обращения: 15.10.2020).

ОЦЕНКА ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ РИСКАМИ И СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИЙ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ

Ю.В. Ворожбицкая, Ю.В. Немцева
Новосибирский государственный университет экономики
и управления (НГУЭиУ)

В работе рассмотрены проблемы выбора инструментов оценки рисков и прогнозируемой доходности (привлекательности) объекта инвестирования. Выявлены определенные закономерности между показателями риска компаний и ее финансовыми мультипликаторами. Предложены рекомендации по формированию выборки необходимых показателей (мультипликаторов) при принятии инвестиционных решений различными стейкхолдерами.

The paper deals with the problems of choosing tools for risk assessment and predicted profitability (attractiveness) of the investment object. Certain regularities between the company's risk indicators and its financial multipliers are revealed. There is a close relationship between the financial multipliers DIV/FCF, P/E Shiller, EV/EBITDA and risk indicators, which provides the investor with the opportunity to make additional operational forecasts when analyzing an investment project. A number of key financial multipliers (P/S, EV/S, P/OCF, P/FCF) have been identified, and it is not entirely correct to use them as criteria for making an investment decision. The expediency of using the EV/EBITDA multiplier for making forecasts about the volatility of the return on shares of a certain company is justified, since this is the only indicator among the financial multipliers selected for analysis that has a relationship with the beta coefficient. Recommendations for forming a sample of necessary indicators (multipliers) when making investment decisions by various stakeholders are offered.

Актуальной для инвестора представляется проблема выбора инструментов оценки риска и прогнозируемой доходности (привлекательности) объекта инвестирования. Сформированная инвестором выборка показателей риска и доходности (привлекательности) используется в качестве критериев выбора оптимального, на взгляд инвестора, варианта инвестирования. Такая выборка, по мнению авторов, должна включать показатели, отражающие не только реалии и результаты ведения бизнеса, но также учитывающие возможность манипулирования отчетностью компаний-эмитентов. По оценкам специалистов, достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности не может быть обеспечена качеством бухгалтерской информационной системы.

В данной работе в качестве объектов инвестирования рассмотрены акции компаний «первого эшелона», еще их называют «голубые фишки». Проанализированы данные финансовой отчетности пятнадцати

крупнейших российских публичных акционерных обществ (Аэрофлот, Татнефть, Сургутнефтегаз, ГМК Норильский никель, Газпром, Северсталь, Транснефть, Русгидро, Ростелеком, МТС, Магнитогорский металлургический комбинат, Уралкалий, Роснефть, Лукойл, НЛМК) из системы комплексного раскрытия информации об эмитентах и п

р На основе данных публичной отчетности определены риск и инвестиционная привлекательность указанных компаний. Инвестиционная привлекательность бизнеса независимо от его масштаба оценена с помощью производных финансовых показателей – мультипликаторов. Рассчитаны несколько видов рычагов, соответствующих определенному виду риска компании: операционный, финансовый, внереализационный, интегральный (общий внутренний риск), систематический.

н В рамках исследования выдвинута гипотеза о том, что низкий уровень риска увеличивает стоимость компании, и, соответственно, ее инвестиционную привлекательность. Авторы руководствовались следующей логикой. Если компания имеет небольшой уровень риска, это влечет за собой снижение систематического риска, или показателя бета-коэффициента. Данное обстоятельство объясняется тем, что невысокие показатели риска делают компанию более устойчивой, в том числе и относительно рынка. Снижение бета, в свою очередь, снизит показатель требуемой доходности, согласно модели CAPM, что увеличит стоимость компании, соответственно, инвестиционная привлекательность компании возрастет.

с В соответствии с гипотезой осуществлена проверка наличия связи между уровнем риска компании и показателями финансовых мультипликаторов в 2014-2018 гг. Анализируемый период времени характеризуется, в том числе, наложением геополитического обострения и циклического инвестиционного спада.

а Результаты исследования позволили сформировать ряд выводов и предложить рекомендации по принятию инвестиционных решений различными стейкхолдерами.

ф Во-первых, в работе удалось выявить ряд ключевых финансовых мультипликаторов, которым следует уделять особое внимание при принятии решения об инвестировании. В эту выборку попали: P/E Shiller, E/V/EBITDA, DIV/FCF. Данные показатели наиболее тесно связаны с показателями внутренних рисков компаний.

в Во-вторых, взаимосвязи бета-коэффициента и выбранных для анализа финансовых мультипликаторов обнаружено не было. Либо выделенные презентативные мультипликаторы не укладываются в классическую о

модель CAPM, что делает анализ систематического риска менее объективным, либо модель CAPM теоретизирована и не учитывает фактические особенности рынка.

В-третьих, для построения прогнозов о волатильности доходности акций определенной компании целесообразно использовать мультипликатор EV/EBITDA, поскольку это единственный показатель среди выбранных для анализа финансовых мультипликаторов, который имеет взаимосвязь с коэффициентом бета.

Интересным представляется проведение дальнейшего исследования для формирования выборки необходимых показателей (мультипликаторов) при принятии инвестиционных решений различными участниками рынка с учетом экономической ситуации. Данная проблема актуальна и для топ-менеджмента компании. Имея возможность регулировать величину мультипликаторов через управление компанией, инсайдеры компании могут в какой-то степени регулировать и привлекательность компании для инвесторов.

Литература:

1. Алексеев М.А., Николаева Н.Ю. (2016). Влияние неоперационных доходов и расходов на финансовый анализ с использованием теории рычагов // Экономика и предпринимательство, № 1 - 2 (66 - 2), 233 - 237.
2. Алексеев М. А., Савельева М. Ю., Слайковский С. А. (2017). Влияние манипулирования финансовой отчетностью на оценку стоимости компании // Сибирская финансовая школа, №5, 107-110.
3. Беккер А.В., Ворожбицкая Ю.В., Шипунова Е.Д. (2016). Взаимосвязь различных видов прибыли и рисков в теории рычагов // Гуманизация современной науки: исследования, инновации, образование: материалы XII Всероссийской научно – практической конференции (12 апреля 2016 года), 219 - 225.
4. Дамодаран А. (2016). Инвестиционная оценка бизнеса. М.: Альпина Паблишер.
5. Зельцер А. Б. (2008). Оценка инвестиционной привлекательности акций на основе факторной модели // Интеграл: Научно-практический межотраслевой журнал, №4 (42), 58-59.

ФОНД НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С.С. Горина, Е.А. Приходько

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Prikhodko.jen@gmail.com

В настоящее время бюджетная политика Российской Федерации изменяется, вносятся изменения в Бюджетный кодекс, в том числе обсуждается изменение бюджетного правила [3]. Такие природные ресурсы как нефть, газ, цветные металлы, являются одними из основ, формирующих бюджет государства, а задачи формирования и эффективного использования данных ресурсов, – одни из основных задач финансовой политики сегодня.

Исторически, процесс формирования суверенных фондов во многих странах начался до отказа от золотовалютного стандарта в середине прошлого века. В работе проанализирована текущая государственная финансовая политика в области формирования и направлений растрат запасов Фонда национального благосостояния. Выявлены проблемы в управлении средствами фонда и предложены пути их решения.

Currently, the budgetary policy of the Russian Federation is changing, changes are being made to the Budget Code, including the discussion of changes to the budgetary rule [3]. Natural resources such as oil, gas, non-ferrous metals are one of the foundations that form the revenues of the budgetary system of the Russian Federation, and the tasks of forming and efficient use of these resources are one of the main tasks of financial policy today.

Historically, the process of formation of sovereign wealth funds in many countries began before the abandonment of the gold and foreign exchange standard in the middle of the last century. The work analyzes the current state financial policy in the field of formation and directions of spending the funds of the National Welfare Fund. The problems in the management of the fund are identified and the ways of their solution are proposed.

В Бюджетном кодексе Российской Федерации прописан порядок создания резервов и расходование их средств. Основываясь на статье 81 БК РФ, объем суверенных фондов не может быть больше 3% затрат которые установлены бюджетом РФ. Денежные средства, имеющиеся в резервном фонде направлены на материальное обеспечение внезапных затрат, таких как аварийно-восстановительные действия, связанные с ликвидацией последствий стихийных бедствий и других чрезвычайных ситуаций и т.д. Применение средств резервного фонда, осуществляется решением тех органов государственной власти и органов местного самоуправления, органами которыми они сформированы [1].

В начале 2008г. в Российской Федерации стало два суверенных фонда в последствии разделения Стабилизационного фонда на ФНБ и

Резервный фонд. В конце 2017 года оставшиеся деньги Резервного фонда иностранной валюты в ЦБ РФ были направлены на устранение дефицита бюджета. В январе 2018г. в нем не осталось средств, после чего Резервный фонд объединился с ФНБ. Следовательно, сегодня в Российской Федерации существует только один суверенный фонд - ФНБ.

Суверенный фонд (ФНБ) – это доля средств федерального бюджета [2]. Фонд предназначен для стабильности механизмов пенсионного обеспечения субъектов РФ на протяжении длительного периода времени. ФНБ основан из доли средств государственного бюджета, соответствующих конкретному учету и управление в целях обеспечения совместного финансирования с добровольными пенсионными сбережениями резидентов РФ, обеспечение равновесия федерального бюджета и бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации.

Основные доходы от нефти и газа складываются из:

- на добычу полезных ископаемых в виде углеводородного сырья (нефть, газ горючий природный, газовый конденсат);
- вывозных таможенных пошлин на нефть сырую;
- вывозных таможенных пошлин на газ природный;
- вывозных таможенных пошлин на товары, выработанные из нефти.

Власти государства определяют предельные доли разрешенных финансовых активов в общем объеме размещенных средств ФНБ. Для увеличения результативности работы со средствами ФНБ Министерство финансов государство имеет право устанавливает нормативные доли разрешенных финансовых активов в общем объеме размещенных средств ФНБ в границах определенных долей, принятых Правительством РФ.

Органам исполнительной власти федерального и регионального, уровня, а также органы местного самоуправления обязаны представлять отчет об расходовании средств резервного фонда, который прилагается к годовому отчету о применении федерального бюджета.

Приведем данные о динамике объема ФНБ в таблице 1.

Таблица 1 – Изменение средств и результаты регулирования запасами Фонда национального благосостояния [2]

Показатель	01.01.16	01.01.17	01.01.18	01.01.19	01.01.20
Объем в млрд. долл.	71,72	71,87	65,15	58,1	125,56
Объем в млрд. руб.	5 227,18	4 359,16	3 752,94	4 036,05	7 773,06
В т.ч. в процентах к ВВП	6,1%	4,7%	3,6%	3,7%	6,8%

Из таблицы 1 видно, что самый большой объем средства ФНБ в млрд. долл. наблюдался в 2020 году – 125,56 млрд. долл. США. А самый наименьший объем ФНБ в млрд. долл. США был в 2018 году и составил он – 65,15 млрд. долл. США. Если же говорить об сумме запасов ФНБ в рублях, самый большой объем был также в 2020 году который составил 7 773,06 млрд. руб., а самый низкий объем наблюдался в 2018 году – это 3 752,94 млрд. руб. В таблице 2 мы видим, что с 2016 года по 2019 год объем ФНБ в млрд. долл. уменьшился на 18,99%, а в период с 2019 года по 2020 год объем ФНБ в млрд. долл. увеличился 53,73%. Также, если рассматривать объем ФНБ в национальной валюте, то по сравнению с объемом в млрд. долл. США который имел рост объема только в период с 2019 года по 2020 год, а остальное время рост снижался, а величина ФНБ в национальной валюте имела колебания в период пяти лет. В 2017 году объем ФНБ уменьшился на 868,02 млрд. руб., в 2018 году уменьшился на 606,22 млрд. руб., и в 2019 году объем вырос на 283,11 млрд. руб. в 2020 году также было увеличение средств ФНБ на 3 737,01 млрд. руб.

Построим рисунок 1 изменение объема Фонда национального благосостояния РФ за 2016 – 2020гг.

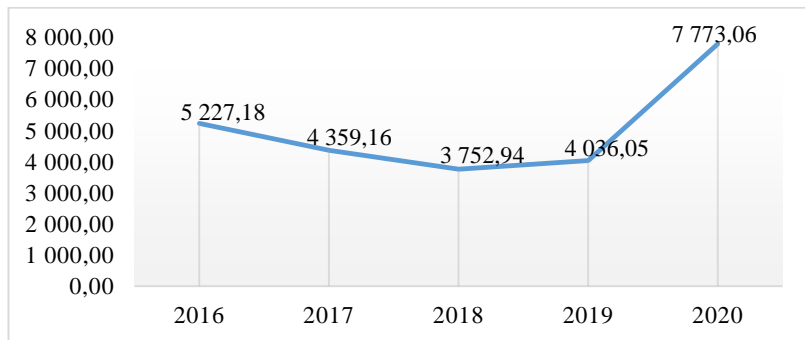


Рис. 1. Изменение объема Фонда национального благосостояния РФ за 2016 – 2020гг.

Основными проблемами в формировании средства ФНБ являются такие факторы как: стоимость цены и газа, курс рубля, спрос на российские активы, существующее бюджетное правило и т.д. К примеру, в условиях кризиса 2020 года из-за сложившихся условий, пандемии коронавирусной инфекции, резко упала стоимость на нефть, что говорит о низком поступлении доходов от продажи природных ресурсов. Основываясь на докладе Счетной палаты в котором говорится что часть

нефтегазовых доходов в бюджете РФ за первые 6 месяцев 2020 года находилась на уровне менее трети, по сравнению с 2019 годом за тот же самый период, тем самым доля доходов от нефтегазовых ресурсов в первом полугодии 2020 года снизилась на 13,9% по сравнению с первым полугодием 2019 года [4].

Кризис 2020 года также привел к снижению курса рубля на 20%. Что бы покрыть недостающие средства бюджета, Центральный банк РФ продал национальные средства ФНБ, сумма проданных средств в национальной валюте составила 803,9 млрд руб., что предоставило поддержку курсу рубля и восполнило средства ФНБ.

Из сказанного выше, как мы видим на доходы ФНБ влияет стоимость нефти, если же цена на нефть будет находится на низком уровне, то ФНБ будет обнулен.

Следовательно, необходимо предпринять меры по обеспечению роста ФНБ такие, как:

1. Пополнение дохода ФНБ не за счет природные ресурсы, а за счет активной инвестиционной политики:

2. Так же инвестировать средства ФНБ не только в отечественные активы, а также и в активы зарубежных компаний. Инвестирование в зарубежные активы вероятнее всего позволит не столкнуться с такой проблемой как инфляция и не повлияет на курс рубля. Если же говорить о перспективах ФНБ, то в 2019 году Министерство финансов РФ вынесло решение о начале вложений избыточных средств ФНБ в 2020 году. Также 2020 году Министерство финансов приобрело 50% акций Сбербанка, и в период с января-сентябрь чистая прибыль Сбербанка составила 559,4 млрд руб., следовательно, 279, 95 млрд. руб. пойдут в доход ФНБ. Но на сегодняшний день доходы от регулирования запасами ФНБ идут на обеспечение расходов государственного бюджета и поэтому прибыль от акций Сбербанка ФНБ будет получать только с 2022 года.

Литература:

1. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 20.07.2020)

2. Министерство финансов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/performance/nationalwealthfund/>

3. <https://regulation.gov.ru/projects/List/AdvancedSearch#departments=3&npa=107877>

4. <https://teknoblog.ru/2020/09/04/107412>

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

А.В. Аглиулина, Е.А. Гунько, Е.В. Ходжич

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, arinamel@bk.ru , 1974ewgeniya1980@gmail.com**

В данной научной статье раскрыта сущность государственного долга, структура системы управления государственным долгом, а также функции, которые он выполняет. В работе представлены актуальные проблемы в системе управления государственным долгом Российской Федерации, последствия от этих проблем, а также обозначены направления по их решению.

This scientific article reveals the essence of public debt, the structure of the public debt management system, as well as the functions that it performs. The paper presents current problems in the public debt management system of the Russian Federation, the consequences of these problems, as well as directions for their solution.

На сегодняшний день проблема управления государственным долгом в Российской Федерации является актуальной. Государственный долг – часть финансовой системы государства. Государственный долг как экономическая категория представляет собой определенную систему отношений, возникающую между органами государственного управления, с одной стороны, частными лицами, негосударственными институтами, иностранными государствами — с другой, по поводу формирования и погашения задолженности органов государственного управления, возникающих в результате формирования дополнительных средств государства[1].

Действующая в настоящее время система управления государственным долгом не позволяет в должной степени обеспечить эффективность, а также равномерность долговой нагрузки на федеральный бюджет. Необходимо разработать систему управления государственным долгом, которая будет эффективно работать, и взаимодействовать с другими направлениями экономики государства.

Управление государственным долгом подразумевает деятельность уполномоченных органов власти, которая направлена на то, чтобы обеспечить потребности публично – правового образования в заёмном финансировании, своевременное и полное исполнение государственных долговых обязательств, минимизировать расходы на обслуживание долга, поддерживать объём и структуру обязательств, которые исключают их неисполнение [3].

Можно заметить, что прохождение этапов управления государственным долгом не является легким. На каждом этапе нужно

решить ряд задач, нужно контролировать производимые действия и следить за их эффективностью. Далее важно понимать, насколько обоснованы те или иные государственные заимствования и насколько эффективно данные средства используются.

Перед Правительством Российской Федерации стоит важная задача, оно должно решать вопрос о погашении государственного долга. Так же осуществлять управление государственным долгом может уполномоченное Правительством Министерство финансов Российской Федерации.

От принятых решений зависит стабильность национальной валюты, состояние федерального бюджета, золотовалютных резервов, уровень процентных ставок, инфляции и безопасность страны и народа.

Важнейшими принципами по управлению государственным долгом являются: нормативное закрепление системы органов, ответственных за управление государственным долгом; прозрачность и публичная доступность информации о государственном долге.

Рассмотрим несколько полномочий Министерства финансов в сфере государственного долга в соответствии со ст. 165 БК РФ:

1. осуществляет управление государственным долгом и государственными финансовыми активами РФ на основании полномочий, предоставленных Правительством РФ;

2. устанавливает основания, порядок и условия списания и восстановления в учете задолженности по денежным обязательствам перед Российской Федерацией субъектов РФ, муниципальных образований, юридических лиц;

3. устанавливает порядок размещения, обращения, обслуживания, выкупа, обмена и погашения государственных займов РФ, если иное не установлено Правительством РФ, и др.

Вопросами развития государственного долга занимаются Федеральное собрание, Президент РФ и Правительство РФ, законодательные и исполнительные органы власти субъектов РФ. В свою очередь исполнительные органы готовят проекты федеральных и региональных законов, Федеральное собрание и законодательные органы субъектов Российской Федерации их принимают, а Президент Российской Федерации и главы региональных администраций уже принимают решения об их отклонении или подписывают данные проекты.

Выделяют две главные функции государственного долга: фискальная и регулятивная[2]. Фискальная функция отвечает за то, чтобы обеспечить государство необходимыми для финансирования государственных расходов средствами. Регулятивная функция - корректировка объема

денежной массы через механизм купли-продажи ГЦБ центральным банком страны.

По данным Минфина объем государственного долга России по итогам 2020 года составит 20,4 трлн. рублей (19,1% ВВП). Об этом говорится в Основных направлениях бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики РФ.

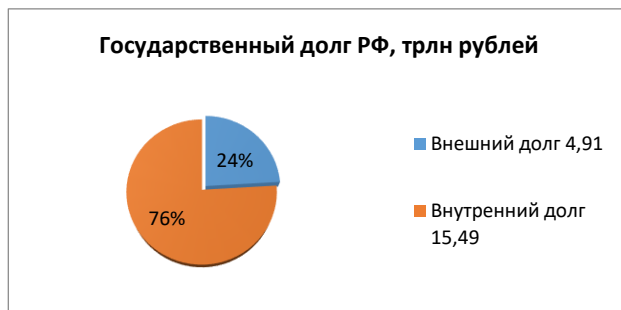


Рис. 1. Объем государственного долга России по итогам 2020 года

Ранее Минфин планировал увеличить объем государственного долга РФ в 2021-2022 годах до уровня 20% ВВП. До начала кризиса, вызванного распространением коронавируса, уровень госдолга немногим превышал 12% ВВП.

Государственный долг отрицательно влияет на социально-экономические процессы, проявляющиеся в том, что:

- увеличение внешнего долга, преобладающего над внутренним, делает страну зависимой от состояния мировой экономики и доступности для нее международных рынков капитала;
- увеличение заимствований, высокие процентные ставки ведут к росту бюджетных средств на обслуживание государственного долга;
- государственный долг в итоге должен быть погашен за счет средств бюджета, основным источником пополнения являются налоговые и неналоговые доходы.

Как уже упоминалось, структура управления государственным долгом представлена органами, которые имеют как общие, так и специальные полномочия. Из-за того, что основные функции управления государственным долгом закреплены за Правительством РФ и Минфином РФ, а некоторые отдельные полномочия возложены на Банк России, Счётную палату, а также Внешэкономбанк, можно утверждать, что в России сложилась традиционная модель управления государственным долгом.

Данная модель имеет ряд недостатков, что влечет снижение эффективности и качества управления государственными долговыми обязательствами. К таким недостаткам относятся:

- долговая зависимость Минфина России от Банка России;
- разобщенность учетной политики Минфина России и Внешэкономбанка, порождающая разницу при определении его объемов;
- раздельный учет внутренней и внешней задолженности.

Для того, чтобы попытаться решить проблемы управления государственным долгом Российской Федерации важно точно и четко закреплять цели, на которые идут государственные заимствования. Так же важно полностью разграничить полномочия и функции органов, которые осуществляют управление государственным долгом.

Тогда можно будет осуществлять достоверный учёт состояния государственного долга и операций по его обслуживанию, можно будет создать полностью работоспособный механизм управления государственным долгом. Благодаря открытости и прозрачности долговой политики для российского общества, можно будет повысить эффективность заёмной и долговой политики, обеспечить контроль над государственным долгом.

Литература:

1. Мысляева И. Н. Государственные и муниципальные финансы: учебник / И. Н. Мысляева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 445 с.
2. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 №145-ФЗ (ред. от 15.10.2020) // Собрание законодательства РФ. - 1998. - №31. - Ст. 101.
3. Чернецов С. А. Финансы, денежное обращение и кредит: учебное пособие. — Москва: Магистр, 2020. — 528 с.
4. Брагинская, Л. С. Государственный долг: анализ системы управления и оценка ее эффективности: монография / Л. С. Брагинская. - Москва: Университетская книга, 2020. - 128 с.

РОЛЬ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО КОМПЛЕКСА В ОБЕСПЕЧЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ»

М.Е. Железняк, Е.А. Приходько

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, mashca3c@mail.ru**

Железнодорожный комплекс имеет особое стратегическое значение для России. Он является связующим звеном единой экономической системы, обеспечивает стабильную деятельность промышленных предприятий, своевременный подвоз жизненно важных грузов в самые отдаленные уголки страны, а также является самым доступным транспортом для миллионов граждан. ОАО «Российские железные дороги» входит в тройку лучших железнодорожных компаний мира. В статье рассматриваются вопросы оценки финансового состояния компании, являющейся естественным монополистом в области железнодорожных перевозок в Российской Федерации. Автором представлены результаты исследований, позволяющие пронаблюдать изменение финансовых показателей во времени под действием экономических, политических и социальных изменений. В заключение даются краткие рекомендации о целесообразности проведения политики на рынке представления услуг для обеспечения экономической безопасности страны.

The railway complex is of special strategic importance for Russia. It is the link between a unified economic system, ensures the stable operation of industrial enterprises, timely delivery of vital goods to the most remote parts of the country, and is also the most affordable transport for millions of citizens. Joint-stock company "Russian Railways" is one of the world top three railway companies. The article considers the assessment of the financial condition of the company, which is a monopoly in the field of railway transportation in the Russian Federation. The author presents the results of studies that allow observing the change in financial indicators over time under the influence of economic, political and social changes. In conclusion, brief recommendations are given on the feasibility of implementing a policy in the financial services market to ensure the economic security of the country.

Транспортный сектор играет важную роль в российской экономике. Его доля в структуре валовой добавленной стоимости составляет 7% [3], а реализация проектов по строительству транспортной инфраструктуры вносит значительный вклад в объемы инвестиций в основной капитал.

С 2019 года реализуется национальный проект «Безопасные и качественные автомобильные дороги» [1].

Учитывая протяженность территории РФ, железнодорожный транспорт, в части грузоперевозок, как один из самых распространенных в стране играет важную роль в решении социально-экономических задач

развития территорий [4]. Наличие в регионах развитой транспортной системы формирует конкурентные преимущества для размещения производств и формирует синергетические и интеграционные эффекты, а также данный факт может выступать одним из факторов снижения уровня миграции, как отмечается в Стратегии пространственного развития России [2], что способствует обеспечению экономической безопасности страны.

Для России характерен высокий показатель средней дальности железнодорожных перевозок. Это связано с тем, что основные поставщики грузов находятся в центре страны, причем значительная часть грузовых потоков направлена на экспорт. Россия является третьей в мире по протяженности железнодорожных линий общего пользования – 86 тыс. км.

В последние годы грузооборот на российском рынке транспорта показывает стабильный рост. В 2018 году объем российских транспортных перевозок по Российской Федерации увеличился на 2,8%, а объем перевезенных грузов — на 2,4%. В первом квартале 2019 года рост продолжился [3].

Сегодня доля ОАО «РЖД» в грузообороте транспортной системы России составляет 46%, а в пассажирообороте транспортной системы России - 26,4% [3].

Учредителем и единственным акционером ОАО «РЖД» является Российская Федерация.

Оценим финансовое состояние ОАО «РЖД» за период с 2017 по 2019 года. Сравнение основных параметров Финансового состояния компании представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ динамики показателей финансового положения ОАО «РЖД» по стандартам МСФО

Показатель	Значения, млрд. руб.			Абсолютное изменение, млрд руб.		Темп прироста, %	
	31.12. 2019	31.12 2018	31.12. 2017	2019	2018	2019	2018
Активы	5 164	4 781	4 467	383	314	+8,0	+7,0
В том числе							
внеоборотные активы	4 703	4 297	3 998	406	299	+9,4	+7,4
оборотные активы	460	484	455	24	29	-4,9	+9,0
Капитал и обязательства	5 164	4 782	4 468	382	314	+7,9	+7,0

Показатель	Значения, млрд. руб.			Абсолютное изменение, млрд руб.		Темп прироста, %	
	31.12. 2019	31.12 2018	31.12. 2017	2019	2018	2019	2018
В том числе							
Капитал	2 675	2 504	2 412	171	91	+6,8	+3,8
Долгосрочные обязательства	1 538	1 327	1 259	211	68	+15,9	+5,4
Краткосрочные обязательства	950	951	787	1	164	-0,1	+20,8

Ключевым событием российской экономики железнодорожного транспорта в 2017–2019 годах стало принятие ряда документов, определяющих долгосрочную тарифную политику холдинга ОАО «РЖД». В декабре 2017 года Правительства РФ издало распоряжение, согласно которому индексация тарифа на железнодорожные перевозки в 2019–2025 годах должна определяться в соответствии с правилом «инфляция минус» и рассчитываться как среднее арифметическое индекса потребительских цен за два предыдущих года и два последующих года минус 0,1%.

Далее рассмотрим показатели, формирующие прибыль ОАО «РЖД» в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ динамики показателей прибыли и убытков ОАО «РЖД» по стандартам МСФО

Показатель	Значения, млрд. руб.			Абсолютное изменение, млрд руб.		Темп прироста, %	
	31.12. 2019	31.12 2018	31.12. 2017	2019	2018	2019	2018
Доход	2 508	2 413	2 252	95	161	+6,9	+7,2
в том числе,							
доход от грузовых перевозок и предоставления доступа к инфраструктуре	1 598	1 531	1 449	67	82	+4,4	+5,6
доход от пассажирских перевозок	267	251	238	16	13	+6,4	+5,4
доходы от предоставления логистических услуг	386	394	344	8	50	-2,0	+14,2

Показатель	Значения, млрд. руб.			Абсолютное изменение, млрд руб.		Темп прироста, %	
	31.12. 2019	31.12 2018	31.12. 2017	2019	2018	2019	2018
Расход	2 348	2 318	2 049	30	269	+1,3	+13,1
в том числе,							
расход на заработную плату и социальные отчисления	862	819	793	43	26	+5,3	+3,3
расходы на материал, ремонт и обслуживание	299	287	259	12	28	+4,2	+10,8
расход на топливо	124	122	98	2	23	+1,6	+25,7
прочие расходы	1063	1 090	899	27	191	-2,5	+21,2
ЕВИДГА	560	527	496	33	31	+6,3	+6,4
Рентабельность по ЕВИТДА	24,7%	24,7%	24,7%	-	-	-	-
Чистая прибыль	156	35	140	118	105	+345	-850
Объем капитальных вложений	650	617	529	33	88	+5,3	+16,6

Сравнивая показатели данной таблицы можно сказать, что наибольший эффект роста показателей в 2019 году обеспечен:

- увеличением выручки от грузоперевозок и обеспечение доступом к инфраструктуре;
- ростом грузового оборота на 4,2% в 2019 и оборота пассажирских перевозок на 5,2% за счет применения маркетинговой политики;
- увеличением доходов в сегменте скоростного сообщения;
- ростом объемов оказываемых услуг транспортно-логистическими компаниями холдинга "РЖД", а также положительного влияния от перерасчёта валютной части выручки в рублях;
- значительным повышением цен на дизельное топливо;
- реализацией технологических и оптимизационных мероприятий с увеличением реальной заработной платы на 5,9%.

Сегодня Российские железные дороги владеют всей железнодорожной сетью страны, в том числе железные дороги, депо и логистические центры. Также, РЖД принадлежит более чем 90% всех локомотивов страны. Это преимущество позволяет компании оставаться ведущим игроком на рынке железнодорожных грузоперевозок.

К несчастью, железная дорога имеет ряд недостатков, например, при перевозке на небольшие расстояния существует риск высоких постоянных издержек содержания составов, и связанная с этим тарификация или ценообразование для клиентов, что делает невыгодным их использование, когда путь от места отправления до места назначения меньше 2000 км.

Развитие международной торговли предоставляет много плюсов для Российских железных дорог. Благодаря железнодорожной сети, РЖД могут значительно увеличить влияние своего логистического оператора. Кроме того, осуществление этого преимущества позволяет достичь роста объема сотрудничества между Россией и другими странам, как в политической, так и в экономической сфере. Но надо иметь в виду, что обменный курс валют остается относительно низким и можно ожидать увеличение объемов экспортных операций основных поставщиков компании Российские железные дороги.

Слабые стороны показывают, что открытое акционерное общество «Российские Железные Дороги» должно улучшить свою деятельность для того, чтобы обеспечить лучший сервис своим клиентам.

Литература:

1. Будущее России Национальные проекты [Электронный ресурс] / «Национальный проект: Безопасные и качественные автомобильные дороги» - Режим доступа: <https://futuresussia.gov.ru/bezopasnye-i-kachestvennye-avtomobilnye-dorogi> (Дата обращения: 30.10.2020);
2. Правительство России [Электронный ресурс] / «Об утверждении Стратегии пространственного развития до 2025 года» - Режим доступа: <http://government.ru/docs/35733/> (Дата обращения: 30.10.2020)
3. Российские железные дороги [Электронный ресурс] / «ОАО «РЖД» сегодня» - Режим доступа: <https://company.rzd.ru/ru/9360> (Дата обращения 26.10.2020);
4. ФКУ «РОСТРАНСМОДЕРНИЗАЦИЯ» [Электронный ресурс] / «Транспортная стратегия Российской Федерации» - Режим доступа: <https://ppp-transport.ru/ru/transportnaja-strategija-rossijskoj-federacii/> (Дата обращения: 30.10.2020);

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.С. Журавлева, Р.Н. Шарипова
Уфимский государственный авиационный технический
университет, г.Уфа zhuravliova-n97@mail.ru

Целью данной статьи является обзор существующих подходов к прогнозированию денежных потоков предприятий. В статье рассмотрены основные методы анализа и прогнозирования денежных потоков и некоторые отличительные особенности каждого из них, выполнена сравнительная оценка методов.

The Purpose of this article is to review existing approaches to forecasting cash flows of enterprises. The article considers the main methods of analysis and forecasting of cash flows and some distinctive features of each of them, and performs a comparative assessment of the methods

Денежные потоки имеют особое решающее значение для деятельности любой компании, потому что они задействованы на протяжении всего жизненного цикла организации с момента ее зарождения до состояния банкротства. Согласно точке зрения Хариной К.Р., любой научно-обоснованный прогноз должен строиться на комплексном анализе денежных потоков, который сможет помочь спрогнозировать поток денежных средств во времени, благодаря чему появится возможность вовремя обнаружить недостаток денежных средств [1].

Предприятие для осуществления своей деятельности в каждый текущий момент времени должно располагать достаточным объемом денежных средств. Именно этот показатель обеспечивает непрерывное и высокоэффективное функционирование организации. Прогнозирование потока денежных средств организации помогает в определении тенденции продаж, в расчетах с кредиторами, в планировании покупки основных средств.

В предпринимательском секторе существует более ста различных способов прогнозирования экономических показателей. Однако, только пара десятков из них пригодна для практического использования в организации.

Как отмечено в статье Хариной К.Р., Шариповой Р.Н., выбор метода и модели для прогнозирования необходимой денежной наличности зависит, в основном, от длительности периода, на который осуществляется прогноз и от базовых бизнес-потребностей [2].

Наиболее часто используемая классификация методов прогнозирования представлена в таблице 1 ниже.

Таблица 1 - Классификация основных методов прогнозирования

Основные методы прогнозирования		
Интуитивные	Детерминированные	Стохастические
Метод экспертных оценок	Метод экстраполяции тренда Метод скользящей средней Методы моделирования Метод экспоненциального сглаживания	Простой динамический анализ Многофакторный регрессионный анализ Авторегрессионные модели

Рассмотрим один из методов прогнозирования - многофакторный регрессионный анализ.

Данный метод можно рассмотреть на примере прогнозирования saldo денежных потоков ООО «Автофорум».

Корреляционный анализ обычно предполагает выполнение указанных предпосылок:

- случайные величины y, y_1, y_2, y_n и x, x_1, x_2, \dots, x_n рассматриваются как выборка из двумерной генеральной совокупности с нормальным законом распределения;
- отдельные наблюдения стохастически независимы;
- дисперсия ошибки, связанная с одним значением зависимой переменной y , равна дисперсии с др. значением;
- ковариация между ошибкой, связанной со значением зависимой переменной y , и ошибкой, связанной с другим значением y , равна 0;
- ковариация между погрешностью и независимых переменных равна 0.

Главным показателем корреляционного анализа является коэффициент корреляции, который показывает силу связи (Таблица 2).

Таблица 2 – Коэффициенты корреляции

	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8
Y	0,273	0,585	-0,564	0,743	0,736	-0,023	0,527	-0,324

Для выявления силы связи коэффициентов корреляции используется шкала Чеддока.

Таблица 3 – Шкала Чеддока

Значение	Интерпретация связи
От 0 до 0,3	Очень слабая
От 0,3 до 0,5	Слабая
От 0,5 до 0,7-	Средняя
От 0,7 до 0,9	Высокая
От 0,9 до 1-	Очень высокая

Коэффициент корреляции принимает значения от -1 до 1 и при интерпретации связи рассматриваемое значение нужно брать по модулю.

Использование данного метода можно ограничить случаями, когда уравнение кривой является линейным относительно своих параметров $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$. Однако, если исследуемое уравнение имеет нелинейный вид, то его, возможно, привести к линейной форме, а после применить метод МНК.

Регрессионная связь представляет собой связь между случайными и не случайными исследуемыми величинами. Метод анализа регрессионных связей называется регрессионным анализом. Регрессионный анализ очень тесно связан с корреляционным анализом. При выполнении условий, необходимых для корреляционного анализа, выполняются и регрессионные условия. Регрессионный анализ имеет не такие жесткие требования к исходным данным, его можно провести при отличии распределения случайной величины от нормального (например, технико-экономические величины).

Подводя итоги можно сказать, что любой активно действующей компании или организации необходимо финансовое прогнозирование результатов ее деятельности. Ведь правильно выбранный метод определяет ожидаемую в будущем потребность в финансовых ресурсах, их рациональное использование, для обеспечения эффективной и бесперебойной работы предприятия.

Литература:

1. Харина К. Р., Шарипова Р.Н. Денежные потоки: сущность и особенности их анализа // сб. науч. тр. / под общ. ред. И.Р. Коцегуловой; Уфимс. гос. авиац. техн. ун-т – УФА: РИК УГАТУ, 2018. – С. 178-181.
2. Харина К.Р., Шарипова Р.Н. Модели прогнозирования денежных потоков компании // сб. науч. тр. / под общ. ред. И.Р. Коцегуловой; Уфимс. гос. авиац. техн. ун-т – УФА: РИК УГАТУ, 2019. – С. 208-213.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ

М.В. Зулина

Национальный исследовательский Томский государственный
университет

г. Томск, m.zulina96@gmail.com

В статье рассмотрены подходы к оценке эффективности управления паевыми инвестиционными фондами, на основе коэффициентов, оценивающих доходность и риск. Далее, объяснена необходимость учитывать определение эффективности паевого фонда на фондовом рынке, через деятельность управляющей компании по отношению к фонду и работе самого фонда. Также даны рекомендации по повышению эффективности управления фондами.

The paper considers approaches for assessing management effectiveness of mutual funds, based on factors that evaluate profitability and risk. Further, were explained the necessity of considering the efficiency of the mutual fund on a stock market based on the activities of the management company towards the fund, and functioning of the mutual fund. Recommendations for improving the efficiency of managing mutual funds were also given.

Паевые инвестиционные фонды (далее ПИФы) пользуются большим спросом среди инвесторов различных категорий в виду их доступности, высокой диверсификации рисков и профессионального управления. Прежде чем выбрать в какой фонд вкладывать свободные денежные средства, инвесторы оценивают эффективность их управления. Сегодня выделяют различные подходы к оценке эффективности управления портфелем ценных бумаг, в основе которых содержится определение как количественных показателей на базе сложных расчетов и полученных коэффициентов, так и качественных индикаторов (срок деятельности компании, репутация, экспертное заключение и пр.). Эффективность управления фондами представляет собой результаты их работы, соотнесенные с риском и ликвидностью активов [1]. Однако, для получения более полной оценки необходимо учитывать и эффективность функционирования ПИФа, как финансового посредника, на решение этой проблемы и направлено исследование. Объектом исследования выступает рынок паевых инвестиционных фондов.

Всего выделяют пять наиболее значимых показателей: коэффициент Шарпа, альфа, бета, коэффициент Сортино и VaR. Рейтинговые агентства, такие как “Эксперт”, опираются на коэффициент Шарпа и альфа, в то время как инвестиционный портал Investfunds рассчитывает все показатели. Рассмотрим их подробней.

Коэффициент Шарпа – показатель эффективности портфеля активов, определяется как соотношение средней премии за риск к среднему

отклонению портфеля, говорит о некоторой стабильности ожидаемой прибыли. Данный коэффициент предназначен, чтобы оценить, насколько доходность компенсирует риск [2]. Чем выше показатель, тем меньше уровень риска к доходности и тем эффективнее инвестирование.

$$SR = \frac{R_p - R_f}{d_p}, \quad (1)$$

где,

R_p — средняя доходность портфеля (актива),

R_f — средняя доходность безрискового актива (например, ставка по депозитам, рефинансированию, доходность гос. облигаций),

d_p — стандартное отклонение доходности портфеля (актива)

Стандартное отклонение отражает риск портфеля, чем он выше, тем привлекательнее портфель для инвесторов по доходности [3].

Коэффициент Сортино показывает доходность фонда, взвешенную по риску. Расчет производится аналогично коэффициенту Шарпа, но стандартное отклонение в знаменатели рассчитывается только для отрицательных значений (убыточных периодов). Более высокое значение коэффициента Сортино означает, что портфель показал себя лучше по отношению к сопутствующему риску. Коэффициент надо сравнивать для различных фондов, чтобы среди них выбрать тот, у которого он выше.

$$SR = \frac{R_p - R_f}{dd}, \quad (2)$$

где,

R_p — средняя доходность портфеля,

R_f — средняя доходность безрискового актива,

d — стандартное отклонение убытков портфеля [3].

Коэффициент «бета» характеризует относительное изменение доходности фонда в сравнении с доходностью всего рынка ценных бумаг, то есть говорит о действии рынка на динамику доходности портфеля ценных бумаг. Если «бета» = 1, актив колеблется вместе с рынком и его риск эквивалентен общерыночному. Коэффициент > 1, указывает на большую рискованность активов, коэффициент < 1 указывает на пониженную рискованность. Более консервативные инвесторы в первую очередь обращают внимание на данный коэффициент, чтобы сделать выбор в пользу активов с бета меньше 1. β вычисляется раз в квартал и служит мерой волатильности.

$$b = \frac{\text{Cov}(r_a, r_p)}{\text{Var}(r_p)}, \quad (3)$$

где,

r_a — оцениваемая величина, для которой вычисляется коэффициент Бета: доходность оцениваемого портфеля,

r_p — эталонная величина, с которой сравнивается доходность портфеля ценных бумаг или рынка,

C — дисперсия эталонной величины [4].

ν Коэффициент «альфа» (Йенсена) позволяет оценить эффективность управления портфелем по сравнению с эталонным. Коэффициент показывает превышение среднего роста инвестиционного пая определенного фонда в соответствии с расчетной «бетой». Более высокое значение альфа указывает на большую потенциальную доходность актива по отношению к ожидаемому уровню среднерыночной доходности. Положительное значение говорит об эффективном управлении и наоборот.

$$a = R_p - bR_m, \quad (4)$$

где,

R_p — ожидаемая доходность портфеля (может определяться на основании исторических данных или другими способами);

R_m — ожидаемая доходность рынка [4].

Коэффициент вариации (VaR) позволяет определить максимальные потери с заданной вероятностью (как правило, 95%), которые могут принести вложения в ПИФ за определенный срок. Расчет коэффициента VaR производится только для фондов, по которым имеются данные о приросте стоимости пая за 36 полных календарных месяцев, предшествующих дате расчета. Поэтому, коэффициент рассчитывается по открытым и интервальным фондам.

$$\text{Var}_{fund} = E_{fund} - k * S_{fund}$$

где,

E_{fund} – среднее значение доходности фонда за 36 месяцев. Доходность определяется как прирост стоимости пая за каждый месяц (без учета скидок, надбавок, а также налогов)

S_{fund} – стандартное отклонение доходности фонда,

k – число стандартных отклонений, определяющее значение VaR. Для уровня значимости в 95%, $k=1,645$ [5].

Для оценки эффективности ПИФов, как финансового посредника, необходимо обратить внимание на функционирование самого фонда: на условия входа через УК, условия его обслуживания субъектами организационной инфраструктуры, состоящей из двух подсистем: внутренней (спец. депозитария, регистратора, аудитора, оценщика) и внешней (брокеры, дилеры, фондовые биржи, расчетный депозитарий, реестродержатель, клиринговые организации). Также, предложим возможные меры по повышению качества управления фондами: 1) при создании фондов и выбора стратегии управления необходимо учитывать интересы и предпочтения инвесторов различных категорий, поэтому УК стоит расширять линейку ПИФов, для привлечения клиентов; 2) должно оцениваться качество работы управляющего портфелем фонда, от его профессионализма зависит прирост стоимости активов в долгосрочной перспективе [6]; 3) необходим жесткий контроль ПИФов в составе фондов и желательно следовать активной стратегии управления, поскольку процесс формирования, управления и оценки фондов трудоемкий.

Таким образом, новизной результатов исследования является получение комплексного подхода к оценке эффективности управления ПИФа, который включает в себя оценку качества управления фондами, на основании коэффициентов и качественных индикаторов, и эффективность функционирования ПИФа, как финансового посредника. Такой глубокий подход к оценке принесет больше пользы инвестору при выборе подходящего фонда.

Литература:

Зельцер М.Б. Оценка эффективности управления паевыми инвестиционными фондами: дис. канд. экон. наук: 25.07.01. – Новосибирск, 2006. – 163 с.

Ерыгина Н.С. К вопросу об оценке эффективности паевых инвестиционных фондов в России // *Juvenisscientia*. – 2015. – №1. – С. 76–

Тенсин П. Как выбрать портфель по соотношению доходности и риска

[
Э
л
е
к
т
р

Галактионов И.А. Коэффициенты «альфа» и «бета». Выбираем акции в портфель по науке [Электронный ресурс] // БКС Экспресс. – 2019. – URL:

h
t 5. Методика расчета коэффициента VaR Investfunds [Электронный ресурс] // Investfunds. – 2019. – URL:

p
s
Вавренова Е.С., Беломытцева О.С. Эффективность управления пенсионными накоплениями в негосударственных пенсионных фондах// Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. е 2016. – №3(31). – С. 115–125.

x
p
r
g
e **НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ**
s **МИНИМИЗАЦИИ НАЛОГОВЫХ РИСКОВ КОММЕРЧЕСКИХ**
s **ОРГАНИЗАЦИЙ**

g
u
n
o
v
Н.Ю. Лебедева, А.Т. Ибрагимова
Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону, anibragimova@sfedu.ru

В работе рассматривается система налогового планирования как эффективный инструмент минимизации налоговых рисков предприятий, а также инструмент сохранения стабильного состояния в условиях изменяющейся налоговой системы. В частности, внимание уделяется построению системы налогового планирования для предприятия на основе формирования совокупной карты налогового планирования, включающей в себя два основных элемента – карта налоговых рисков и карта мероприятий минимизации выявленных рисков. Данная система позволит минимизировать имеющиеся налоговые риски как в краткосрочном периоде, так и при рассмотрении долгосрочного горизонта планирования. Внимание акцентируется на необходимости составления плана мероприятий, способствующий восстановлению положения компании при свершении событий налоговых рисков.

i
k
a
k
e
t
i
e
n
The paper considers the tax planning system as an effective tool for minimizing tax risks of enterprises, as well as a tool for maintaining a stable state in the context of a changing tax system. In particular, attention is paid to building a tax planning system for an enterprise based on the formation of an aggregate tax planning map, which includes two main elements - a tax risk map and a map of measures to minimize identified risks. This system will minimize the existing tax risks both in the short term and when considering the long-term planning horizon. Attention is focused on the need to draw up an action plan to help restore the company's position in the event of tax risks.

В современных изменяющихся реалиях налоговая система РФ не статична, она подвергается последовательным изменениям и усовершенствованиям. Коммерческие хозяйствующие субъекты осуществляют свою деятельность не только в изменяющихся рыночных условиях, но и в условиях относительной нестабильности налоговой системы. Вопрос планирования налоговых обязательств в отчетном периоде на основе базовых данных и показателей деятельности организации является актуальным, ведь налоговые обязательства являются важной составляющей, влияющей на итоговый результат деятельности организации.

Налоговое планирование – система организации функционирования объекта налогообложения в налоговой сфере с целью минимизации налоговых обязательств, а также минимизации имеющихся в зависимости от специфики деятельности и организации экономического цикла налоговых рисков и их эффектов. Основной целью процесса налогового планирования является построение устойчивой оптимальной системы хозяйствования, обеспечивающий минимальный размер налоговой нагрузки, а также соблюдающей условие минимизации возникновения налоговых рисков и компенсации их негативных эффектов при наступлении событий налоговых рисков. Сущность налогового планирования состоит в признанном за каждым налогоплательщиком права использовать возможные допускаемые средства, пути и методы с целью максимального сокращения своих налоговых обязательств [7]. Возможность и целесообразность осуществления налогового планирования предприятиями обусловлена многоаспектной налоговой системой, имеющей различные системы налогообложения, использование каждой из которых для учета деятельности, может нести в себе риски при формировании налоговых обязательств. Система налогового планирования включает в себя этапы, последовательная реализация которых позволит составить полноценную систему, направленную на минимизацию налоговых рисков организации. К этапам налогового планирования относятся: выявление имеющихся налоговых рисков предприятия в зависимости от специфики деятельности и систем организации взаимодействия с внешними пользователями и иными экономическими субъектами; анализ возможных событий налоговых рисков и рассмотрение их эффектов; разработка и построение налоговой схемы, осуществление мероприятий и действий в соответствии с разработанной налоговой картой.

Базовыми составными частями системы налогового планирования являются карта налогового планирования предприятия, отражающая

выявленные налоговые риски и их степень важности для организации и система мер и мероприятий с целью минимизации налоговых рисков и возможных их эффектов при наступлении событий рисков. Карта налогового планирования как элемент системы планирования налоговых рисков предприятия представляет собой совокупность выявленных рисков организации, а также оценку важности их влияния на деятельность хозяйствующего субъекта при наступлении событий рисков. Составными частями карты являются налоговые риски организации; материальная оценка; степень опасности риска для предприятия при наступлении риска и вероятность наступления.

Федеральная налоговая служба РФ имеет концепцию системы проведения налоговых проверок и систему их планирования на основе ключевых критериев организаций. Данная концепция закреплена в официальном приказе Федеральной налоговой службы № ММ-3-06/333@ от 30 мая 2017 г. и является актуальной и используемой в современных реалиях. Составление карты налоговых рисков в рамках системы налогового планирования предприятия следует опираться на указанные признаки налоговых рисков.

Комплекс мер и мероприятий минимизации налоговых рисков организации позволяет предотвратить наступление событий налоговых рисков, а также снизить негативные эффекты при их наступлении. Оптимальное положение организации с точки зрения системы налогового планирования характеризуется независимостью от налоговых рисков. Тем не менее в современных условиях каждое предприятие имеет определенные налоговые риски, связанные с процессом функционирования, однако базовой задачей является минимизация их влияния и последствий при наступлении событий рисков. При разработке комплекса мер и мероприятий стоит придерживаться принципов повышения эффективности работы. Во-первых, стоит опираться на принцип экономической обоснованности, целесообразности ожидаемых эффектов от оптимизации в сравнении с выявленными рисками. Во-вторых, принцип комплексного расчета дополнительных некомпенсируемых расходов предприятия, связанных с осуществлением и проведением мер и мероприятий в противовес материальной оценки событий риска при его наступлении. В-третьих, принцип заблаговременности. Налоговое планирование и проведение соответствующих мер должно характеризоваться уместностью по отношению к деятельности предприятия, а также своевременностью действия для достижения запланированного эффекта минимизации налоговых рисков. Наконец, необходимо придерживаться принципа индивидуального подхода, так как хозяйствующие субъекты имеют

различную направленность деятельности, выраженную в их экономической специализации, а также неодинаково организованный хозяйственный процесс предприятий и системы учета результатов деятельности организаций. Таким образом, опираясь на представленные принципы необходимо формировать комплекс мер и мероприятий конкретного.

Таблица 1. – Образец карты мероприятий минимизации налоговых рисков.

<i>№</i>	<i>Налоговый риск</i>	<i>Последствия для предприятия при наступления события риска</i>	<i>Меры и мероприятия минимизации налогового риска</i>
Ранжирование налоговых рисков происходит на основе показателя математического ожидания наступления события риска.	Детально указывается выявленный налоговый риск, а также его событие при наступлении.	Рассматриваются последствия для деятельности предприятия в краткосрочном и долгосрочном периоде.	Выделяются две группы мер: меры минимизации возможности наступления события налогового риска и меры, направленные на компенсацию и сглаживание негативных эффектов при наступлении события налогового риска.

Таким образом, грамотное и корректное составление, формирование и дальнейшее применение системы налогового планирования в рамках выбранного предприятия с помощью данных инструментов позволит минимизировать имеющиеся налоговые риски как в текущем, краткосрочном периоде, так и при рассмотрении долгосрочного горизонта налогового планирования.

Литература:

1. *Евстигнеев, Е.Н.* Налоговый менеджмент и налоговое планирование в России: Монография // Е.Н. Евстигнеев, Н.Г. Викторова. - М.: НИЦ Инфра-М - 2013. - 270 с.
2. Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок: Приказ ФНС России; Федеральная Налоговая служба от 30.05.2007 № ММ-3-03/333@. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 25.08.2020)
3. *Перов А.В.* Налоги и налогообложение // А.В. Перов, А.В. Толкушкин. – Москва: Издательство Юрайт - 2012. – С.128-340.
4. Федеральная налоговая служба. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nalog.ru/> (дата обращения: 25.08.2020).

5. Шалдина Г.Е., Щедричева А.Н. Сущность и содержание налогового планирования // Экономика и бизнес - №8(137). – 2012. – С.101 – 107.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.Б. Каримбаева, М.Т. Жоламанова, А.Т. Нурбаева
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева
г. Нур-Султан, ayimcan@mail.ru

Любая компания должна иметь достаточные средства для осуществления своей деятельности. Недостаток средств приводит к потере ликвидности и платежеспособности. Результатом такой ситуации могут стать: банкротство, реструктуризация и поглощение компании. В связи с этим, средства компании, все ее формы и виды являются важнейшим объектом финансового менеджмента. Вот эти и многие другие обстоятельства и послужили поводом для выбора темы исследования.

Any company must have sufficient funds to carry out its activities. Lack of funds leads to loss of liquidity and solvency. The result of such a situation may be: bankruptcy, restructuring, and takeover of the company. In this regard, the company's funds, all its forms and types are the most important object of financial management. These and many other circumstances were the reason for choosing the research topic.

Развитие рыночной экономики в Казахстане и усиление конкуренции требуют обеспечения долгосрочного финансового равновесия перед предпринимателями. Это требует эффективного управления финансовыми потоками, умения прогнозировать денежные потоки, изучая накопленную информацию.

Одной из важных до настоящего времени проблем компаний различных форм является обеспечение своей финансово – хозяйственной деятельности достаточными денежными средствами. Этого можно достичь, прежде всего, путем проведения работ по учету средств, контролю и анализу их движения.

Денежное обеспечение современной компании-это непрерывный процесс, который не ограничивается только анализом денежных потоков, но может оценить общую стоимость компании. Но не каждая компания может уделить этому вопросу достаточно внимания по некоторым причинам. Основные причины: - плохой уровень подготовки управленческого персонала и других работников; - отсутствие в организационной структуре компании соответствующей управленческой деятельности, не отвечающей современным требованиям.

Совершенствование организационной структуры предусматривает меры по закреплению конкретных функций управления денежными средствами за соответствующим структурным подразделением. Это позволяет более рационально управлять денежными потоками и координировать их с действиями по выздоровлению, учету, анализу, регулированию, контролю за движением денежных средств компании. Сложившаяся сегодня организационная структура управления требует многочисленных изменений. Внедрение финансового департамента в практику современных компаний, по мнению А. Ю. Анисимова, вносит существенные изменения в процесс управления денежными потоками [1]. На следующем рисунке представлена организационная структура финансового департамента (рисунок 1).

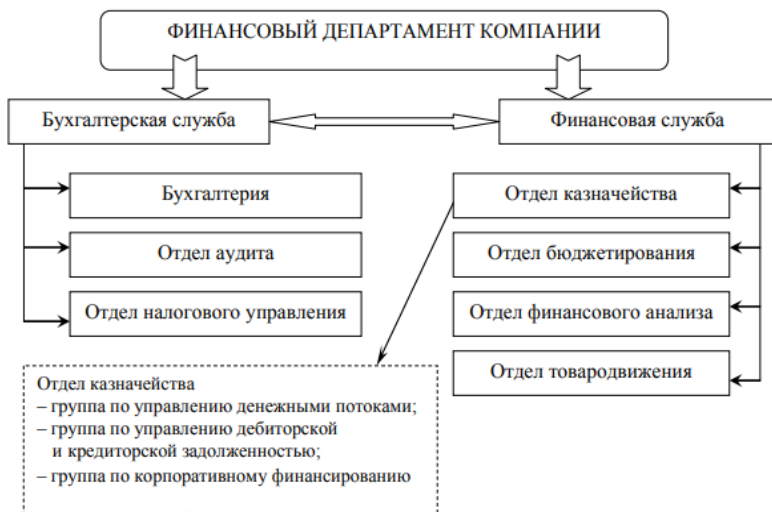


Рис. 1. Организационная структура финансового департамента

Владельцы частных предприятий в большинстве случаев формируют эффективность своего бизнеса исходя из данных динамики доходов. Однако обусловленность расчета выручки и возможность ее периодического осуществления требует применения ряда дополнительных факторов. В том числе и критерий, основанный на денежном потоке [2].

Успех управления финансовыми средствами предприятия зависит от последовательности действий, согласованных с основными стратегическими параметрами. Они:

- увеличение размера денежных средств;

- иметь уверенность в эффективном использовании имеющихся в распоряжении денежных средств предприятия [3].

Успех программы достижения максимальной финансовой эффективности в ведении бизнеса в условиях притока средств и сложившейся в стране экономической ситуации мы предлагаем сформировать из трех основных блоков:

- эффективное управление товарным фондом с целью экономии денег;
- сокращение финансового цикла и накопление дебиторской задолженности;

- держать деньги под постоянным контролем.

Первый блок основан на эффективности управления товарными запасами с целью экономии средств. Финансовый успех коммерческой фирмы, ее ликвидность и показатели окупаемости напрямую зависят от того, насколько реальными деньгами могут стать средства, вложенные в фонд.

Второй основной блок управления финансами мы предлагаем создать из накопления дебиторской задолженности и сокращения финансового цикла. Основная цель отдела, обеспечивающего накопление дебиторской задолженности, заключается в тщательном анализе всех клиентов и выявлении причин, по которым компания своевременно не оплачивает счета.

Несомненно, накопление дебиторской задолженности очень близко связано с маркетинговой работой этой компании. Маркетинг выбирает и воспитывает своих клиентов. Поэтому действия этих маркетологов должны быть направлены на цели пополнения денежного фонда компании.

Основными направлениями сбора дебиторской задолженности являются: систематизация и анализ базы данных обо всех клиентах фирмы, а также учет потенциальных клиентов; поиск системы скидок в случае преждевременных платежей фирмы; формирование законодательных мероприятий с целью предупреждения недобросовестных клиентов; подача заявления в Арбитражный суд о признании клиента банкротом; применение факторинга с целью возврата несвоевременно оплаченной дебиторской задолженности; предусмотреть систему, в которой клиенты несут ответственность за несвоевременную выплату денежных средств компании менеджерам, работающим по продажам; отказаться от клиентов, не способных осуществлять платежи. Эти меры могут увеличить оборот дебиторской задолженности и обеспечить сокращение финансового цикла.

Третий блок управления денежными потоками, который является необходимым для казахстанских компаний-ежедневный непрерывный

контроль денег. Этот процесс является постоянным процессом, основанным на его ежедневном наблюдении и анализе. Важность ежедневного сбалансированного контроля с деньгами для компании трудно переоценить. Агрессивные колебания в одну сторону и инертные в другую в общем виде оказывают большое негативное влияние на компанию [4].

В процессе нормализации ежедневного контроля за денежным фондом важно придерживаться двух принципов:

- нужно знать, кому и за что платить в начале каждого дня, а в конце каждого дня знать, кому и за что ушли деньги;

- стараться избегать операций с наличными деньгами (банкноты).

Выполнение первого принципа обеспечивает современный анализ и планомерное планирование денежных потоков. Однако не стоит забывать о системе закрытия кредитных займов. В центре внимания должны быть две основные ситуации. С одной стороны, частые задержки денежных выплат не наносят большого ущерба репутации этой компании. С другой стороны, досрочное погашение кредитных займов является дополнительным источником денежных средств этой компании.

Второй принцип ежедневного контроля денежного запаса-избегать использования банкнот и монет по возможности. Многие отечественные предприятия, особенно крупные, перешли на безналичный метод оплаты труда.

Для возмещения расходов по представительским и рабочим статьям банки интенсивно предоставляют корпоративные, депозитные и кредитные карты. Применение такой «карточной» системы экономит время и сокращает усилия работников в процессе ежедневного управления денежными средствами [5].

В ходе работы было доказано, что эффективный путь управления средствами может быть достигнут через три основные блок-схемы, приведенные выше. На сегодняшний день денежные средства являются самым ограниченным ресурсом, поэтому успешная работа компании тесно связана с эффективным управлением денежными средствами и денежными потоками. Несомненно, что это достигается, прежде всего, за счет учета денежных потоков, контроля и анализа их движения.

Литература:

1. *Анисимов А.Ю.* Организационно-функциональный механизм управления денежными потоками: автореф. дисс. канд. экон. наук. - М.: 2009. - 132 с.

2. Альбетков А. Роль казначейства в российских компаниях // Финансовый директор. 2004. №5. 12–19 с.
3. Сапарова Б.С. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. – Алматы: Экономика, 2018. – 632 с.
4. Тургулова А.К., Амирканова Р., Ахинов А.Б. Финансы: Учеб. пособие. – Алматы: Экономика, 2014. – 330 с.
5. Мадиярова Э.С., Суйеубаева С.Н. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. – Алматы: Экономика, 2009. – 262 с.

РАЗВИТИЕ РЫНКА НИЗКОТАРИФНЫХ АВИАПЕРЕВОЗОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В.Ю. Кудрявцева, М.А. Власенко
Новосибирский государственный технический университет,
kveronika.2000@mail.ru

В данной статье рассмотрен рынок низкотарифных авиаперевозок, изучены особенности и проблемы такой формы в Российской Федерации.

This article examines the market of low-tariff air transportation, examines the features and problems of this form in the Russian Federation.

Воздушный транспорт является важнейшей отраслью экономики России, от эффективной работы которой во многом зависит конкурентоспособность национальной экономики и качество жизни населения. В настоящее время одним из инновационных видов транспорта является гражданская авиация. В гражданской авиации, как и в любой другой отрасли, проникновения на рынок новой фирмы оказывает положительное влияние на конкуренцию. Зачастую, для освоения новых направлений деятельности, организации используют различные стратегии, одной из которых является лидерство в издержках и дифференциация продукции (услуги) [3, с. 3-4]. В авиации таким примером является лоукост-компании (рис. 1).

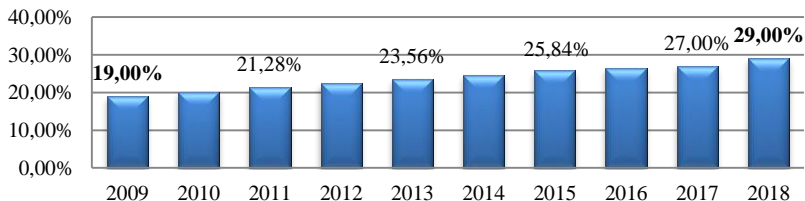


Рис. 1 Доля лоукост-компаний по пассажирообороту на международном рынке в 2009-2018 гг., % [5]

Так, в 2009 году доля лоукост-авиакомпаний составляла 19% от общего пассажирообороте, а в 2018 году составила уже 29% (рисунок 1). Такой стремительный рост связан с развитием стратегии низких цен или лидерства в издержках.

Лоукостеры как совершенно новое экономическое явление имеет свои особенности. Так, этот тип компаний обладают большей возможностью проникнуть на рынок, благодаря сокращению затрат, а также низкие цены перевозок позволяют увеличить свою долю на рынке.

Создание лоукост-компаний происходит в основном действующими авиакомпаниями, как правило, по двум причинам. Первой причиной является защита рынка в пределах своей страны от низкотарифных конкурентов. Второй причиной создания подобных экономических субъектов можно назвать окупаемость авиаперевозок. Зачастую для традиционных авиакомпаний дальнемагистральные перевозки являются основным источником дохода, а покупка среднемагистральных не окупается. Создание дочерней лоукост – организации решает эту проблему и позволяет материнской и дочерней компании работать сообща, вытесняя конкурентов [2, с. 83]. В табл. 1 представлена динамика пассажирооборота авиакомпаний.

Таблица 1 - Перевозки пассажиров и пассажирооборот за январь – июль 2019-2020 гг. (международные и внутренние перевозки) [4].

Авиапредприятие	Перевезено пассажиров, тыс. чел.			Пассажирооборот, млн. пасс.км.			Процент занятости пассажирских кресел, %		
	2019 Янв.- июль	2020 Янв.- июль	% 2020 к 2019	2019 Янв.- июль	2020 Янв.- июль	% к 2019	2019 Янв.- июль	2020 Янв.- июль	% к 2019
	ПАО "Аэрофлот"	21486	8842	41,2	58795	23189	39,4	78,8	64,6
АО Авиакомпания "Сибирь"	7472	6129	82,0	14788	12682	85,8	86,0	68,5	-17,5
ООО "Авиакомпания "Победа"	5589	3973	71,1	10063	6944	69,0	93,3	91,2	-2,1
ОАО Авиакомпания "Уральские Авиалинии"	5311	2666	50,2	12892	6122	47,5	81,3	68,6	-12,7

Авиапредприятие	Перевезено пассажиров, тыс. чел.			Пассажирооборот, млн. пасс.км.			Процент занятости пассажирских кресел, %		
	2019 Янв.- июль	2020 Янв.- июль	% 2020 к 2019	2019 Янв.- июль	2020 Янв.- июль	% к 2019	2019 Янв.- июль	2020 Янв.- июль	% к 2019
АО Авиакомпания "Россия"	6617	2602	39,3	19109	7965	41,7	83,9	73,6	-10,3
Итого	46475	24212	52,1	115647	56902	49,2	-	-	-

В Российской Федерации также компании авиаперевозок понесли значительные убытки. В таблице 1 можно увидеть, что за январь - июль 2020 года пассажирооборот пяти наиболее крупных российских авиакомпаний снизился в два раза. Стоит отметить авиакомпанию «Победа», которая является лоукостер – организацией и за январь - июль 2020 года является лидером по проценту занятости пассажирских кресел среди пяти крупнейших авиакомпаний России.

В тяжёлое время пандемии авиакомпаниям пришлось ограничить свою деятельность. На период с 1 апреля по 31 мая 2020 года авиакомпания Победа приостановила полёты по всем направлениям. Отсутствие такого конкурента побудило несколько авиакомпаний к снижению цен на небольшие расстояния. Так, полёты по направлениям Москва-Краснодар, Уфа – Москва, Уфа – Санкт-Петербург, Казань-Москва и Волгоград-Москва не превышали по стоимости двух тысяч рублей. Такие условия были предоставлены авиакомпаниями Аэрофлот, Россия, Уральские авиалинии и S7. Необходимо подчеркнуть различия традиционных авиакомпаний и лоукостеров. Так на рисунке 2 мы можем наблюдать динамику выручки компании Победа относительно Аэрофлота и S7 Airlines.

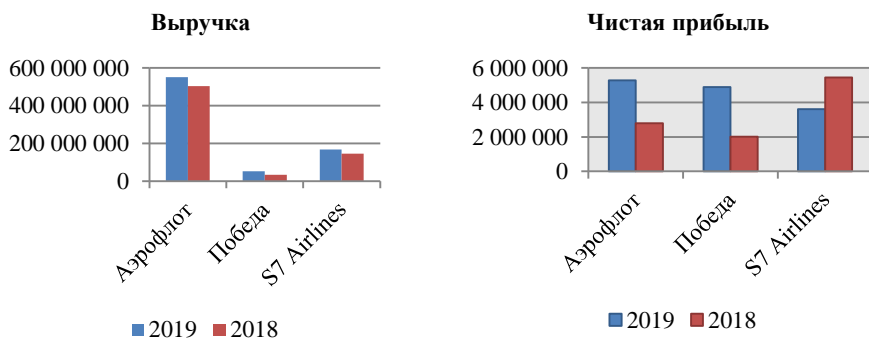


Рис. 2 – Динамика выручки и чистой прибыли крупных российских авиакомпаний за 2018-2019гг., тыс. руб.

Однако чистая прибыль Победы не уступает традиционным авиакомпаниям. Это связано с главной стратегией лоукостеров - снижение издержек. Таким образом, в 2019 году сумма чистой прибыли авиакомпании Победа превысила прибыль S7 Airlines 1,3 раза, что составило около полутора миллионов.

Оптимизация издержек лоукост-компаний приводит к повышению эффективности их деятельности (рис. 3).

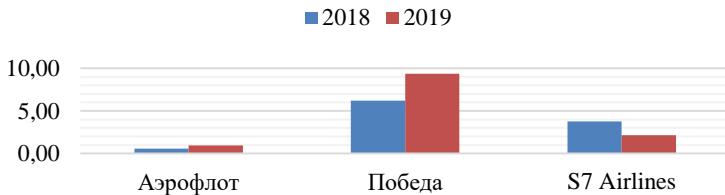


Рис. 3 – Динамика рентабельности продаж прибыли крупных российских авиакомпаний за 2018-2019гг., %

Как видно на рис. 3, рентабельность продаж авиакомпании Победа значительно выше компании Аэрофлот и S7 Airlines. В 2018 г. рентабельность продаж составляла 6,22 %, в 2019 г. – 9,35%, что свидетельствует о повышении основной деятельности организации в связи с оптимизацией затрат и опережающим ростом прибыли относительно выручки. Однако развитию низкотарифных авиаперевозок присущ ряд проблем.

В настоящее время очень ярко выражена проблема расширения рынка низкотарифных авиакомпаний в России. Это связано с низким качеством авиационной инфраструктуры. При этом решение подобной проблемы представляет собой не расширение площадей и увеличение взлетных полос, а в частности увеличение международных рейсов из региональных аэропортов.

Вторым препятствием для развития авиаперевозок в России является низкая мобильность населения страны. Причиной низкого спроса авиабилетов можно назвать неразвитость отечественного туризма, а также в Российской Федерации предпочитают традиционно использовать железнодорожный или автомобильный транспорт для передвижений внутри страны.

Основной проблемой для авиакомпаний – лоукостеров считается высокая стоимость финансовых ресурсов, которая во время кризисных состояний экономики приводят к банкротству авиакомпаний. Так дочерняя организация «Аэрофлота», основанная в октябре 2013 года,

«Добролёт» в августе следующего года прекратила своё существование. Поводом закрытия авиакомпании служило введение санкций против Российской Федерации.

Стоит отметить, что 13 мая 2020 года вступило в силу постановление Правительства РФ о предоставлении из федерального бюджета субсидий российским авиакомпаниям на частичную компенсацию расходов в связи с падением объемов пассажирских воздушных перевозок вследствие распространения новой коронавирусной инфекции [1].

Подводя итоги, следует отметить, что развитие низкобюджетных авиакомпаний способствует увеличению масштабов деятельности по средствам возрастания спроса на доступные авиаперевозки. Также лоукостеры способствуют развитию конкурентной среды и региональных перевозок.

Литература:

1. Постановление Правительства РФ от 13 мая 2020 г. № 661 «О предоставлении в 2020 году из федерального бюджета субсидий российским авиакомпаниям на частичную компенсацию расходов в связи со снижением доходов таких авиакомпаний в результате падения объемов пассажирских воздушных перевозок вследствие распространения новой коронавирусной инфекции»

2. Мальцев А.А., Лоукостеры как вектор динамичного развития мирового рынка авиаперевозок/А.А. Мальцев, А.В. Матвеева// Российский внешнеэкономический вестник. – 2017. - №8. – С. 80-91

3. Селиверстов Д.А. Влияние низкотарифных авиакомпаний на структуру рынка гражданских перевозок: дис. канд.экон. наук: защищена 28.04.18/ Селиверстов Денис Анатольевич- М., 2018. - 227 с.

4. Федеральное агентство воздушной авиации — Режим доступа — URL: <https://favt.ru/deyatelnost-vozdushnye-perevozki-perevozki-passazhirov/>

5. Air Freight Market Analysis // IATAEconomics –February 2019- P 3
Режим доступа — URL: economics@iata.org

ДЕНЕЖНЫЙ РЫНОК РФ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Е.В. Ходжич, Я.В. Левкина

**Новосибирский государственный технический университет,
Г. Новосибирск, yaroslavna.levkina@mail.ru**

В данной статье рассматриваются понятия денежного рынка и основных анализируемых ЦБ РФ сегментов денежного рынка: межбанковские кредиты (МБК), валютный своп, операции РЕПО. Представлен анализ современного состояния денежного рынка РФ, определены основные направления его развития.

This article discusses the concepts of the money market and the main segments of the money market analyzed by the Central Bank of the Russian Federation: interbank loans, currency swap, REPO operations. The analysis of the current state of the money market of the Russian Federation is presented, and the main directions of its development are determined.

Современный денежный рынок России представляет собой сегмент финансового рынка, на котором осуществляются операции по краткосрочному заимствованию и осуществляется обращение краткосрочных финансовых инструментов. К таким инструментам относятся активы кредитного рынка и рынка ценных бумаг. Это могут быть межбанковские кредиты, коммерческие кредиты, депозитные сертификаты, сберегательные сертификаты, векселя, коммерческие бумаги, а также государственные краткосрочные бумаги. Они характеризуются коротким периодом обращения, высокой оборачиваемостью на рынке и высоким уровнем спроса, а также низким уровнем риска, некоторые из них, считается, что являются абсолютно безрисковыми. Денежный рынок занимает важное место в современной рыночной системе, и охватывает весь денежный оборот, спрос и предложение денег равновесие последних. Совершенствование проведения денежных операций в России, рост ликвидности биржевых торгов – это залог динамического развития национальной экономики, что обуславливает актуальность темы исследования.

Значимость денежного рынка для экономики заключается в обеспечении эффективной оперативной работы экономических субъектов в государственном, реальном и финансовом секторах экономики, что предполагает возможность быстрого получения ликвидности на малые сроки для осуществления текущих операций. Наличие денежного рынка помогает всем экономическим субъектам осуществлять управление ликвидностью, нивелируя разрывы во времени при осуществлении необходимых платежей и ожидании денежных поступлений.

В настоящее время, на денежном рынке РФ, согласно Банку России, выделяются три ключевых сегмента этого рынка: рынок межбанковского кредитования (МБК), рынок валютных свопов и рынок операций РЕПО. Под межбанковскими кредитами понимаются кредиты, предоставляемые коммерческими банками друг другу. Работа рынка МБК связана с наличием свободных денежных средств у коммерческих банков.

Основной срок предоставления межбанковских кредитов – 1 день («овернайт»). Под валютным свопом понимают сделку по обмену валютами по установленному курсу в настоящий момент времени с одновременным договором об обратной сделке по курсу на момент совершения второй части сделки (как правило, отличающейся от курса первой части сделки). Это инструмент, позволяющий управлять ликвидностью в национальной или иностранной валюте. Операции РЕПО – это операции по предоставлению денежных средств в обмен на ценные бумаги с одновременным заключением договора об обратной сделке. Таким образом, данная операция также, как и в случае с валютным свопом, представляет из себя совокупность двух сделок, цена которых определяется в момент совершения операции. Цена первой части сделки – согласно текущим условиям, цена второй (обратной) части сделки – на основе прогнозной динамики рынка; цена обратной сделки оговаривается в момент совершения первой части сделки.

Банк России активно осуществляет операции РЕПО. Это проводится для поддержания ликвидности коммерческих банков в национальной банковской системе. В обеспечение сделки Центральный банк РФ принимает ценные бумаги, которые считает надежными, и список которых опубликован на его официальном сайте.

Кроме сделок РЕПО с Банком России на российском денежном рынке проводятся сделки РЕПО с Центральным Контрагентом, роль которого в настоящее время выполняет Банк «Национальный Клиринговый Центр», а также большая доля приходится на так называемое междилерское РЕПО, участниками которого являются финансовые и нефинансовые компании [1].

Совокупный объем торгов на денежном рынке в 2019 году составил 346,3 трлн рублей, в 2018 году 364,2 трлн рублей, объем торгов уменьшился на 4,9 % (Табл. 1). На операции РЕПО приходилось 292,8 трлн рублей (доля в общем объеме торгов на денежном рынке – 85 %), на депозитно-кредитные операции – 53,5 трлн рублей (54,3 трлн рублей в 2018 году). Уменьшение совокупного объема торгов на денежном рынке обусловлено сокращением на 26,6 %, до 36,4 трлн рублей объема операций в междилерском РЕПО и удлинением сроков сделок в РЕПО с ЦК.

Таблица 1 – Объемы торгов на денежном рынке, млрд руб.

	2017	2018	2019	Δ 2019/2018 (%)
Объемы торгов на денежном рынке, млрд руб.	377141	364216	346347	-4,9

Операции репо на бирже:	339509	309913	292813	-5,5
Прямое репо с Банком России	35575	829	274	-67,0
Междилерское репо	72 397	49 663	36 441	-26,6
Репо с ЦК	231 537	259 421	256 075	-1,3
в том числе репо с ЦК с КСУ	6 170	46 888	54 054	15,3
Кредитный рынок	37 631	54 303	53 534	-1,4

Наиболее динамично развивающийся инструмент РЕПО с ЦК – РЕПО с КСУ: по итогам 2019 года объемы торгов в данном сегменте выросли на 15,3 %, составив 54,1 трлн рублей.

На рис. 1 можно в разрезе увидеть динамику открытых позиций по инструментам, наибольший объем – свопы (до недели) 3000 млрд руб., РЕПО (до недели) 2500 млрд руб., МБК (до недели) 2000 млрд руб.

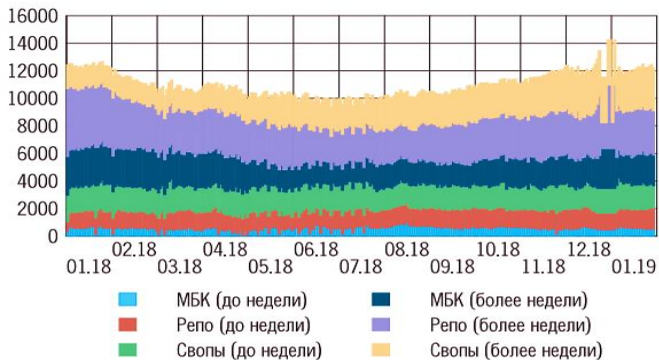


Рис. 1 – Динамика открытых позиций по инструментам 2018 – 2019 года (млрд руб.) [3]

Комиссионные доходы на денежном рынке выросли на 9,2 %. Эффективная комиссия на рынке выросла за счет увеличения средних сроков РЕПО, доли торгов инструментом с более высокой стоимостью – РЕПО с КСУ, а также изменения ставок комиссии в рамках проекта «Единый пул обеспечения» [2].

В последние годы с помощью принятия поправок к законам и технологическим новшествам, денежный рынок привлек ещё больше желающих проводить на нем сделки. Несмотря на имеющиеся проблемы, такие как санкции и несовершенство законодательства в отдельных сферах регулирования денежного рынка, происходит его расширение и развитие.

1. Расширение инструментария. Например, в 2019 году на денежном рынке Биржи началось размещение средств Федерального казначейства в депозиты с ЦК. Это позволило всем участникам российского денежного рынка получить доступ к новому источнику крупной ликвидности на рыночной аукционной основе.

2. Привлечение новых категорий участников. Предоставление прямого доступа на денежный рынок российским юридическим лицам, не являющимся кредитными организациями или профессиональными участниками рынка ценных бумаг. Появление новой категории участников соответствует мировой практике и способствует росту ликвидности биржевых торгов.

3. Ускорение развития рынка краткосрочных инструментов для повышения заинтересованности международных субъектов экономической и финансовой деятельности в инструментах, номинированных в рублях, что будет стимулировать спрос на рубль в целом. В результате, повысится устойчивость денежного рынка к внешним воздействиям негативного характера, что будет способствовать его стабильному поступательному росту.

4. В рамках денежно-кредитной политики Банка России выполнение основной цели – поддержание годовой инфляции вблизи 4% и операционной цели – поддержание ставки по однодневным межбанковским кредитам вблизи ключевой ставки.

На внешнем направлении развития денежного рынка стратегические перспективы денежного рынка России связаны с расширением экономического и финансового сотрудничества с развивающимися странами, усилением позиций России в ЕАЭС, ШОС, БРИКС. Ключевым ориентиром является проведение Россией независимой внешней политики несмотря на экономические санкции и смена основного вектора внешней политики с европейского на азиатский регион, а также подготовка к условиям работы в многополярном мире [4].

Таким образом, на основании проведенного анализа объемов использования инструментов можно сказать, что денежный рынок находится в стадии развития, дальнейшие инфраструктурные и правовые преобразования должны дать импульс к совершенствованию проведения операций в России.

Литература:

1. Бекарева С.В. Финансовые рынки и финансовые институты: цикл лекций. / Новосиб. гос. ун-т., экон. ф-т. - Новосибирск: НГУ, 2017. Глава 2, 13 с.

2. Московская Биржа. Годовой отчёт 2019 г. URL: https://report2019.moex.com/download/full-reports/ar_ru_annual-report_spreads_moex_2019.pdf (дата обращения: 25.10.2020).

3. Обзор рисков финансовых рынков. № 1 (29) Декабрь 2018 – январь 2019. URL: https://cbr.ru/collection/collection/file/14329/orfr_2019-01.pdf (дата обращения: 15.10.2020).

4. Курдова М.А., Трубникова Е.А. Современное состояние и перспективы развития денежного рынка РФ. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-denezhnogo-rynka-rf> (дата обращения: 26.10.2020).

ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО ФОНДОВОГО РЫНКА

М.Р.Р.Р. Митерева, Е.В. Ходжич

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, mrrr.mitereva@gmail.com**

В настоящее время российский рынок ценных бумаг является одним из самых перспективных в мире, однако его развитие сдерживает ряд факторов, часть которых рассмотрена в статье.

Currently, the Russian stock market is one of the most perspective in the world, but its development is frustrated by a number of factors. Some of them are considered in the article.

Фондовый рынок является неотъемлемой частью финансовой системы страны, а его эффективное функционирование способствует развитию экономики. Вплоть до ситуации с коронавирусной пандемией и заявлением главы Минэнерго Александра Новака о выходе России из ОПЕК+, российский фондовый рынок демонстрировал уверенный рост: за 2017-19 годы индекс голубых фишек (ИМОЕХ) вырос более чем на 50%, а в 2019 году российский рынок акций оказался самым доходным среди мировых рынков [2].

Несмотря на стабильный рост, РЦБ РФ имеет ряд проблем, определяющих и ограничивающих темпы его развития, среди которых: низкая капитализация голубых фишек, низкий уровень финансовой культуры, несовершенство законодательной базы, высокая волатильность, малая доля частных инвесторов и другое. Каждая из

особенностей представляет потенциал для развития. Следовательно, исследование проблем российского фондового рынка является актуальным: привлечение свободных средств в виде инвестиций позволит развивать производство; капитал будет распределяться между отраслями более эффективно; станет возможной оценка состояния экономики по индикаторам фондового рынка; увеличится объём средств для покрытия дефицита федерального бюджета.

В результате интернационализации в 1995 г. начала формирование спекулятивная модель РЦБ с ограниченной конкурентоспособностью и большой степенью зависимости от динамики мировых цен на экспортное сырьё и иностранного финансирования. Такой способ развития подкреплялся долларизацией экономики, экстенсивном накоплении госдолга и свободным доступом нерезидентов к рынку. Все факторы в совокупности поспособствовали накоплению всех видов финансовых рисков и в конечном итоге привели к кризису 1997-98 гг. Однако, в нулевых модель была вновь воссоздана. С одной стороны, денежные власти стали направлять образовавшиеся за счет нефтегазовых доходов профициты бюджета и платежного баланса за рубеж, вкладывая в иностранные валюты и обосновывая это сдерживанием инфляции. С другой стороны, дефицит финансирования крупнейших российских корпораций и банков повлек за собой наращивание последними внешнего долга в иностранной валюте. Другими словами, зависимость от иностранного капитала и настроений западных рынков стремительно росла.

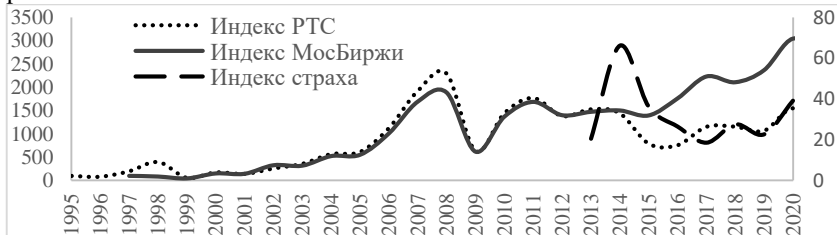


Рис. 1 – Динамика фондовых индексов за 1995-2020 гг.

Второй этап развития РЦБ РФ также закончился кризисом: ни в одной стране мира не было таких показателей волатильности рынка акций в 2007 – 2009 гг. как в России. В конце 2008 года индекс РТС составил 27,6% от значений предыдущего года, а в 2009 г. рост фондового индекса РТС составил 135,3%, вновь побив мировые значения (Рисунок 1) [1]. Таким образом, после стремительного оттока иностранного капитала в период мировой рецессии на российский рынок вновь пришли спекулятивные портфельные инвестиции в больших объёмах.

Следующим проявлением несостоятельности действующих моделей экономики и российского фондового рынка стал кризис 2014 года, вызванный не столько политической ситуацией, сколько резким падением цен на нефть, повлекшим за собой девальвацию рубля. Индекс РТС упал на 30%, индекс волатильности вырос на 249% и составил 66,2 пункта. В 2014-15 гг. показатели ввоза капитала приняли рекордные отрицательные значения для современной России, к этому привело сокращение прямых иностранных инвестиций с 69 млрд в 2013 г. до 7 млрд долл. в 2015 г., вывод портфельного капитала с фондового рынка, прекращение заимствований российскими компаниями зарубежных средств при погашении существующего внешнего долга [1]. В 2016 году под влиянием положительной ситуации на сырьевом рынке фондовый рынок России вновь демонстрирует рост, который продолжался до 2018 года и вновь возобновился в 2019 году: Индекс Московской биржи вырос на 28,6%, Индекс РТС – на 44,9% [1].

Весной 2020 года наблюдался резкий прирост новых брокерских счетов, что было вызвано рядом факторов, основными из которых стали резкое падение цен на нефть, коронавирусная пандемия и последующая волатильность на фондовом рынке, а также результат существования и продвижения такого инвестиционного инструмента как ИИС. Исторический обвал индексов в марте сменился ростом: уже в апреле Индекс Московской биржи вырос на 5,7% за следующий месяц, а Индекс РТС на 11% [3].

Модель рынка ценных бумаг в большой степени определяется моделью экономики, в условиях 90-х и нулевых обе упомянутые модели имели место быть и, вероятно, были необходимы с учетом «развивающегося» статуса страны, но последнее десятилетие пришло понимание того, что в долгосрочной перспективе от них необходимо отказаться. Однако, как понятно из анализа выше, в настоящий момент РЦБ РФ всё ещё является рынком спекуляций, что имеет свои причины и последствия для экономики (Рисунок 2).



Рис. 2– Причинно-следственная диаграмма проблем РЦБ РФ

К основным причинам того, что РЦБ РФ – рынок спекуляций, прежде всего относятся сырьевая природа российской экономики, как следствие высокая волатильность и доходность, а также «политика» российских фишек. Крупнейшие компании используют рынок для того, чтобы иметь акционерную форму собственности, а финансирование привлекают из-за рубежа. Несовершенство законодательной базы позволяет проводить манипуляции со стоимостью активов, непрозрачно начислять дивиденды и не защищает от чрезмерного влияния инсайдерской информации на показатели рынка. Несмотря на то, что в налоговом законодательстве, предусматриваются льготы для долгосрочных инвесторов, процесс работы с крупными активами сопряжен с высокими рисками, не носящими рыночный характер: коррупция, избыточный валютный контроль, недостатки систем транзакций.

Помимо прочего реализуется следственно-причинный круг: российские компании имеют низкую капитализацию, что делает их непривлекательными для долгосрочных инвесторов на фондовом рынке, в следствии чего последний не может составить конкуренцию банковскому кредиту, стоимость заёмных средств является высокой, из чего опять следует медленный рост и низкая капитализация компаний. Следовательно, РЦБ РФ не выполняет своих функций по перераспределению денежных средств между компаниями и отраслями; а российский малый и средний бизнес имеют ограниченный доступ к финансовым инструментам. Другим последствием являются резкие оттоки иностранного капитала из страны в кризисные периоды, что сказывается на курсе рубля, ухудшает положение на рынке и в экономике

в целом, повышает волатильность и отталкивает инвесторов с «длинными» деньгами.

Учитывая проведенный анализ становления спекулятивной модели российского фондового рынка, можно сделать вывод, что для изменения текущего сценария и модификации действующей модели необходимы институциональные изменения. Налоговые стимулы, новые продукты и программы, пусть и дают результаты, но не решают основных проблем. По-настоящему ситуация на рынке изменится только после того, как российская экономика станет в меньшей степени зависима от цен на сырьевые ресурсы, для этого необходимо приоритизировать внутренний рынок над внешними и стимулировать развитие цельного металлурго-машиностроительного комплекса, поставив долгосрочные цели выше текущих доходов.

Литература:

1. МосБиржа/ Индексы/ Факты и цифры/ Архив значений. [Электронн. ресурс] URL: <https://www.moex.com/ru/factsheet/history> (дата обращения: 25.10.2020)

2. МосБиржа/ Годовой отчет 2019 /Результаты работы рынков биржи/ Фондовый рынок. [Электронн. ресурс] URL: <https://report2019.moex.com/ru/performance-review/markets/equity-bond> (дата обращения: 25.10.2020)

3. Финам/ Аналитика: обзор рынка и прогнозы. [Электронн. ресурс] URL: <https://www.finam.ru/international/imdaily/> (дата обращения: 25.10.2020)

ВЛИЯНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ НА ФИНАНСОВУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНА

В.Н. Морозова, А.В. Павлухина, Е.А. Приходько
Новосибирский Государственный Технический Университет,
г. Новосибирск, Viktoria5553@yandex.ru , pavluhina.ana@yandex.ru ,
prikhodko.jen@gmail.com

В настоящий момент вопросы обеспечения экономической безопасности страны являются особенно актуальными в связи с множеством возникающих проблем и вопросов, касающихся социально-экономического положения населения на уровне всего государства и его регионов.

Для достижения целей государственной политики и исполнения бюджетов реализуются государственные программы, которые способствуют обеспечению экономической безопасности.

At the moment, the issues of ensuring the country's economic security are especially relevant in connection with the many emerging problems and issues related to the socio-economic situation of the population at the level of the entire state and its regions. To achieve the goals of state policy and budget execution, state programs are being implemented that contribute to ensuring economic security.

Национальные интересы, влияют на цели экономического развития и бюджетную политику страны в целом и региона в частности.

Определение экономической безопасности содержится в Указе Президента РФ от 13.05.2017 №208 «О стратегии экономической безопасности РФ на период до 2030 года» и дает следующее определение данному термину: "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".

Экономическая безопасность в свою очередь, в соответствии со спецификой обеспечения, можно подразделить на: финансовую безопасность; инвестиционную безопасность; социальную безопасность; экологическую безопасность; энергетическую безопасность.

Финансовая безопасность региона определяется как финансовые отношения, направленные на защиту интересов всех элементов региональной системы с учетом качественного и количественного характера угроз финансовой безопасности.

Каждый элемент финансовой безопасности региона характеризует собой определенную сферу финансовой деятельности региона: к примеру к показателю налоговой безопасности относится коэффициент налоговой автономии и налоговой обеспеченности, к бюджетной безопасности дефицит (профицит) бюджета, коэффициент бюджетного покрытия, эффективность бюджетной политики и т.д.

Как мы видим при анализе элементов финансовой безопасности наибольший вес имеют показатели бюджетной безопасности.

Под концепцией бюджетной безопасности следует понимать состояние гарантии платежеспособности с учетом остатков государственного и местного бюджетов и эффективности использования бюджетных средств [2].

Налогово-бюджетная политика включает в себя определение целей и задач в области государственных финансов, разработку механизмов привлечения средств в бюджеты, выбор направлений использования бюджетных средств, организация и регулирование экономических и социальных процессов с помощью финансового менеджмента, налоговой

и бюджетной систем и финансовых инструментов. В этом состоит социально-экономическая сущность бюджетной политики.

Отличительной особенностью региональной бюджетной политики является направленность на реализацию национальных проектов.

На базе приоритетов, установленных указом, будут переформатированы госпрограммы.

В данный момент Новосибирская область имеет 28 государственных и подведомственных программ, предусмотренных к финансированию из областного бюджета.

За каждой государственной программой закрепляется заказчик-координатор, определяемый Правительством Новосибирской области, для разработки и реализации государственной программы, а также контролем за ходом её реализации.

Проведем анализ реализации бюджетной политики по средствам реализации государственной программы «Управление государственными финансами Новосибирской области на 2014-2020 год».

Проведем расчет финансового обеспечения:

$$V_{\text{фин}} = V_f / V_p = 16058,1 / 18143,7 = 0,885 \quad (1)$$

Таким образом, уровень финансового обеспечения Программы ($V_{\text{фин}}$) составил 88,5%.

Далее проводим расчет интегральной оценки результативности реализации государственной программы:

Целевой вес и значения показателей определены планом реализации и действий мероприятий государственной программы Новосибирской области «Управление государственными финансами в Новосибирской области на 2014-2020 годы» на 2018 год и плановый период 2019 и 2020 годов, утверждённым приказом МФ и НП НСО от 26.03.2018 № 37 (в редакции приказов МФ и НП НСО от 06.06.2018 №58, от 14.08.2018 № 81, от 27.12.2018 № 145, от 07.03.2019 № 39).

Большинство анализируемых показателей, оказались эффективны, но есть и те, которые показали отрицательную динамику.

17. Доля ГРБС, получивших высокие и средние оценки рейтинга по итогам проведения мониторинга качества финансового менеджмента, осуществляемого ГРБС, в общем количестве ГРБС

32. Отношение средней процентной ставки по привлеченным Новосибирской областью кредитным ресурсам к средней процентной ставке, предлагаемой коммерческими банками, в форме возобновляемых кредитных линий от 3 лет

47. Изменение среднего значения долей правильных ответов тестирования, проводимого в начале и после окончания реализации

мероприятий по повышению финансовой грамотности в учебных заведениях

52. Позиция Новосибирской области по результатам проведения оценки в рамках доклада Министерства финансов Российской Федерации о лучшей практике развития "Бюджета для граждан" в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.

Из проведенных расчетов можем сделать вывод, что урезание бюджета в 2018 году коснулось всех планов. На основе статистического анализа каждого из исходных компонентов, экспертных оценок и стоимости Программы можно определить размер выручки и притока, отклонение от плановых значений и создать соответствующие вероятностные характеристики. Достижение некоторых показателей произошло только благодаря сокращению расходов по некоторым мероприятиям.

При этом анализ реализации государственных программ показал, что программа курируемая МФиНП НСО реализована эффективно.

На уровне региона в ходе реализации государственных программ и обеспечения эффективной бюджетной политики, которая направлена на поддержание экономической безопасности необходимо решить следующие задачи:

1. Разрабатывать и реализовывать государственные программы, направленные на обеспечение эффективной бюджетной политики;
2. Проводить контрольные мероприятия и анализировать результаты для выявления рисков и угроз;
3. Разработать и ввести нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность в сфере обеспечения бюджетной безопасности.

Литература:

1. Каранина, Е. В.. Финансовая безопасность (на уровне государства, региона, организации, личности): монография / Е. В. Каранина. – Киров: ВятГУ, 2016. -240 с.. 2016
2. Милета В. И. Финансовая безопасность региона: понятие и проблемы оценки // Экономика: теория и практика. 2018. № 1 (49). С. 41–47.
3. Открытый бюджет: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://openbudget.mfnso.ru/o-budgete/ponyatie-byudzheta>
4. Должикова, И.В. (2013). Обеспечение финансовой безопасности региона. Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические

5. Строев П.В., Власюк Л.И. Долговая нагрузка регионов и региональная политика // Финансы: теория и практика. 2017. Т. 21. Вып. 5. С. 90–99.

ГУДВИЛЛ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

М.С. Муқане, Т.В. Жукова

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Maria.Mukane@yandex.ru

В данной статье рассматривается гудвилл как экономическая категория с различных авторских точек зрения в интерпретации экономического и бухгалтерского подходов. Природа гудвилла и существующие к нему подходы позволяют определить его типы и характеристики, что дает возможность повысить качество его оценки для раскрытия в финансовой отчетности. Достоверная оценка необходима для подтверждения весомой роли гудвилла в оценке стоимости компании и в целях повышения результативности ее деятельности.

This article examines goodwill as an economic category from various author's points of view in the interpretation of economic and accounting approaches. The nature of goodwill and existing approaches to it allow us to determine its types and characteristics, which makes it possible to improve the quality of its assessment for disclosure in financial statements. A reliable estimate is necessary to confirm the significant role of goodwill in assessing the company's value and in order to improve its performance.

В сложившихся условиях на экономическом рынке увеличивается доля пользователей финансовой отчетности, которая придает большее значение уникальности компании, а не ее оценочной стоимости. Так, рыночная стоимость и дальнейшее развитие компании чаще всего определяются ее деловой репутацией и другими имеющимися у нее нематериальными преимуществами.

Стремительный рост конкурентоспособных компаний обуславливают возрастающую роль неценовых факторов в конкурентной борьбе на экономическом рынке.

Важно отметить, что понятие «гудвилл», с позиции различных авторских точек зрения, можно рассматривать с двух сторон:

1) как самостоятельный, неидентифицируемый нематериальный актив (разница между суммой всех нематериальных активов и идентифицируемыми нематериальными активами) и источник сверхдохода;

2) как превышение рыночной стоимости компании над балансовой стоимостью ее активов.

Данные определения отражают экономическую и бухгалтерскую сущность гудвилла, что представлено посредством типологии гудвилла в трактовке Турченко А.А. на рисунке 1.

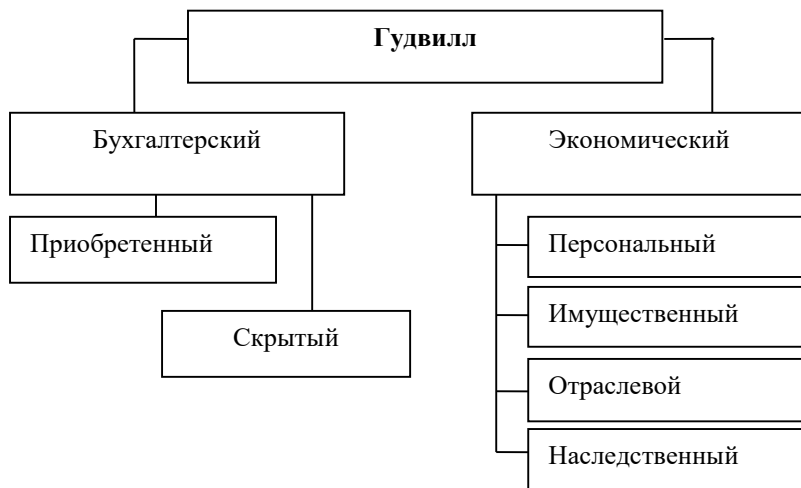


Рисунок 1 – Типология гудвилла [6]

В зависимости от принадлежности к неидентифицируемым нематериальным активам организации выделяют два вида гудвилла: имущественный и персональный, который формируется в ходе деятельности руководства организации. Имущественный гудвилл – гудвилл, который не зависит от смены руководства организации и в отличие от профессионального не теряется из-за ухода экспертных управленцев из организации.

По своей природе такая экономическая категория как гудвилл может разделяться на скрытый и приобретенный. К первому виду относится такой гудвилл, который самой компанией не отражается в финансовой отчетности, но несомненно оказывает влияние на деятельность организации. В свою очередь, приобретенный гудвилл представляет на балансе некий актив, который возникает после сделок слияния или поглощения. Важно, что данный вид гудвилла отражает бухгалтерскую природу гудвилла.

Что касается рассмотрения экономического гудвилла, то он по источнику его возникновения подразделяется на гудвилл наследования и отраслевой гудвилл. Первый тип гудвилла в своей основе представляет

ту репутацию, которую компания приобретает при осуществлении своей профессиональной деятельности. Отраслевой же гудвилл формируется из особенностей, присущих той или иной отрасли, в рамках которой компания осуществляет свою деятельности.

Многоаспектная типология гудвилла делает возможным раскрытие его сущности и природы как уникального нематериального актива, который оказывает прямое воздействие на финансовые результаты компании. Становится очевидным и тот факт, что категории гудвилла важно уделять особое внимание, потому как существуют различные, в отдельных случаях противоречивые авторские точки зрения, некоторые из которых представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Авторские подходы к определению гудвилла

Автор	Определение гудвилла
Лекаркина Н.К. [3]	Гудвилл – превышение оценки над стоимостью всех активов предприятия
Соколов Я.В. [5]	Гудвилл – способ оценки активов, возникающих при покупке предприятия
Шер И.Ф.[4]	Гудвилл – «особый вид вуалирования баланса», который искажает положение, состояние и размеры имущества предприятий, преследует цель «затушевать» те или иные факты хозяйственной жизни, т.е. преобразовать бухгалтерский баланс по форме и содержанию
Дикси Л. [1]	Гудвилл – выгода, полученная от репутации и коммерческих связей приобретенной компании, и от вероятности того, что клиентура этой фирмы останется верна и ее новому владельцу

В результате оценки представленных определений гудвилла можно сформировать присущие ему характеристики:

- относится к нематериальным неидентифицируемым активам;
- отражается в финансовой отчетности в момент приобретения компании;
- является неотделимым от компании активом;
- рассматривается как конкурентное преимущество компании, которое влияет на результативность ее деятельности.

В связи с тем, что гудвилл может быть оценен в момент покупки компании, то важно сделать акцент на том, что его раскрытие будет осуществляться в консолидированной финансовой отчетности, которая сегодня составляется в соответствии с МСФО. Именно поэтому важно рассматривать гудвилл на основании МСФО как разницу между

стоимостью покупки компании и справедливой стоимостью ее чистых активов. Стоимость гудвилла капитализируется на балансе компании-приобретателя и не менее чем раз в год проверяется на обесценение.

С учетом изложенного, важно отметить необходимость достоверной оценки стоимости деловой репутации (гудвилла) компании, так как нередко случая, когда именно эта статья активов составляет его значительную долю. С помощью правильно оцененной деловой репутации, характеризующей узнаваемость компании и доверие к ней, можно наладить цепочку продаж, а также заключить выгодное сотрудничество с различными партнерами, что позволит говорить о способности гудвилла максимизировать финансовый результат компании.

Литература:

1. Иванов А.Е. От Дж. Ньюорта до Л.Р. Дикси: краткий обзор исследований гудвилла от первого известного упоминания в литературе и до конца XIX в. // Международный бухгалтерский учет. 2015. № 3. С. 55-64.
2. Карпычева А.А. Многоаспектная классификация гудвилла // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mnogoaspektnaya-klassifikatsiya-gudvilla> (дата обращения: 14.11.2020).
3. Лекаркина Н.К. Гудвилл: природа, структура, содержание // Оценка инвестиций. – 2016. – № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gudvill-priroda-struktura-soderzhanie> (дата обращения: 14.11.2020).
4. Основы предпринимательской деятельности. Финансовый менеджмент. Маркетинг / Под ред. В.М. Власовой. – М.: Финансы и статистика, 2007.
5. Соколов Я. В. Гудвилл: «новая» категория бухгалтерского учета / Я. В. Соколов, М.Л. Пятов // Бухгалтерский учет, 1997. № 2.
6. Турченко А.А. Двойственная природа гудвилла и его место в системе общественного воспроизводства [Текст] // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2007, Т. 17, № 43-1, С. 344–351

АНАЛИЗ НАКОПЛЕНИЯ ЗОЛОТА В МИРЕ КАК ФАКТОРА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

А.В. Нечесанова, Н.В. Розумная

Санкт-Петербургский государственный технологический институт СПбТИ(ТУ), alena.mehaelis@vandex.ru

Статья посвящена вопросу накопления золота в мире, его тенденциям и перспективам. Проведен анализ и составлен рейтинг стран с высоким золотым запасом. Рассмотрена современная ситуация с золотом в условиях мирового финансового кризиса, составлены прогнозные значения, приведены обобщающие выводы.

The article is devoted to the issue of gold accumulation in the world, its trends and prospects. The analysis and rating of countries with a high gold reserve were made. The current situation with gold in the context of the global financial crisis is considered, forecast values are compiled, and generalizing conclusions are given.

История золота начинается с очень древних времен, уже тогда люди понимали важность и исключительность данного металла. Это, одно из немногих металлов которое не подвергается коррозии и никаким другим внешним факторам.

Золото, было исключительным металлом, именно поэтому оно начало впервые использоваться как платёжное средство – чеканили золотые монеты. Время шло, и постепенно люди начали открывать новые месторождения золота, и понимать, что чем больше у человека золота – тем больше власть, оно то и ясно, вспомним казны царских семей или дворянских поместий.

Ничто ещё не порождало столько крови, как золото. В доказательство, вспомним такой период нашей истории, как «золотая лихорадка», которая началась в начале 19 века и продолжается до сих пор.

Но именно золото привело нас на новый виток развития исторического процесса. На базе золотых запасов, была построена новая денежная система, которая и действует до сих пор. На сегодняшний момент золото является важной составляющей каждого государства, элементом его национальной безопасности.

А каково состояние золотых запасов сейчас? Каковы их тенденции и перспективы развития? – это те вопросы, которым посвящена данная статья.

Никому не секрет, что пандемия covid-19 ударила по всем без исключения. И, конечно, золотовалютные резервы не остаются в стороне.

На сегодняшний момент известно, что по итогам 2019 года, Центробанки всего мира купили, в общей сумме, 651 тонну золота. Это стал максимальный показатель со времен 1971 года, когда был подписан закон о том, что доллар больше не привязан к золоту.

Из этой покупки, одна только покупка России составила 274 тонны. Так же к этой гонке – у кого запас будет больше, присоединяются Китай

и Индия. Однако, только США считаются абсолютными лидерами по объему золотых запасов в мире. Их запасы насчитывают 8133,5 тонны.

Следующим рекордсменом является Германия – её золотой резерв составляет 3367,9 тонны. Для этой страны золото является объектом продажи, и с учетом его большого запаса, эта страна так и продолжит продавать этот металл без вреда для экономики.

Далее в списке идёт Италия, запас которой составил 2451,8 тонн и храниться оно в основном в золотых слитках.

Однако важно учесть тот факт, что у Италии очень большой внешний долг в размере 2578856 EUR млн. по состоянию на август 2020. Если учесть еще тот факт, что, так же сильно повлияла на экономику, не только Италии, каждой страны, то можно предположить, что, во-первых, долг вырос ещё больше и продолжит расти в дальнейшем, а во-вторых, что вскоре эта страна начнёт продавать золото из своего резерва, чтобы справиться и стабилизировать экономику.

Франция насчитывает 2436 тонн запаса золота, и она будет продавать ее, пока будет позволять запас.

На пятом месте находится Россия со своим запасом золота в размере 2207 тонн золота. Важно упомянуть, что Россия начинает крупно набирать обороты по запасам золота, и покупает его в большом количестве. Возможно, после кризиса 2008 года, страна активно закупает данный актив, что бы при повторной ситуации, выживать было легче.

Далее идет Китай с запасом в 1916,3 тонны. Не будем забывать, что это страна с бурно развивающейся экономикой и темпами развития. За 6 лет в период с 2003-2009 Китай закупил 450 тонн золота и потом в два раза меньше за 2010 год. Следуя тенденции, и простой логикой, эта страна не будет прекращать наращивать обороты и будет все дальше закупать золото.

На седьмом месте расположилась Швейцария с запасом – 1040 тонны золота. Сначала запасы используются для обеспечения швейцарского франка, но сейчас он, прежде всего, играет роль некой «страховочной подушки» на случай финансовой кризисной ситуации в стране. Так же важно упомянуть, что в условиях сегодняшнего кризиса, во всем мире, именно швейцарский франк, по мнению аналитиков, считается недооценённой валютой и самым выгодным предложением для инвесторов.

Далее в списке идут Япония, Индия и Нидерланды. Их запасы равны 765,2 тонн, 618,2 тонны и 612,5 тонны соответственно.

Более наглядно можно увидеть на рисунке 1.

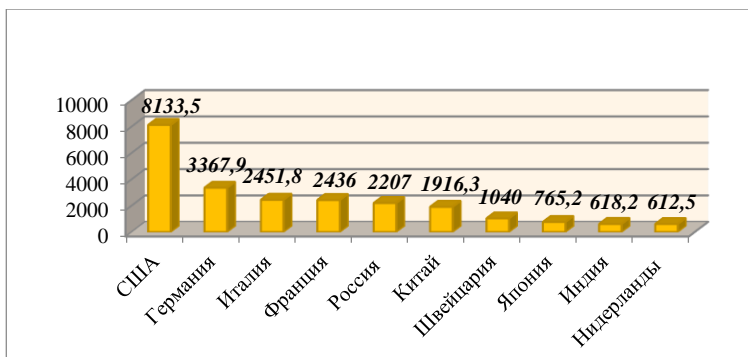


Рис. 1. Топ 10 стран с самыми крупными запасами золота, [4]

Сейчас после пандемии – времени, когда все начали выкупать золото, и спрос на него неуклонно рос, ситуация с курсом драгоценного металла крайне непонятная. Что бы нагляднее увидеть поведение котировок золота на бирже, рассмотрим рисунок 2.



Рис. 2. Динамика цен на золото (comex.GC, USD за тройскую унцию), [3]

Итак, сразу можно увидеть подтверждение словам, видна не стабильная динамика – имеются резкие спады и рост курса. Рекордный максимум был 6 августа на отметке 2065 долларов за тройскую унцию. Это был исторический максимум дневных значений цены в номинальном выражении. Последние 10 лет золото консолидировалось, пока на мир не обрушился коронавирусный кризис. С 19 марта оно поднялось более чем на 30%, и в одном лишь июле рост составил больше 10%.

Далее цена начала снижаться и торговаться в диапазоне 1924,1 – 1863,3 долларов за тройскую унцию.

Эксперты дают неоднозначные ответы, и это приводит к тому, что большинство трейдеров и инвесторов сбиты с толку.

Хоть и сейчас, казалось бы, пандемия идёт на убыль, однако последствия дают о себе знать. Практически все страны сталкиваются с проблемами, крупные государства активно занимаются покупкой золота и в частности США. Тогда можно сделать вывод, что спрос продолжит расти, а цена на металл будет достигать более внушительных вершин.

Можно рассмотреть другую сторону вопроса, ведь золото является не только защитным активом, но и средством защиты от инфляции. Если в статистическом плане темпы инфляции пока не понятны, на жизни они уже вполне ощутимы. Поэтому после того как экономика наберёт обороты, придётся выводить денежную массу из оборота, что ослабит инфляционное давление. Тогда можно предположить, что цены на золото будут падать.

Исходя из этого, можно сказать, что ситуация в данный момент времени не однозначная, делать каких-то прогнозов наверняка сложно, но не исключаем того факта, что надеемся на стабилизацию ситуации.

В заключении хотелось бы сказать, что в свете последних событий многие вещи стали обесцениваться. Кризис, возникший на фоне пандемии, повлёк за собой огромные перемены.

Даже «жидкое золото» - нефть - потеряла в цене в ходе торгов. Тем не менее, из-за непрекращающегося сквозь время спроса, цена за единицу золота остаётся более-менее стабильной.

Более того, никаких предпосылок к перемене отношения человечества к золоту нет, пока нет и какой-либо альтернативы. В общем и целом, можно сказать, что золото - самая стабильная валюта, от которой не скоро откажется цивилизация.

Литература:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: <https://www.gks.ru/> (дата обращения 20.09.2020);
2. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]: <https://cbr.ru/> (дата обращения 20.09.2020);
3. Московская Биржа [Электронный ресурс]: <https://www.moex.com/> (дата обращения 20.09.2020);
4. Новости Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/> (дата обращения 20.09.2020).

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ НА НЕДООЦЕНЕННОСТЬ АКЦИЙ ПРИ IPO

А.Г. Подтыкаленко, С.Н. Любященко

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, anastasiya.podtykalenko@mail.ru**

В данной статье рассматривается недооцененность акций при IPO, теории и методика недооцененности акций при IPO и проводится исследование на основе регрессионной модели.

This article examines the underestimation of shares in an IPO, the theory and methodology of underestimating shares in an IPO, and conducts a study based on a regression model.

В мире существует большое количество фондовых бирж, каждая из которых имеет отличительные признаки в организации работы. Остается мало исследованным вопрос сравнительного анализа фондовых бирж не в целом по деятельности конкретного рынка, а по отдельному показателю. Именно поэтому есть необходимость изучить вопрос первичного публичного размещения акций (IPO), характерное для фондовых бирж.

Для начала определим, что такое IPO? IPO (Initial Public Offering) - это первичное публичное размещение акций компании (эмиссия) широкому кругу инвесторов, сопряженное с получением листинга и началом торгов на фондовой бирже. Выход на биржу позволяет компании поменять свой статус, т.е. из частной она становится публичной. Основная цель IPO – повышение ликвидности акционерного капитала и привлечение долгосрочных финансовых ресурсов.

Недооцененные акции (Undervalued Stocks) – это ценные бумаги, имеющие капитализацию меньше, чем балансовая стоимость компании, а также ниже стоимости, которую называют финансовые эксперты.

Эффект недооцененности акций в 1960-х гг. часто становился предметом исследования. В частности, Рейли установил 10-ти % рост стоимости акций у 53 компаний за первую неделю торгов, вышедшие на IPO с 1963 по 1965 гг. Данное исследование было подтверждено в работах Столла и Карли, Лога, Ибботсона, которые определили превышение цены закрытия в первый день торгов над изначальной ценой размещения. [8].

Рассмотрим основные теории недооцененности акций при IPO.

Модель Рокка *Winners course model*. Модель основывается на том, что у одних инвесторов есть информация о справедливой цене акций, а другие не владеют полной информацией о реальной стоимости продаваемой доли в капитале эмитента. В результате неосведомленные

инвесторы уходят с рынка в связи с тем, что в их портфеле преобладают переоцененные акции.

Теория агентских конфликтов (Agency – conflict theory). В данной теории рассматривается различие информации между эмитентом и андеррайтером. Согласно этому предполагается, что у андеррайтера информация преобладает о справедливой цене акции, чем у эмитента, и эмитент делегирует определение стоимости акций андеррайтеру.

Теория бук-билдинга (Book Building Theory) предполагает, что в процессе бук-билдинга информация предоставляется инвесторами андеррайтерам о текущем спросе на акции. Это позволяет андеррайтерам определить оптимальный диапазон цены размещения и получить цену при размещении в верхней части диапазона.

Теория сигнальных эффектов (Signaling Theory). В этой теории рассматривается асимметрия информации между эмитентом и инвесторами. Предполагается, что компании с низкими показателями и отсутствием перспектив в развитии будут продавать свои акции по существующим ценам. Перспективные компании с хорошими показателями будут стремиться выделиться из первой группы эмитентов, продавая акции по заниженной цене. [1]

В качестве методики исследования при недооценки акций при первичном размещении была взята регрессионная модель. Она была скорректирована в силу невозможности найти необходимые данные. Скорректированная модель выглядит следующим образом

$$\text{RETURN} = \alpha + \beta_1 \text{FOREIGN} + \beta_2 \text{LOG}(\text{SIZE}) + \beta_3 \text{LOG}(1 + \text{AGE}) + \beta_4 \text{AUDIT_Q} + \beta_5 \text{IND_HT} + \beta_6 \text{LEVERAGE} + \varepsilon$$

$$\text{RETURN} = \frac{(P_1 - P_0)}{P_0} - \text{первоначальная доходность акции [1],}$$

где P_1 - цена закрытия в день размещения IPO, P_0 - первоначальная цена размещения; где α , $\beta_1 - \beta_6$ – расчетные коэффициенты регрессии; ε – коэффициент отклонения; FOREIGN – переменная, принимающая значения: 1 – иностранная компания, 0 – остальные случаи; SIZE – рыночная капитализация, руб.; AGE – разница между датой листинга и датой основания компании, года; AUDIT_Q – переменная, принимающая значения: 1 – аудиторы высокой репутации («Большая четверка»), 0 – аудиторы низкой репутации; IND_HT – переменная, принимающая значения: 1 – компании сектора высоких технологий, 0 – компании других секторов экономики; LEVERAGE - переменная, рассчитанная путем деления долгосрочных обязательств к активам за период, предшествующий выходу компании на IPO.

Целью данного исследования является изучение влияния факторов на недооценку акций при первичном размещении. Для проверки регрессионной модели на значимость были выбраны по 3 компании, вышедшие на IPO в 2017 г. на Московской Бирже и Лондонской фондовой Бирже. Выбор именно 2017 г. связан с тем, что на Московской Бирже в этот год последний раз выходили на IPO. Соответственно, чтобы результаты получились равноценными, сопоставимыми, было решено взять 3 компании, вышедшее на IPO на Лондонской фондовой Бирже. На Московской Бирже были выбраны следующие компании: ПАО «Обувь России», ПАО «Детский мир», ПАО «ГЛОБАЛТРАК МЕНЕДЖМЕНТ». Из большого разнообразия компаний, вышедшие на IPO на Лондонской фондовой бирже в 2017 г., были выбраны 3 компании: Alfa Financial Software Holdings Plc, ПАО «Полус», City Pub Group PLC. Все необходимые данные для расчёта представлены в таблице 1. Данные взяты с официальных сайтов компаний, отчетности за 2016 г.

Таблица 1- Данные компаний, вышедшие на IPO в 2017 г.

Переменная	Московская Биржа			Лондонская фондовая биржа		
	ПАО «Обувь России»	ПАО «Детский мир»	ПАО «Глобалтракменеджмент»	Alfa Financial Software Holdings Plc	ПАО «Полус»	City Pub Group PLC
RETURN	-0,04	0,0023	0,06	0,27	-0,02	0,06
FOREIGN	0	0	0	0	1	0
Log(SIZE)	9,68	10,86	0,98	11,49	10,06	8,05
Log(1+age)	1,17	1,85	0,34	1,45	1,08	0,84
AUDIT_Q	1	1	1	1	1	1
IND_HT	0	0	0	1	0	0
LEVERAGE 2016	0,23	0,15	0,31	8,94	0,97	0,34

Результаты регрессионного анализа компаний, вышедшие на IPO в 2017 г., представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты регрессионного анализа

Переменная	Коэффициенты
------------	--------------

	Московская Биржа	Лондонская фондовая биржа
RETURN	0,0528	0,5029
FOREIGN	0	0
Log(SIZE)	-0,0203	-0,0563
Log(1+AGE)	0,0916	0
AUDIT_Q	0	0
IND_HT	0	0
LEVERAGE 2016	0	0,0461

Регрессионный анализ показал, что переменные Foreign, Audit_Q, IND_HT оказались не значимы. Статистически значимой переменной для обеих бирж является Log (size), но имея при этом отрицательные значения при 5%-ном уровне значимости. Это говорит о том, что у крупных компаний недооценка акций значительно ниже, чем у мелких компаний. Переменная Log (1+age) является значимой только для Московской Биржи. Имея положительный знак и наибольшее значение среди рассматриваемых переменных, можно утверждать о влиянии возраста компании на недооценку акций при первичном размещении. Для Лондонской фондовой биржи переменная Log (1+age) не значима, так как рассматриваемые компании моложе, чем компании, вышедшие на IPO на Московской Бирже. Значимой переменной для Лондонской фондовой биржи является LEVERAGE. Положительный знак свидетельствует о большей недооценке компаний, относящихся к отрасли высоких технологий.

Уравнение регрессии для Московской Биржи выглядит следующим образом: $RETURN = 0,052831823 - 0,02027905 * \text{Log}(\text{size}) + 0,091668525 * \text{Log}(1 + \text{age})$, а для Лондонской фондовой биржи выглядит следующим образом: $RETURN = 0,502921979 - 0,056347909 * \text{Log}(\text{size}) + 0,046078194 \text{LEVERAGE}$.

Результирующий показатель RETURN больше у Лондонской фондовой биржи на 0,45. Это говорит о большей доходности акций, вошедшие в расчет, над акциями Московской Биржи и дает преимущество Лондонской фондовой бирже при выборе биржи для выхода на IPO.

Таким образом, можно отметить, что не все факторы, выдвинутые для исследования, подтвердились после регрессионного анализа. Для более точного результата требуется большое количество выборки, точные данные для исследования и корректировка регрессионной модели.

Литература:

1. Ажиханов А.Б. Эмпирический анализ факторов, оказывающих влияние на занижение стоимости акций при первичном размещении (на примере Лондонской фондовой биржи) // Журнал «Финансы и кредит». 2011. №11(443). С. 59-74
2. Аудиторское заключение независимого аудитора о консолидированной финансовой отчетности ОАО «ОР» за 2014, 2015 и 2016 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://obuvrus.ru/upload/iblock/6e8/2014-2016_rus.pdf (дата обращения: 17.10. 2020)
3. Годовой отчет и отчетность Alfa Financial Software Holdings Plc за 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cdn.alfasystems.com/articleDownloads/Annual-Report-and-Accounts-2017.pdf?mtime=20180320162602> (дата обращения: 17.10. 2020)
4. Годовой отчет и отчетность THE CITY PUB GROUP за 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.citypubcompany.com/wp-content/uploads/sites/77/2018/04/6999_City_Pub_Group_AR17_WEB-v2.pdf (дата обращения: 17.10.2020)
5. Годовой отчет ПАО «Детский мир» за 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ir.detmir.ru/wp-content/uploads/2019/03/Detsky-Mir-AR-2017_RUS.pdf (дата обращения: 17.10.2020)
6. Годовой отчет ПАО «Полюс» за 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://polyus.com/upload/iblock/60f/polyus_annual_report_2017_rus-1_.pdf (дата обращения: 17.10.2020)
7. Консолидированная финансовая отчетность Группы Глобалтрак Менеджмент в соответствии с МСФО и Отчет независимого аудитора за 2014-2016 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2014-2016_IFRS_RU.pdf (дата обращения: 17.10.2020)
8. Назарова В.В. Факторный анализ недооценки российских компаний при первичном размещении акций // ВЕСТН. МОСК. УН-ТА. СЕР. 6. ЭКОНОМИКА. 2017. № 4. С. 30-51

ПРОБЛЕМЫ КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ CREDIT PROBLEMS IN RUSSIA

К.Е. Грехова, Ю.С. Познанская, Е.В. Ходжич
Новосибирский государственный технический университет,

В статье рассматриваются главные проблемы кредитования в России. Особое внимание уделено высоким процентным ставкам и просроченным платежам по кредитам в Российской Федерации. Данные проблемы вызваны нестабильной экономической ситуацией в стране.

The article deals with the main problems of lending in Russia. Special attention is paid to high interest rates and overdue loan payments in the Russian Federation. These problems are caused by the unstable economic situation in the country.

В наши дни все больше набирают обороты проблемы кредитования в России, особенно остро эта проблема обозначилась в 2020 году. Как показывают статистические исследования, каждый четвертый гражданин Российской Федерации имеет кредит, либо активно использует кредитную карту. Это означает, что четверть населения России живет в долг! Именно поэтому, данная тема является очень актуальной в современном мире. Выявим основные проблемы и пути их решения.

1) Просрочки по кредиту. По данным с начала 2019 года по 01.08.2020 объем просроченных задолженностей снизился с 5,4% до 5%. Для России данный показатель не сильно высокий, такой же уровень просрочки наблюдался в середине 2013 года, а если взять предкризисный 2014 год, то уровень составлял чуть больше 7%. [1].

Обратим внимание на кредитование юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (Рисунок 1). Летом 2020 годов связи с пандемией коронавирусной инфекции COVID-19 резко возросло число кредитов юридических лиц, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, например, в июне 2020 года задолженности увеличились в 1,2 раза по сравнению с июнем 2019 года, а в сентябре в 1,6 раз. Так же в начале лета 2020 года возросло число просроченных задолженностей, по сравнению с июнем 2019 года произошло увлечение просрочек в 1,1 раз. Однако, к сентябрю 2020 года ситуация немного стабилизировалась и число просроченных задолженностей вернулось на прежний уровень.

Это связано с тем, что в период карантина многие организации находились в кризисных ситуациях, и для того чтобы как-то справиться с данной проблемой им приходилось прибегнуть к кредитованию. Однако, в связи с тем, что уровень спроса значительно снизился, не всем удалось выплатить взятые кредиты, что и послужило всплеску задолженностей по ним. Наглядно это показано на рисунке 1, в июне 2020 года можно наблюдать резкий скачок доли просроченных кредитов, по сравнению с прошлым месяцем она выросла в 1,2 раза.

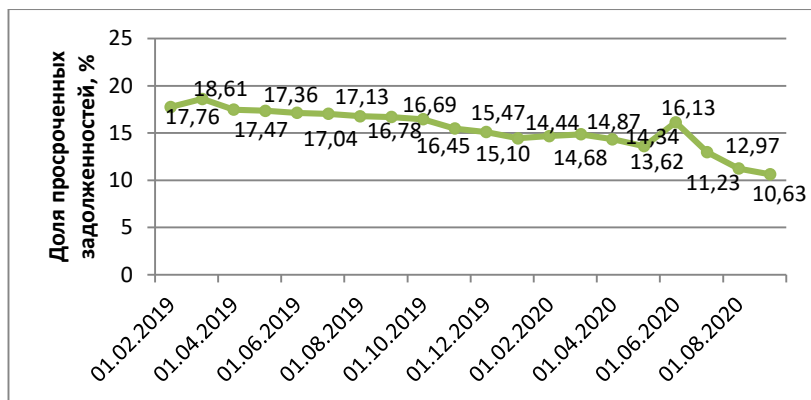


Рис. 1. Доля просроченных задолженностей, среди кредитов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей

По данным рейтингового агентства S&P на июль 2020 года около 16% кредитов, выданных российскими банками, являются проблемными: они либо уже реструктурированы, либо обслуживаются с просрочкой, превышающей 90 дней - эта ситуация может привести к банковскому кризису [2]. По данным Национальной ассоциации коллекторских агентств (НАПКА), количество просроченных долгов приблизилось к 14 млн. рублей, хотя три года назад их было не более 10 млн.руб [3].

По приведенным данным можно сделать вывод о том, что просроченность по кредитам растет в сегменте малого кредитования, а значит среди бедного слоя населения. Если рассматривать с банковской точки зрения то здесь ситуация не ухудшается, а держится в норме. Но, не смотря на это, тенденция роста бедности в России возрастает.

Увеличение кредитования в России, отнюдь, не приводит к росту потребления, а, следовательно, и к росту экономики так же, как это происходит в западных странах. В течение 2020 года можно наблюдать рост просроченных задолженностей, так как многие предприятия не выдерживают кризиса и закрываются, а люди теряют работу, и соответственно, доход.

2) Высокая полная стоимость кредита. Чаще всего заемщики видят только часть переплаты, а то есть величину процентной ставки. Другая часть переплаты заключается в дополнительных услугах, таких как оценка и страхование объекта залога, страхование жизни самого заемщика также плата за открытие счета или аренды банковской ячейки. Данные переплаты могут увеличить стоимость кредита до 40%.

Так как средняя процентная ставка по кредиту зависит от ключевой процентной ставки ЦБ РФ, сравним ключевые ставки Центральных Банков других стран на 2020 год, представленные в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнение ключевых и кредитных ставок некоторых стран

Страна	Текущая ключевая ставка, % годовых	Текущая кредитная ставка, %
Россия	4,25	8,87
Молдавия	2,65	8,85
Бразилия	2	39,08
Аргентина	36	37,39
Италия	0	2,68
Швейцария	-0,75	2,63
Венгрия	0,6	1,47
Турция	10,25	19,75
Таджикистан	10,75	24
США	0-0,25	3,25

Можно сказать, что в Российской Федерации по сравнению с другими странами, такими как США, Швейцария, Венгрия, достаточно дорогой кредит.

Кроме этого, на процентную ставку по кредиту так же оказывает влияние надежность заемщика. Немалую роль, при установлении процентной ставки играю и риски банка. При условии, что у банка остается в залоге имущество, процентная ставка может быть значительно ниже, так как в случае невозврата кредита, банк может продать имущество и восполнить свои потери.

В связи с тем, что в Российской Федерации велик процент невозвратных кредитов, процентная ставка здесь, соответственно, тоже выше, чем в европейских странах.

Для того чтобы решить эти проблемы, необходимо ввести более жесткую политику кредитования. Получить кредит достаточно легко, и учитывая, что в России так же стоит острая проблема финансовой грамотности, не все люди понимают, на какие условия кредита они соглашаются, а, следовательно, не в полной мере осознают, какую часть дохода им придется отдавать банку.

Высокие процентные ставки связаны с высокими рисками невозвратности кредита, так как некоторые банки недостаточно тщательно проверяют кредитную историю своих клиентов, они

компенсируют риски за счет высоких переплат. Следовательно, для того чтобы решить эту проблему, необходимо более тщательно контролировать кому выдаются кредиты.

Кроме того, проблема просрочки по кредитам возникает по причине того, что предприятия не выдерживают кризиса и закрываются, а люди теряют работу, следовательно, необходимо оказывать поддержку предпринимателям, которые обеспечивают работой большое количество людей. Это возможно путем предоставления налоговых каникул, а так же субсидий.

За последнее время в России было принято много реформ связанные со сферой банковской системы. В связи с этим обрисовалась общая картина по укреплению кредитной системы страны. Вследствие того, что экономический рост в России поддерживается главным образом за счет энерго-сырьевого экспорта, государству сложно развить и стабилизировать ситуацию в банковской сфере.

Поэтому на сегодняшний день сложно дать гарантию о финансовой стабильности России. Вследствие этого, предоставление долгосрочных займов связано с большими рисками, и чтобы обезопасить себя и исключить риски, кредитные организации вынуждены компенсировать возможные потери высокими процентными ставками.

Литература:

1. Бахвалова М. Маленькая и вредная: закредитованность россиян ниже, чем на Западе, но опаснее [Электронный ресурс] / М. Бахвалова. - Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10906091>. (дата обращения 05.11.2020)

2. Литова. Е. S&P подсчитало долю проблемных кредитов [Электронный ресурс] / Е. Литова. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2019/07/04/805883-sp-podschitalo>. (дата обращения 22.10.2020)

3. НАПКА. Россияне накопили до 14 млн "плохих" долгов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://napca.ru/publishing/9825/>.(дата обращения 20.10.2020)

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Т.М. Полукеева, Н.И. Ворническо
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск

В статье рассмотрена необходимость составления финансовых планов для организации. Классифицированы и рассмотрены главные проблемы, возникающие при их составлении. Кроме того, предложены пути совершенствования процесса финансового планирования, основываясь на современных условиях рынка.

The article discusses the need to draw up financial plans for the organization. The main problems arising in their compilation are classified and considered. Also, the proposed ways to improve the process of financial planning, based on modern market conditions.

В современных условиях финансовое планирование занимает высокий уровень в экономической деятельности организации. На данном этапе организация разрабатывает планы и как следствие реализует их.

Определений понятия «финансового планирования» множество, так как оно может быть рассмотрено с разных сторон. Некоторые из них представлены ниже (табл.1).

Таблица 1 – Определения термина «Финансовое планирование»

Автор	Определение
Р.Г.Попова	Процесс благодаря которому решаются задачи необходимые для продолжения деятельности организации
А.Н.Задорожная	Процесс разработки системы финансовых планов и показателей для обеспечения развития организации
В.Я.Ушаков	Финансовое планирование определяет пути и способы достижения финансовых целей предприятия. Эти цели предполагают, максимизацию продаж, прибыли и собственности. [2, с.33]

Важно понимать, что на данный момент, на финансовые отношения организации имеет достаточно сильное влияние – рыночные отношения. Каждое предприятие имеет право самостоятельно выбирать организационно-правовую форму, соответствующую действующему законодательству. Исходя из чего и решение вопроса о создании финансового планирования ложится на саму организацию, к числу этих решений можно также отнести: цены на производимую продукцию, услуги; формы оплаты труда сотрудников и т.д. И зачастую решение этого важного для организации вопроса становится отрицательным. Руководители считают, что разработка финансового планирования принесет только дополнительные затраты любого характера: время, труд, денежные средства и др. Что конечно является большим заблуждением, так как при правильно поставленной цели и выверенных задачах,

организация может значительно повысить эффективность своей работы. [1, с.221-223]

Поэтому главную цель финансового планирования можно выразить как: обеспечение эффективной работы организации и достижение ей поставленных целей и задач, путем правильного определения оптимальных объемов финансов.

Принято выделять следующие задачи финансового планирования:

1. Обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами производственной, инвестиционной и финансовой деятельности.
2. Определение путей эффективного вложения капитала, а также оценка рациональности его использования.
3. Выявление резервов организации для увеличения прибыли за счет более эффективного использования денежных средств.
4. Соблюдение интересов акционеров и инвесторов компании.
5. Контроль за финансовым состоянием, кредитоспособностью и платежеспособностью организации. [3, с 101]

В настоящее время главный вопрос развития Российской Федерации заключается в выработке и постановке системы долгосрочных приоритетов, целей и задач, благодаря которым будет достигнуто устойчивое и сбалансированное развитие страны.[4, с.131] Поэтому все более начало распространяться стратегическое планирование в организациях, причем это не ограничивается только крупными организациями, но также захватывает и средний бизнес. Но есть и негативная сторона данного процесса: отсутствие нормативно-правового регулирования финансового планирования в коммерческих организациях. Данное положение, на мой взгляд, можно назвать одной из главных проблем, так как именно из отсутствия регулирования могут вытекать другие проблемы в организации планирования.

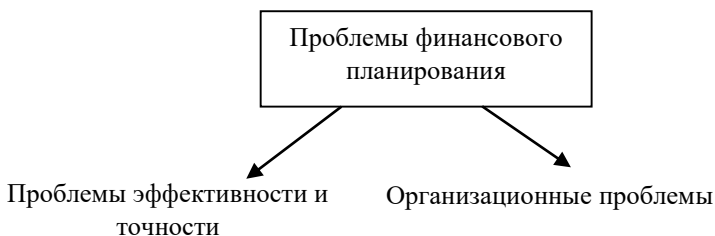


Рис. 1. Классификация проблем финансового планирования

Проблемы эффективности и точности. Могут быть связаны с ошибками в самих расчетах, ошибочном выборе метода планирования

финансов. Также возможен недостаточно качественный анализ предыдущих периодов, то есть частичное или полное отсутствие анализа проделанной работы, возможной корректировки или мероприятий по исправлению недоработок. Возможно также отсутствие качественного финансового контроля, который подразумевает весь документооборот компании и правильность составления документов.

К организационным проблемам можно отнести: нормативное обеспечение, кадровое обеспечение, информационное обеспечение и т.д.

Опираясь на изложенные выше возможные проблемы в организации финансового планирования, можно предложить следующие пути его совершенствования:

1. Определить методы финансового планирования, исходя из целей конкретного предприятия.
2. Внедрить методы анализа текущего состояния предприятия, включая анализ влияния внешней среды на показатели.
3. Мотивировать работников организации для составления финансового плана.
4. Установить контроль за документооборотом организации.
5. Чаше проводить небольшие собрания и планерки для обсуждения актуальных проблем компании и корректировки планов.

Литература:

1. Золотарев С.Н. Специфика современного финансового планирования организации//Вестник белгородского университета потребительской кооперации. – 2010. -№2. – С.220-224
2. Шмыгов Александр Федорович Финансовое планирование как отражение стратегии предприятия // КНЖ. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovoe-planirovanie-kak-otrazhenie-strategii-predpriyatiya>
3. Финансовое планирование в организациях: учебник / коллектив авторов ; под ред. Л.Г. Паштовой. — Москва : КНОРУС, 2019. — 274 с. — (Бакалавриат).
4. Бушенева Ю. И. Стратегия 2030: рациональное планирование или несбыточная перспектива // Царскосельские чтения. 2016. №XX. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-2030-ratsionalnoe-planirovanie-ili-nesbytochnaya-perspektiva>

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ

А.Н. Попова, Н.И. Ворническо

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, supmynameisnastya@mail.ru**

В данной статье выделены актуальные вопросы, связанные с управлением государственным долгом. Проведен анализ динамики государственного долга за рассматриваемый период 2007-2019 гг. Выделены проблемы, по причине которых, управление госдолгом стабильно находится в центре пристального внимания Правительства РФ. А также сформулиран ряд приоритетных направлений управления государственным долгом.

This article highlights topical issues related to public debt management. The analysis of the dynamics of public debt for the period under review 2007-2019 is carried out. The problems are highlighted due to which the management of the public debt is steadily in the center of the attention of the Government of the Russian Federation. And also formulated a number of priority areas of public debt management.

Учитывая общую нестабильность экономики и повсеместное влияние кризисов прошлых лет решение ряда вопросов, связанных с управлением госдолгом, является на сегодняшний день приоритетными. К ним относятся:

- значительный объем общих заимствований в национальной валюте, а также существенное увеличение расходов на текущее погашение и обслуживание государственного долга;
- не учитывается действующий график погашения внешнего госдолга страны при распределении долговых обязательств и долговой нагрузки на экономику РФ, что приводит к неравномерности данного распределения;
- инструменты финансового рынка применяются в недостаточной мере;
- рефинансирование государственной задолженности РФ и проблемы, связанная с данным рефинансированием;
- существенное ограничение потенциальных возможностей для заимствования из различных внешних источников как следствие введения экономических санкций в отношении РФ и, соответственно, снижения кредитного рейтинга страны до уровня неблагоприятного.

На данный момент наблюдается снижение долга государства (РФ), на это оказали влияние вводимые санкции против РФ. На рисунке 1 представлен государственный долг РФ в % к ВВП.

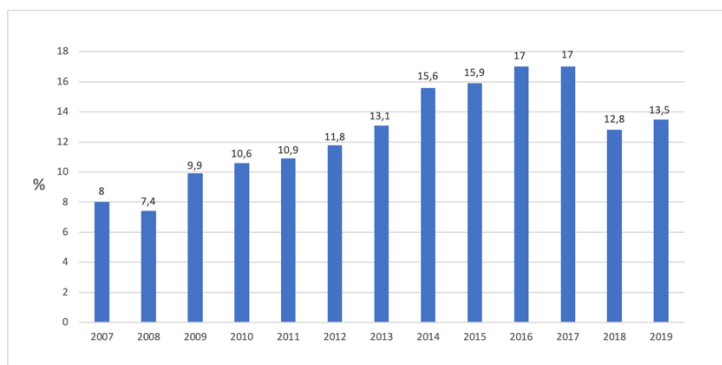


Рис. 1 – Объем государственного долга РФ в % к ВВП [1]

Как можно увидеть по данным рисунка 1, государственный долг РФ в процентах к ВВП возрастал и снижался на протяжении рассматриваемого периода: с 2007 года до 2015 года – неизменный рост с 8% до 15,9%, далее в 2016-2017 году его значение в процентах к ВВП оставалось неизменным – 17%, далее было снижение в 2018 году до 12,8% и небольшой рост в 2019 году до 13,5% ВВП. Тем не менее, нужно отметить, что к началу 2019 года общий объем долговой нагрузки страны находился в безопасных пределах – менее 15% ВВП, а это, согласно мировым стандартам, достаточно умеренное значение, то есть можно считать финансовую безопасность и макроэкономическую устойчивость России на хорошем уровне.

Управление государственным долгом РФ сталкивается с рядом проблем, к которым относятся низкое качество бюджетного планирования и управление государственными заимствованиями, а также, как одна из самых важных проблем - «зашоренность» и непрозрачность государственной долговой политики с недостаточной информационной открытостью. Кроме того, к проблемам в не менее значительной степени относится непродуманность при распределении полномочий в части управления государственным долгом страны. Исходя из описанных проблем и по этой причине управление госдолгом стабильно находится в центре пристального внимания Правительства РФ. От правильности решений зависят золотовалютные резервы страны, состояние федерального бюджета, стабильность или нестабильность национальной валюты, инвестиционный климат страны и т.д.

По итогам рассмотренного ранее следует сформулировать ряд приоритетных направлений управления государственным долгом:

- максимальное внимание уделять повышению в долгосрочной перспективе конкурентоспособности товаров и услуг отечественного производства;

- вводить и соблюдать ограничения в части принимаемых новых обязательств, которые связаны с привлечением кредитов Всемирного банка, особенно касаясь решения социальных проблем и проблем государственного управления;

- максимально уходить от зависимости состояния экономики и бюджета РФ от нефтегазовых доходов;

- формировать предельный уровень государственного долга в соответствии с рациональными аспектами, для того, чтобы была возможность поддержания его величины на безопасном для экономики РФ уровне.

Литература:

1. Государственный долг. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: https://www.minfin.ru/ru/performance/public_debt/.

2. Муставаева М.А., Рябичева О.И. Анализ современного состояния государственного долга РФ // Эпоха науки. – 2020. - №21. – С.158-163.

3. Тихонова Д.А. Оценка эффективности управления государственным долгом РФ и его влияния на долговую устойчивость РФ // Мировая экономика: проблемы безопасности. – 2020. - №3. – С.159-166.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕР ПОДДЕРЖАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В 2019 И 2020 ГГ.

А.В. Ребрикова, Е.В. Ходжич

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, rebrikova.2000@mail.ru**

В данной статье рассмотрена проблема сокращения субъектов малого и среднего предпринимательства из-за пандемии 2020 года, а также меры

государственной поддержки предпринимательства до и во время пандемии в сопоставимых данных.

This article examines the problem of the reduction of small and medium-sized businesses due to the 2020 pandemic, as well as measures of state support for entrepreneurship before and during the pandemic in comparable data.

На сегодняшний день в условиях сильнейшего негативного внешнего влияния, такого как пандемия, Россия, как и многие другие страны переживают спад в экономической сфере. В данных условиях, большая часть денежных средств утекает в сферу здравоохранения и медицины. Поэтому является актуальным изучить и провести сравнительный анализ того, какие же меры были предприняты Россией в 2019 г, до начала пандемии, по поддержке малого и среднего предпринимательства (МСП) и какие же меры были приняты в 2020 году.

МСП, которое так недооценено в нашей стране, во многих развивающихся стран является движущей силой экономики. Большое количество социально-экономических задач приходится на данный вид бизнеса: создание рабочих мест, повышение конкуренции в стране, участие в формировании бюджетов всех уровней, именно поэтому государству важно поддерживать и развивать малое и среднее предпринимательство.

Актуальность обусловлена тем, что по данным некоторых исследований за 2020 год субъекты малого и среднего предпринимательства несут огромные убытки или уже обанкротились.

Сегодня в России активно реализуется национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [1].

Однако, по данным ТАСС Россия потеряла к августу 2020 года 1 млн 95 тыс. 423 микро-, малых и средних предприятия (МСП), или почти каждый пятый бизнес в этом секторе, выяснила аналитическая служба международной аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza [2].

По данным федеральной налоговой службы наблюдается следующая динамика количества субъектов МСП, данные представлены на рисунках 1 и 2 за 2019 и 2020 год соответственно [3].

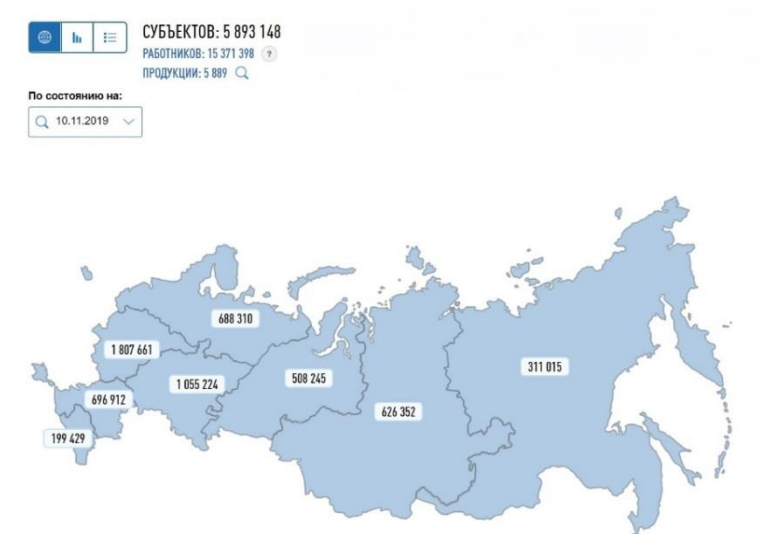


Рис. 1 – Количество субъектов МСП на 10.11.2019 года

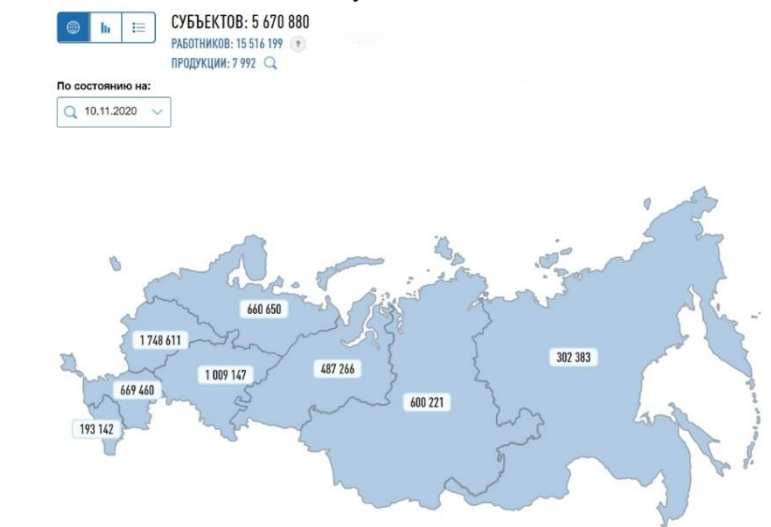


Рис. 2. Количество субъектов МСП на 10.11.2020 года

Таким образом, мы наблюдаем сокращение субъектов МСП. Рассмотрим и проведем сравнительную характеристику мер по поддержанию МСП в 2019 и 2020 гг.

Таблица 1– Сравнительная таблица мер по поддержке МСП в 2019 и 2020 гг. [1;4]

№	Меры 2019 года	Меры 2020 года
1.	Субсидирование субъектов МСП	Субсидирование субъектов МСП
2.	Налоговые каникулы	Отсрочка по всем налогам на 6 месяцев
3.	Льготное кредитование	Льготное кредитование; Беспроцентный кредит на зарплату сотрудникам
4.	Создание центров поддержки МСП «Мой бизнес»; Предоставление информационной поддержки МСП	Создание центров поддержки МСП «Мой бизнес»; Информационная поддержка, создание сайта «Экономика без вируса»
5.		Гранты на заработную плату
6.		Отсрочка по страховым взносам
7.		Отсрочка арендных платежей
8.		Мораторий на взыскание долгов и штрафов
9.		Снижение требований к обеспечению при участии в госконтрактах
10.		Мораторий на банкротство
11.	Организация и проведение мероприятий и конкурсов для МСП	
12.	Обеспечение деятельности бизнес-инкубаторов для СМиСП	

Таким образом, исходя из анализа данной таблицы, мы можем сделать выводы о том, что некоторые меры поддержки МСП, которые были в 2019 году, на сегодняшний день являются не актуальными, это связано с санитарно-эпидемиологическими мерами, например, организация и проведение общественных мероприятий и конкурсов для МСП. Однако на смену данным мерам, пришли другие, которые, в свою очередь, направлены на вывод из кризисного положения и поддержание МСП в экономике, для того, чтобы не допустить сокращения данной отрасли, иначе национальный проект может быть не выполнен в связи с

пандемией, которая приводит в кризисное состояние экономики многих стран.

Литература:

1. Министерство экономического развития РФ Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» Электронный ресурс [Режим доступа] https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/ (дата обращения 01.11.2020)
2. Исследование: 1 млн российских предприятий малого и среднего бизнеса закрылись за год Электронный ресурс [Режим доступа] <https://yandex.ru/turbo/tass.ru/s/ekonomika/9197739> (дата обращения 01.11.2020)
3. Федеральная налоговая служба. Количество субъектов МСП Электронный ресурс [Режим доступа] <https://ofd.nalog.ru/statistics.html> (дата обращения 10.11.2020)
4. Экономика без вируса Электронный ресурс [Режим доступа] <https://covid.economy.gov.ru/> (дата обращения 10.11.2020)

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

А.А. Роева, Т.В. Жукова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nastasya.roeva@mail.ru**

В настоящей статье рассматриваются существующие подходы к оценке стоимости бизнеса, а также используемые в процессе этой процедуры методы. При этом обосновывается актуальность оценки стоимости бизнеса, обусловленная необходимостью формирования достоверной информации о стоимости компании в определенных рыночных условиях. На выбор подхода и методов, которые будут использоваться в оценке стоимости бизнеса, в настоящее время оказывает активное влияние интерес определенных групп пользователей, который компания ставит перед собой целью удовлетворить.

This article discusses the existing approaches to assessing the value of a business, as well as the methods used in the process of this procedure. At the same time, the relevance of assessing the value of a business is substantiated, due to the need to form reliable information about the value of a company in certain market conditions. The choice of approach and methods that will be used in assessing the value of a business is currently actively influenced by the interest of certain user groups, which the company aims to satisfy.

В современном мире оценка стоимости бизнеса приобретает с каждым годом всё большую значимость. В оценке стоимости бизнеса заинтересовано большое количество пользователей помимо собственников компании: поставщики, кредиторы, инвесторы, акционеры, работники, государство, страховые компании и т.д. При этом важно отметить, что инвесторов интересует уровень доходности и риск вложения, акционеров – размер дивидендов, кредиторов – проценты по займам и т.д. Всё выше представленное обуславливает актуальность рассматриваемого вопроса.

В этой связи целью исследования является систематизация существующих в практике подходов к оценке стоимости бизнеса, а также используемых при этом методов и выбор наиболее целесообразного из них.

Оценка стоимости бизнеса – это определение в денежном выражении стоимости предприятия, учитывающей его полезность и затраты, связанные с получением этой полезности. [2]

В некоторых случаях оценка стоимости бизнеса является обязательным требованием для компании. Например, при ликвидации организации, продаже, при сделках слияния и поглощения; при конвертации в акции эмиссионных ценных бумаг, при выкупе имущества у акционеров; при расчете страховой премии и ряде других случаев, предусмотренных законодательством.

Однако при этом для многих компаний оценка стоимости бизнеса стала активно использоваться при принятии ими управленческих решений в целях оценки кредитоспособности организации; разработке планов на дальнейшее развитие организации; развитии способов управления компанией.

В российской и зарубежной практике, а также в соответствии со стандартами оценки выделяют три подхода к оценке стоимости бизнеса, которые представлены на рисунке 1 [4]. Каждый подход является индивидуальным и «соответствует общепринятым в международной практике условиям» [1].



Рис.1. Подходы к оценке стоимости бизнеса

При оценке с позиции затратного подхода оцениваются суммарные затраты, необходимые для замещения бизнеса, для чего обычно рассматривается балансовая стоимость активов. Затратный подход применяют при оценке стоимости всей компании; оценки стоимости недавно созданной организации; при ликвидации организации.

Сравнительный подход оценивает бизнес по объектам-аналогам. Особенностью сравнительного подхода к оценке бизнеса является ориентация итоговой величины стоимости, с одной стороны – на рыночные цены купли-продажи акций, принадлежащих сходным компаниям, с другой – на фактически достигнутые компаниями финансовые результаты.

Доходный подход рассматривает бизнес с точки зрения ожидания будущих доходов и оценивает способность компании генерировать этот доход.

Каждый из рассматриваемых подходов предполагает использование нескольких методов расчета стоимости, представленных в табл.1.

Таблица 1 – Методы расчета в разрезе существующих подходов

Метод оценки стоимости бизнеса	Характеристика метода
Затратный подход	
Метод стоимости чистых активов	Стоимость компании определяется разностью стоимости активов и обязательств, которая выступает своего рода ценой ее «гипотетической продажи» на рынке [3]
Метод ликвидационной стоимости	Стоимость компании определяется разностью стоимости активов предприятия и обязательств с учетом затрат на ликвидацию компании
Сравнительный подход	

Метод рынка капитала	Оценку бизнеса проводят исходя из анализа рыночных цен акций аналогичных компаний
Метод сделок	Оценку бизнеса проводят с учетом цен на приобретение контрольных пакетов акций предприятий-аналогов
Метод отраслевых соотношений	Стоимость бизнеса оценивается ориентировочно, исходя из статистики купли-продажи аналогичных компаний
Доходный подход	
Метод капитализации доходов	Стоимость бизнеса определяется путем деления доходов за год на ставку капитализации. Информация о доходе берется из отчетности компании, но эксперты рекомендуют использовать показатели дохода до вычета подоходного налога. Ставка капитализации определяется путем учета ставки процента, регионального, отраслевого, странового риска и др., а также пожеланий заказчика оценки по рентабельности бизнеса
Метод дисконтирования денежных потоков	Для использования данного метода необходимо прогнозирование будущих доходов компании и дисконтирование в соответствии с требуемой инвестором ставкой дисконта. Данный метод выбирается в основном, когда доходы предприятия во временном промежутке различны и колеблются в большом интервале

При проведении оценки стоимости бизнеса разными подходами организация сталкивается с рядом проблем, которые можно рассматривать как достоинства и недостатки рассматриваемых методов с разных точек зрения (табл. 2).

Таблица 2 – Достоинства и недостатки подходов к оценке стоимости бизнеса

Подход	Достоинства	Недостатки
Затратный подход	Оценка стоимости исходя из балансовой стоимости, не обращая внимания на прибыльность деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - Данные о будущих поступлениях прибыли не учитываются - Требуется постоянного пересчёта в связи с изменением информации поступающей из внешней среды - Возможность несоответствия реальной рыночной стоимости активов с оценкой стоимости активов компании
Сравнительный подход	Легкость применения метода при	<ul style="list-style-type: none"> - Подходит только для активного рынка

	наличии полной и достоверной информации о компаниях аналогах	<ul style="list-style-type: none"> - Невозможен при отсутствии данных о стоимости купли-продажи компаний аналогов - Данные о будущих поступлениях прибыли не учитываются - Сложность в нахождении информации о компаниях-аналогах
Доходный подход	Возможность получения информации о будущих поступлениях прибыли	Проблема с выбором ставки дисконта и капитализации по долгосрочным будущим потокам

В результате рассмотрения существующих достоинств и недостатков рассматриваемых подходов к оценке стоимости бизнеса важно индивидуализировать это решение для каждой компании, поскольку важным при этом выборе будут особенности деятельности компании, внешние и внутренние факторы, связанные с ее деятельностью, а также интерес определенных групп пользователей, который компания ставит перед собой удовлетворить в силу ожидания соответствующих решений от обозначенных заинтересованных сторон.

Литература:

1. Косорукова И.В. Оценка стоимости бизнеса: Конспект лекции. – М.: ИФРУ, 2012. – 105 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.studmed.ru/kosorukova-iv-bakalov-as-uchebnoe-posobie-ocenka-stoimosti-predpriyatiya-biznesa_a3f350d.html
2. Подгорный В.В. Оценка стоимости бизнеса: учебное пособие / В.В. Подгорный. – Донецк: Донецкий государственный университет управления, 2016. – 233 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62363.html>
3. Эванс Фрэнк Ч., Бишоп Дэвид М. Оценка компаний при слияниях и поглощениях: создание стоимости в частных компаниях. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 336 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://altairbook.com/books/5258215-ocenka-kompaniy-pri-sliyaniyah-i-pogloshcheniyah-sozdanie-stoimosti-v-chastnyh-kompaniyah.html>
4. Яновский В.И., Осин Н.В. Оценка стоимости бизнеса: Основные методики и теоретические аспекты. – Москва: Издательство «Перо», 2017. – 69 - 75 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_29931084_64826943.pdf

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ «ДЫР» В КАПИТАЛЕ РОССИЙСКИХ БАНКОВ И ХАРАКТЕР ИХ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭКОНОМИКУ

Ю.Е. Самсонова, Ю.С. Эзрох
Новосибирский государственный университет экономики и
управления, г. Новосибирск, julia190698@mail.ru

В статье рассматриваются некоторые причины появления «дыр» в капитале российских коммерческих банков, а также описан характер их влияние на национальную экономику.

The article examines some of the reasons for the emergence of "holes" in the capital of Russian commercial banks, and also describes the nature of their impact on the national economy.

«Банковские дыры» в современных реалиях сложно назвать фигурой речи, это не образное понятие, а вполне четко определенное явление, наблюдаемое в российской экономике.

Несмотря на массовое использование данного термина за последние годы, далеко не каждый имеет представление, что такое «банковская дыра» и чем она может быть опасна для клиентов и банковской системы в целом.

Под «дырой» в капитале принято понимать отрицательную разницу между совокупными активами и обязательствами кредитной организации. Это говорит о долгосрочной неплатежеспособности банка – невозможности в полном объеме удовлетворить требования кредиторов даже при продаже всех своих активов.

Казалось бы, какой может быть разрыв в балансе банков, финансовая отчетность которых на регулярной основе предоставляется на проверку Банку России? Однако парадоксальным остается факт, что лицензии банков, чьи бухгалтерские балансы безупречны, регулятором и отзываются.

Напрашивается вопрос: насколько актуальны данные, представленные в банковском балансе, или, если перефразировать, насколько эти данные «нарисованы»? Ведь разрыв между активами и пассивами порой составляет не проценты, а разы.

Рассмотрим ключевые причины возникновения «дыр» в капитале российских банков на современном этапе развития финансово-экономических отношений.

Во-первых, причиной является некачественный менеджмент или ведение высокорискованной кредитной политики, что предполагает наличие уже неудовлетворительного качества активов. В таком случае

первая же экономическая нестабильность поставит существование банка под вопрос [4].

Во-вторых, кредитование банком реально существующих, но проблемных, неустойчивых компаний своих собственников вопреки установленным нормативам регулятора.

Следующая причина – ведение кредитной организацией криминальных операций (обналичивание денежных средств, транзитные операции). Цель данных операций – преднамеренный вывод владельцами банка денежных средств вкладчиков и предприятий, посредством:

- выдачи заведомо безнадежных ко взысканию кредитов компаниям-пустышкам, фирмам-однодневкам;

- покупки ценных бумаг либо фактически не выпущенных в обращение, либо ничего не стоящих (искусственное «раздутие» капитала).

При осуществлении таких операций у банка рано или поздно заканчивается запас прочности, он приостанавливает расчеты с клиентами, ввиду невозможности их осуществления за неимением денежных ресурсов для этого, после чего у него отзывается лицензия. Как показывает опыт, данная причина является наиболее распространенной.

И, наконец, причиной могут стать отрицательные шоковые явления в экономике, отдельно взятой отрасли или предприятия.

Только за 2019 г. регулятор отозвал лицензии на осуществление банковских операций у 28 кредитных организаций, у трех кредитных организаций лицензии были аннулированы на добровольной основе и 11 кредитных организаций прекратили свою деятельность в результате реорганизации в форме присоединения[3].

В 27 случаях причиной отзыва лицензии являлось систематическое неисполнение федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, а также нормативных актов ЦБ РФ, в 14 случаях неоднократное нарушение Федерального закона № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» и изданных в соответствии с ним нормативных актов Банка России. В четырех случаях – снижение достаточности капитала ниже 2%, в четырех случаях снижение размера собственных средств (капитала) КО ниже минимального значения уставного капитала, установленного на дату ее государственной регистрации. А также нарушение Федерального закона №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» и Федерального закона №395-1 «О банках и банковской деятельности» [3].

В банках, у которых была отозвана лицензия, в среднем более 50% активов, отображенных в балансе, были фальсифицированы, то есть не имели никакой стоимости.

До сих пор не понятно как банки, лицензии которых в последствии были отозваны, сумели такой длительный период времени скрывать имеющиеся в их капитале «дыры» как от Банка России, так и от других участников финансового рынка.

В настоящее время, когда экономика на фоне пандемии нестабильна, ключевая ставка Банка России снижается до исторических минимумов, что, в свою очередь, оказывает воздействие на ставки коммерческих банков, замедляя поток средств от вкладчиков, необходима разработка методов раннего выявления наличия и масштаба финансовых проблем у крупнейших и средних банков, отзыв лицензий которых способен нанести весомый удар по банковской системе и национальной экономике в целом. Это позволит сократить финансовые потери, а также предотвратит возникновение недоверия со стороны клиентов – населения и предприятий, а также предотвратит снижение стимулов потенциально заинтересованных инвесторов вкладывать денежные средства в капитал таких коммерческих банков [1].

Надеясь, что банки, испытывающие в настоящий момент латентные трудности, смогут сменить статус потенциальных банкротов на статус здоровых банков при улучшении макроэкономической ситуации (за счет большей платежеспособности своих заемщиков, а также за счет сокращения стимулов к фальсификации баланса) – неоправданно дорого.

Для того, чтобы предотвратить накопление банками финансовых проблем, необходимо решить ряд дискуссионных вопросов, например, необходимо выяснить во скольких еще не обанкротившихся российских банках эти «дыры» могут быть идентифицированы, каков их масштаб, за какой период времени эти «дыры» накопились, а также оценить качество банковского регулирования и надзора по недопущению их возникновения или своевременному выявлению фактов фальсификации финансовой отчетности или иных нарушений и принятию соответствующих мер.

Зачастую регулятор реагирует на нарушения банков не своевременно, например, когда экономическая ситуация не стабильна и уход с рынка того или иного игрока может создать «эффект домино» в банковской системе. Или же бывает так, что Банк России спасает «банки-зомби», активы которых застываются, а не работают, как правило, такие банки по существу уже являются банкротами, но они могут игнорировать этот факт благодаря правительственной помощи или регулярному использованию «лазеек» в законодательстве.

Таким образом, можно сделать вывод, что вопросы большего контроля и регулирования процесса возникновения и идентификации латентных «дыр» в капиталах российских банков остаются актуальными как сегодня, так и на долгосрочном горизонте.

Литература:

1. Мамонов М.Е. «Дыры» в капитале обанкротившихся российских банков: старые факторы и новые гипотезы // Экономическая политика. Т. 12, – 2017. – № 1. С. 166–199.
2. Годовой отчет Банка России за 2019 год (cbr.ru) [Электронный ресурс] URL: http://www.cbr.ru/collection/collection/file/27873/ar_2019.pdf
3. Дыры в балансе банка (finversia.ru) [Электронный ресурс] URL: <https://www.finversia.ru/publication/ocenka/dyra-v-balanse-banka-10455>

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ОРГАНИЗАЦИЙ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА 2017-2018 ГОДЫ

П.Л. Смагина, Т.А. Аверьянова
Новосибирский государственный университет
экономики и управления,
г. Новосибирск, polysm2001@gmail.com

В статье представлен анализ состояния основных фондов Новосибирска и Новосибирской области за 2017-2018 гг. Основные фонды, как производственные активы, являются важным показателем деловой активности и экономической эффективности предприятий. Оценка динамики их состояния позволяет выявить производительные отрасли, определить возможности предприятий по наращиванию мощностей и производств.

The article presents an analysis of the state of fixed assets of Novosibirsk and the Novosibirsk region for 2017-2018.

Fixed assets as production assets are an important indicator of business activity and economic efficiency of enterprises. Evaluation of the dynamics of their state makes it possible to identify productive industries, to determine the capabilities of enterprises to increase capacities and production.

Основные фонды предприятия являются важным факторов любого производства. Их состояние и эффективное использование прямо влияет на результативность деятельности предприятия [1].

Основные фонды, как производственные активы, являются важным показателем деловой активности и экономической эффективности предприятий.

Оценка динамики их состояния позволяет выявить производительные отрасли, определить возможности предприятий по наращиванию мощностей и производств.

В Новосибирской области и Новосибирске за исследуемый период наличие основных фондов по видам экономической деятельности увеличилось в целом с 2091267 млн. руб. до 2259167 млн. руб. (на 8 %).

Наибольший прирост основных средств на предприятиях (по данным статистического наблюдения) отмечается в сфере производства по таким направлениям, как: транспортировка и хранение (на 17,7 % к данным предыдущего периода); обрабатывающие производства (на 9,2 %); обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха (на 8,1%); сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство (на 4,5%) (см. табл. 1).

В сфере услуг наибольший рост по обеспечению основными фондами выявлен у предприятий, занимающихся деятельностью по операциям с недвижимым имуществом (24,2%) (см. табл.1).

Таблица 1. Наличие основных фондов по видам экономической деятельности за 2017 – 2018 годы (по полной учетной стоимости; на конец года)

	2017		2018	
	млн рублей	в% к итогу	млн рублей	в% к итогу
Всего	2091267	100	2259167	100
в том числе по видам экономической деятельности: сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	86700	4,1	100641	4,5
обрабатывающие производства	237876	11,4	206622	9,2
обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	162905	7,8	184031	8,1
водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	61099	2,9	59554	2,6
строительство	49235	2,3	66915	3,0

	2017		2018	
	млн рублей	в% к итогу	млн рублей	в% к итогу
Всего	2091267	100	2259167	100
торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов	75677	3,6	92716	4,1
транспортировка и хранение	329841	15,8	400340	17,7
деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	13869	0,7	17279	0,8
деятельность в области информации и связи	123443	5,9	125365	5,5
деятельность по операциям с недвижимым имуществом	525218	25,1	547579	24,2
деятельность профессиональная, научная и техническая	62271	3,0	69697	3,1
деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	14950	0,7	19893	0,9
образование	73671	3,5	79884	3,5
деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	57637	2,7	59150	2,6
предоставление прочих видов услуг	3583	0,2	3850	0,2

[2].



Рис. 1. Наличие основных фондов по видам экономической деятельности в НСО и Новосибирске за 2017-2018 годы

Данные табл. 1 включают основные сведения, которые сформированы в формате финансовой отчетности предприятий. Например, четверть основных средств - 525218 млн рублей обращается в сфере деятельности по операциям с недвижимым имуществом.

Это связано с большой концентрацией в Новосибирской области и Новосибирске, как в региональном центре, производств и нежилой недвижимости; отражающих большое количество внеоборотных средств (основных фондов) [3].

Также это отражает рост недвижимого имущества и интенсивность строительства новых предприятий и производств [2].

Кроме того, примерно шестая часть основных средств в 2017 году включала внеоборотные активы, задействованные на транспортировку и хранение продукции (329841 млн рублей). Эти данные показывают возможности предприятий вести деятельность по перевозкам грузов и пассажиров; организацию грузоперевозок по трубопроводам, автомобильным дорогам, водным или воздушным транспортом, а также сопряженную с ней деятельность, такую как: деятельность вокзалов и терминалов, стоянок для транспортных средств, обработку и хранение груза и т.д.

Сюда можно включить и деятельность, связанную с арендой транспортных средств с водителем или оператором; деятельность почтовой связи и пр. [3].

На обрабатывающие производства основных средств приходилось в размере 11% из 100% (237876 млн рублей). Это отражает возможности предприятий вести экономическую деятельность по обработке физических и/или химических материалов; веществ или компонентов с целью их преобразования в новые продукты и пр.

Исследуя ранее приведенные данные, можно сделать вывод, что основные фонды, имеющиеся у предприятий в данном регионе, частично наращивают свою мощь, позволяют выполнять производственные программы.

Анализ состояния и динамики изменений основных фондов позволяет определять перспективные отрасли и сферы деятельности в формате региональной производственной политики и развития предприятий.

Литература:

1. Экономический анализ в 2 ч. Часть 1.: учебник для вузов / Н. В. Войтоловский [и др.]; под редакцией Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10997-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454211> (дата обращения: 04.10.2020).
2. <https://novosibstat.gks.ru/folder/32614> [Электронный ресурс].
3. <https://okof2.ru/#stat> [Электронный ресурс].
4. https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b17_13/Main.htm [Электронный ресурс].
5. https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b18_13/Main.htm [Электронный ресурс].

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БЮДЖЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Е.А. Приходько, М.С. Гаврюшов, А.Е. Смирнов
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, smirnov_gips@mail.ru

В статье рассматриваются различия в формировании доходной и расходной частей федерального бюджета и бюджета Чеченской республики, а также отличительные особенности реализации национальных проектов в Чеченской Республике на примере проекта «Молодые профессионалы».

The article examines the differences in the formation of the revenue and expenditure parts of the federal budget and the budget of the Chechen Republic, as well as the distinctive features of the implementation of national projects in the Chechen Republic on the example of the " Молодые профессионалы " project.

Бюджетная политика России должна строиться на основополагающем принципе: что все расходные обязательства финансируются не в ущерб макроэкономической стабильности и предсказуемости, то есть: преимущественно не за счет конъюнктурных доходов, находящихся в прямой зависимости от политики известного интернационального картеля. В свою очередь, по состоянию на начало 2020 г., в составе Российской Федерации бюджетные доходы семи регионов более чем на 2/3 состоят из безвозмездных поступлений, причем, наиболее интересными для анализа, в смысле перспектив выхода из бюджетной зависимости, являются регионы Северного Кавказа. В их составе Чеченская республика, по причинам особых историко - политических событий, отсутствия очевидных путей решения и недостатка научной литературы выделяется как наиболее интересный субъект для исследования бюджетной политики региона.

Рассмотрим, каким образом формируются доходы и расходы бюджетов. На рис. 1. Показана динамика доходов бюджета РФ с 2013 года. При рассмотрении структуры доходов федерального бюджета России очевидно, что доходная часть преимущественно формируется за счет налоговых поступлений, в т.ч. налог на прибыль организаций, налог на добавленную стоимость, акцизы по подакцизным товарам и т.д. В совокупности с доходами от внешнеэкономической деятельности формируется более 80 % всей доходной части федерального бюджета.

Кардинально иную структуру бюджетных доходов демонстрирует Чеченская Республика. На рис. 2 представлена структура доходов республики с 2013 года.

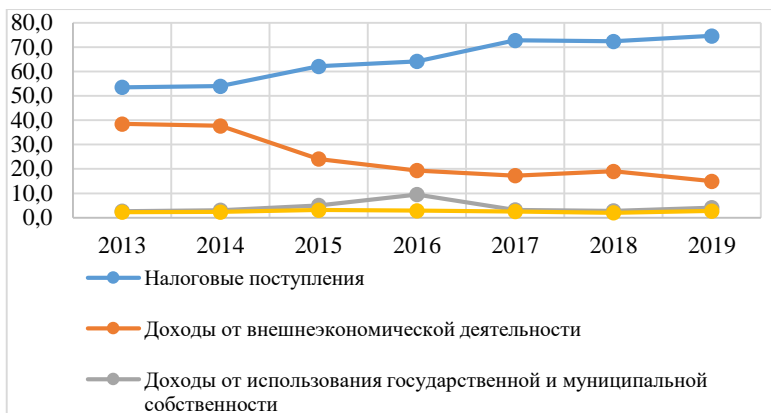


Рис.1. Структура доходов Федерального бюджета России 2013 - 2019 гг., % [6]

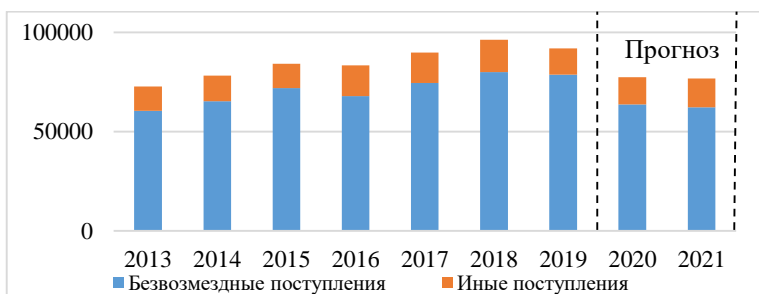


Рис. 2. Структура доходов бюджета Чеченской республики 2013 - 2021 гг., млн руб. [7] [2]

Вполне очевидно, что доля безвозмездных поступлений составляет не менее 80 % от суммарного объема доходов всего бюджета республики. Иными словами, сумма налоговых поступлений, акцизных отчислений, доходов от использования государственной и муниципальной собственности, платежей при использовании природных ресурсов и прочих поступлений составляет лишь четверть объема статьи безвозмездных поступлений. Невозможно сказать, что данная ситуация допустима в рамках сугубо экономического обзора, однако, ситуация реальна в многонациональной стране.

В отношении расходов федерального бюджета России и бюджета Чеченской Республики наблюдается вполне ожидаемая дифференциация. По данным на 2018 г. расходы федеральные рассеивались на социально - культурные мероприятия (37,3 %), вопросах

национальной экономики (15,5 %) и национальной обороны и безопасности (28,7 %), в свою очередь, республиканские сфокусированы исключительно на вопросах здравоохранения, образования и проч. (84,5 %). Некоторые сомнения, на первый взгляд, может вызвать низкий уровень расходов Чечни на национальную оборону и безопасность (<1 %), однако, данный вид расходов покрывается за счет тех же статей расходов, но федерального бюджета. Отличительной традиционной особенностью Чеченской экономики является сельское хозяйство, в разы превышающее расходную долю по той же статье в федеральном масштабе (1,35 % для федерального и 2,76 % для Чечни). Бюджетные расходы Чеченской республики недвусмысленно направлены на повышение уровня жизни населения, обеспечение необходимой инфраструктуры для повышения уровня образования и качества медицинских услуг. [6] [7]

Вопросы энергетики решаются на федеральном уровне, о чем свидетельствует рис. 3.

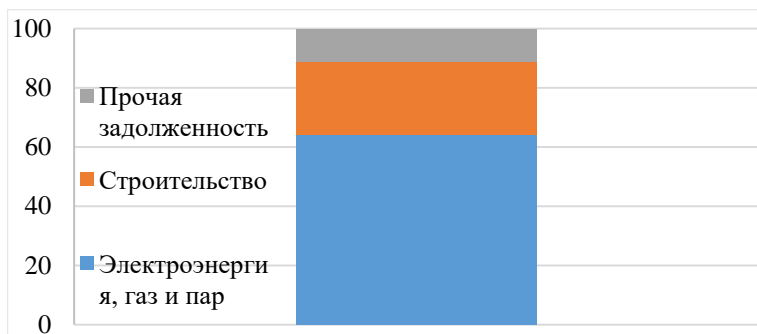


Рис. 3. Структура задолженности по обязательствам организаций Чеченской республики по видам экономической деятельности в 2018 г.,% [7]

Доля суммарных просроченных задолженностей организаций в общей сумме задолженностей организаций составляет 62,95%, причем, 97,92 % этой задолженности составляет задолженность организаций за услуги обеспечения электроэнергией, газом и паром. [7]

На основании изложенной статистической информации невозможно назвать экономику и бюджетную политику Чеченской республики самостоятельной. Высокая доля безвозмездных поступлений создаёт проблему неприемлемости их снижений в будущем, что фактически является пунктом дополнительных расходов на национальную

безопасность. Традиционное развитие сельского хозяйства в республике недостаточно перспективно ввиду наличия более конкурентоспособных комплексов на территории России.

Рассмотрим реализацию национальных проектов в Чеченской Республике на примере проекта «Молодые профессионалы». Данный проект имеет целью повысить конкурентно способность отечественного образования, что является достаточно трудно достижимой целью. В рамках реализации данного проекта в Чеченской республике были выведены ряд целевых показателей. Данные по данным показателям существуют плановые показатели за 2019-2024 год (паспорт проекта был составлен на 06.2018 г.) и показатели на 06.2018 г. Важно заметить, что к началу реализации проекта все целевые показатели имеют значение 0. [3]

Рассмотрим бюджет данного проекта в Чеченской республике и в федеральном бюджете: он составляет 50 млн рублей и около 156,2 млрд рублей, соответственно. Рассчитанные относительные показатели на душу населения говорят, что федеральный бюджет на проект «Молодые профессионалы» превышает бюджет Республики Чечни на тот же самый проект на душу населения в 31,44 раза, при том факте, что Чечня является отстающим и дотационным регионом. Также важно заметить 50 млн рублей бюджета национального бюджета по паспорту проекта являются чисто денежными средствами Чеченской республики. [4]

Также важно заметить мероприятия, которые были проведены по реализации проекта. По данным официального сайта Министерства образования и науки Чеченской Республики мероприятий по реализации проекта «Молодые профессионалы» либо не были опубликованы, либо не были осуществлены. [5]

Из приведённой выше информации можно сделать несколько предположений о текущем положении дел: средства будут использованы не по назначению (вывод денег через коррупционные схемы), вложение больших средств в развитие чеченской экономики не так выгодно, как в другие регионы, для реализации хватает данных средств, но Министерство образования и науки Чеченской Республики не публикует текущие результаты реализации проекта.

Литература:

1. Федеральный закон от 29.11.2018 N 459-ФЗ (ред. от 02.12.2019) "О федеральном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов" [Электронный ресурс] // https://minfin.gov.ru/ru/performance/budget/federal_budget/budgeti/2019/?id_65=126363-federalnyi_zakon_ot_29.11.2018_459-

fz o federalnom byudzhete na 2019 god i na planovyi period 2020 i 2021 godov (Дата обращения 22.10.2020)

2. Закон Чеченской республики от 28 декабря 2018 года N 74-ПЗ «О республиканском бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов» (в редакции Законов Чеченской Республики от 07.05.2019 N 23-ПЗ, от 29.11.2019 N 57-ПЗ) [Электронный ресурс] // <http://www.minfinchr.ru/Documents/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%20%D0%BE%20%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BC%20%D0%B1%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82%D0%B5%20E2%84%9674-%D0%A0%D0%97%20%D0%BE%D1%82%2028.12.2018%D0%B3..pdf> (Дата обращения 22.10.2020)

3. Паспорт регионального проекта «Молодые профессионалы (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)» // Официальный сайт МИНИСТЕРСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ Чеченской Республики URL: <https://mon95.ru/media/4mrdgm2y/%D0%BC%D0%BF-%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82-2020-%D0%B3.pdf> (дата обращения: 01.11.2020).

4. Национальный проект «Образование» // Официальный сайт Министерства просвещения Российской Федерации URL: <https://edu.gov.ru/national-project> (дата обращения: 01.11.2020).

5. Нацпроект «Образование» (Документы) // Официальный сайт министерства образования и науки Чеченской Республики URL: <https://mon95.ru/nacproekt-obrazovanie/dokumenty> (дата обращения: 01.11.2020).

6. Российский статистический ежегодник. 2019. [Электронный ресурс] // <https://rosstat.gov.ru/publications-plans> (дата обращения: 22.10.2020)

7. Чеченский статистический ежегодник. 2019. [Электронный ресурс] // <https://chechenstat.gks.ru/search?q=%D0%B5%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA> (дата обращения: 22.10.2020)

МЕТОДЫ И СРЕДСТВА ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ РЕЙДЕРСКИМ ЗАХВАТАМ В РФ

А.С. Торопова, В.В. Бричка, Е.А. Приходько
Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, ToropovaNastya@yandex.ru,
brichka.viktoriya@gmail.com

Рейдерский захват сегодня в РФ, как и в любой стране, трудно предсказать и доказать. В современной развивающейся экономике появляется все больше коммерческих организаций, соответственно сохранение бизнеса от внешнего вмешательства, которое может стать угрозой потери всего бизнеса. В работе раскрывается специфика проведения рейдерских захватов, а также исследуются современные методы и средства противодействия рейдерству в аспекте видов рейдерских захватов.

Raider seizure today in the Russian Federation, as in any country, is difficult to predict and prove. In the modern developing economy, more and more commercial organizations appear, and accordingly, the preservation of business from external interference, which can become a threat to the loss of the entire business. The paper reveals the specifics of conducting raider seizures, and also examines modern methods and means of countering raiding in terms of the types of raider seizures.

Рейдерство – это принудительный захват власти компании, который происходит вне зависимости от желания руководителя [1].

В истории есть известный случай примера рейдерства направленный на французскую компанию. Попытка захвата власти была предпринята бароном Жаном де Батцем. По его инициативе был подготовлен доклад о ликвидации Ост-Индской компании, который был провокацией, Задумкой барона была массовая продажи акции. Данные манипуляции были предприняты для того, чтобы скупить акции компании по низкой цене.

Рейдерство осуществляется для следующих целей:

1) Устранение конкуренции. Рейдерами в данном случае являются конкурирующие компании, которые пытаются захватить большую долю рынка, чтобы занять лидирующую позицию, либо просто более выгодную.

2) Оптимизация производства. Поглощение компании производится с целью совершенствования предприятия, роста его эффективности.

3) Захват с целью перепродажи. Чаще всего захваченная собственность перепродается неоднократно, новым собственникам, которые не осведомлены о том, каким образом она была получена. Многократная перепродажа направлена на минимизацию возможности возвращения собственности.

4) Захват с инвестиционной целью. Это одна из схем вложения денег, которая может принести существенную прибыль.

5) Получение контроля. Так же форма размещения средств, но происходит она за счет получения власти над активами предприятия [2].

Российские рейдеры используют следующие методы захвата:

1) Мошенничество, в этом случае предполагается подделка документов, взятки должностным лицам, в том числе и чиновникам.

2) «Гринмейл». Психологическая атака, суть которой заключается в том, чтобы все происходящее не выходило за рамки закона. Здесь целью является не получения контроля над предприятием, а выгодная продажа акций, цена которых превышает рыночную.

3) Силовой захват, это метод, который уходит в прошлое, в настоящее время редко применяется. Силовой захват легко можно сравнить с грабежом. Используется силовой захват предприятия преступной группой лиц, которая добивается смены владельца максимально криминальными методами.

4) Банкротство, это метод, включающий в себя выкуп кредитных обязательств компании рейдерами, после чего они выставляют неосуществимые требования руководству. Руководители выполнить требования не могут, и успешные в своей области компании продаются за копейки [3].

5) Скупка акций. Сущность данного метода заключается в выкупе рейдерами акций у мелких акционеров. В дальнейшем даже при небольшом количестве акций мешают нормальной работе компании, тем самым акционером выгоднее продать компании и получить хоть какие-то деньги [3].

Данные методы используются в различных схемах рейдерского захвата, что отражено ниже в таблице 1.

Таблица 1 – Виды рейдерских захватов и используемые в них методы

Виды рейдерских захватов	Используемые методы				
	Мошенничество	«Грин-мейл»	Силовой захват	Банкротство	Скупка акций
Белое рейдерство				✓	
Серое рейдерство		✓			✓
Черное рейдерство	✓		✓		

Организации, которые подвергаются рейдерским захватом, как правило обладают рейдпригодным активом. У предприятий, которые подвергались рейдерским захватом существуют тактические и стратегические ошибки, которые допустили собственники.

К стратегическим ошибкам можно отнести:

- 1) создание непрозрачной структуры собственности
- 2) строится неконтролируемая система корпоративного управления
- 3) слабая мотивация менеджмента
- 4) отсутствует контроль и мониторинг кредиторской задолженности
- 5) неправильные отношения с акционерами, неразумное ведение дивидендной политики

К тактическим ошибкам можно отнести:

- 1) несвоевременность установление и идентификация рейдеров
 - 2) развитие конфликта между собственниками и топ-менеджерами
- Вот только несколько ошибок, которые совершают предприятия.

Чаще всего, рейдерских захват не происходит молниеносно. Обязательно есть предпосылки к этому и если вовремя заменить, то можно предотвратить рейдерских захват.

Методы защиты рейдерских захватов:

1) Структурирование бизнеса, то есть не стоит держать все активы компании в одном месте. Их можно разделить на несколько, перевести часть имущества на ИП, сделать одни компании более закрытыми.

2) Защита акций, то есть необходимо усилено и самостоятельно контролировать реестр собственников. Также, чтобы защитить акции от захвата можно обременить их обязательствами перед третьими лицами.

3) Защита активов, как правило цель рейдеров не сама компания, а активы компании. Таким образом, нужно принимать первоочередные меры по созданию препятствий к отчуждению имущества [4].

Для того, чтобы предотвращать рейдерские атаки прежде всего, нужно проводить раз в год аудиторские проверки, чтобы понимать насколько документация отвечает требованиям закона. Нужно обязательно проверять кредиторскую и дебиторскую задолженность. Также, стоит мониторить внезапно возникающие проблемы. [5]

Методы противодействия рейдерству делятся по уровню законности методов захвата, а также имеют условное разделение на тактические (то что может быть выполнено в данный момент, для увеличения безопасности компании) и стратегические (решения, которые должны быть приняты для будущей безопасности организаций). Помимо этого, противодействовать рейдерству может не только организация, но и государство в целом, что отражено в таблице 2.

Таблица 2 – Виды рейдерских захватов и методы противодействия

Виды рейдерских захватов	Методы противодействия			
	Тактические		Стратегические	
	Предприятие	Государство	Предприятие	Государство
Белое рейдерство	Законность и прозрачность учета активов	Противодействие коррупции	Формирование защищенной бизнес-структуры	Введение закона о неправомерное использование инсайдерской информации
Серое рейдерство	Контроль над кредиторской задолженностью		Взвешенная кадровая политика	
Черное рейдерство	Постоянный мониторинг ситуации			Ужесточение уголовной ответственности

В настоящее время в уголовном кодексе РФ нет статьи, которая регулирует рейдерство. Но, тем не менее, в зависимости от конкретной ситуации, преступников могут осудить более чем по 10 статьям. Самое распространённое считается 159 УК РФ- мошенничество, которое подразумевает захват чужого имущества незаконным способом. Помимо 159 статьи, преступников часто могут осудить по: 170 УК РФ (Регистрация незаконных сделок с недвижимым имуществом), 173 УК РФ (Незаконное использование документов для образования юридического лица), 179 УК РФ (Принуждение к совершению сделки), 183 УК РФ (Незаконные получение и разглашение сведений, составляющих коммерческую, налоговую или банковскую тайну), 186 УК РФ (Изготовление, хранение, перевозка или сбыт поддельных денег или ценных бумаг), 196 и 197 УК РФ (преднамеренное и фиктивное банкротство), 303 УК РФ (фальсификация доказательств), 327 УК РФ (подделка документов) [3].

Литература:

1. Предупрежден, значит, вооружен. Рейдерские захваты в России [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/370> (дата обращения: 15.10.2020).
2. Враждебное поглощение [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://answer.pro/articles/5489-vrazhdebnoe-pogloshhenie/> (дата обращения: 20.10.2020).
3. Рейдерский захват [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://ugolovnyi-expert.com/rejderskij-zaxvat-chto-eto-takoe/> (дата обращения: 23.10.2020).
4. Противодействия рейдерским захватам [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://www.gradient-alpha.ru/protivodeystvie-rejderskim-zakhvatam/> (дата обращения: 25.10.2020).
5. Рейдерские захваты собственности как угроза экономической безопасности государства и бизнеса [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37289589> (дата обращения: 26.10.2020).

МОДЕЛИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ С ПОМОЩЬЮ МОДЕЛИ ЭБО

В.И. Ульмасов, А.И. Селезнёва

**Уфимский государственный авиационный технический
университет, г. Уфа, uv1902@mail.ru**

В статье рассматривается содержание и применение модели Эдвардса-Белла-Ольсона при определении рыночной стоимости компании. Выделены основные преимущества применения метода по сравнению с классической моделью. Приведена целесообразность применения метода в российских условиях.

The article discusses the content and application of the Edwards-Bell-Olson model in determining the market value of a company. The main advantages of using the method in comparison with the classical model are highlighted. The expediency of using the method in Russian conditions is given.

Тема оценки бизнеса часто обсуждается в корпоративных финансах. Оценка бизнеса обычно проводится, когда компания хочет продать все или часть своих операций, а также когда хочет произвести процесс слияния или приобрести другую компанию.

Оценка бизнеса - это процесс определения текущей стоимости бизнеса, использования объективных мер и оценки всех аспектов бизнеса.

Оценка бизнеса - это общий процесс определения экономической стоимости всего предприятия или подразделения компании. Оценка бизнеса может использоваться для определения справедливой стоимости бизнеса по ряду причин, включая стоимость продажи, установление права собственности партнера, налогообложение и даже “бракоразводный процесс”. Владельцы часто обращаются к профессиональным оценщикам за объективной оценкой стоимости бизнеса.

Существует несколько формальных моделей, которые можно использовать, но выбор правильной и соответствующих входных данных может быть несколько субъективным. К примеру, оценка его рыночной капитализации, мультипликаторов прибыли или балансовой стоимости.

Оценка бизнеса может включать анализ руководства компании, ее структуры капитала, перспектив будущей прибыли или рыночной стоимости ее активов. Инструменты, используемые для оценки, могут варьироваться в зависимости от оценщиков, предприятий и отраслей. Общие подходы к оценке бизнеса включают обзор финансовой отчетности, модели дисконтирования денежных потоков и аналогичные сравнения компаний.

При оценке стоимости бизнеса применимы как традиционные методы, так и синтетические методы оценки. К последнему следует отнести модель Эдвардса-Белла-Ольсона (ЭБО; Edwards-Bell-Ohlson model).

Модель базируется на основе экономической добавленной стоимости (EVA). Принципиальное отличие последней состоит в том, что она включает не только акционерный капитал, но и заемный, в то время как первый включает в себя только собственный. При этом, следует отметить, что обе концепции базируются на таком принципе как “остаточная прибыль”, которая может быть представлена как прибыль за исключением ожидаемого в будущем уровня доходности.

Классическая модель представляет собой (1) разность фактической прибыли (ФП_t), которая получена от использования капитала за некоторый период t и стоимости, необходимой для привлечения и обслуживания имеющегося капитала, выраженной в процентах, умноженной на стоимость (С_t) всех имеющихся активов компании в начале некоторого периода t:

$$\text{ЭДС}_t = \text{ФП}_t - \text{С}_t \times \text{А}_{t-1} \quad (1)$$

При этом, в качестве фактической прибыли может быть принята как прибыль, полученная до уплаты процентов, так и чистая операционная прибыль за минусом предварительно скорректированных налогов. Стоимость активов принимается за средневзвешенную стоимость капитала компании, а стоимость, необходимая для привлечения и обслуживания за совокупные активы.

Синтетическая же модель принимает вид как разность чистого дохода и стоимости акционерного капитала, умноженной на стоимость чистых активов:

$$\text{ЭДС}_t = \text{ЧД}_t - \text{СТ} \times \text{ЧА}_{t-1} \quad (2)$$

В тоже время, учитывая, что отношение чистого дохода (ЧД_t) к стоимости чистых активов (ЧА_{t-1}) есть рентабельность собственного капитала (ROE_t), можно преобразовать модель (2):

$$\text{ЭДС}_t = (\text{ROE}_t - \text{СТ}) \times \text{ЧА}_{t-1} \quad (3)$$

Стоимость компании предполагает зависимость и от инвестированного капитала, и от ожидаемой доходности, следовательно, стоимость компании есть сумма стоимости чистых активов и ЭДС за все время функционирования компании:

$$MV_t = \text{ЧА}_t + \sum_{i=1}^{\infty} \text{ЭДС}_{t+i} \quad (4)$$

Стоимость чистых активов (балансовая стоимость) предполагает, что при соотношении чистого прироста, ее стоимость на конец периода равна стоимости на начало, включающей прибыль (ЧД), полученную компанией за данный период за минусом выплачиваемых дивидендов (D_t):

$$\text{ЧА}_t = \text{ЧА}_{t-1} + \text{ЧД} - D_t \quad (5)$$

Записанная модель условна, а потому компания имеет бесконечный период существования:

$$MV_t = \text{ЧА}_t + \sum_{i=1}^{\infty} \frac{E_t \times [\text{ЧД}_{t+i} - \text{Ц}_{\text{АК}} \times \text{ЧА}_{t+i-1}]}{(1 + \text{Ц}_{\text{АК}})^i} \quad (6)$$

Преобразованная модель включает в себя новые параметры: E_t – предполагаемые значения в ожидаемый период времени t на основе

доступной информации; Π_{AK} – цена собственного (акционерного) капитала.

Для формулы (3) модель примет вид:

$$MV_t = \text{ЧА}_t + \sum_{i=1}^{\infty} \frac{E_t \times [(ROE_{t+i} - \Pi_{AK}) \times \text{ЧА}_{t+i-1}]}{(1 + \Pi_{AK})^i} \quad (7)$$

При этом ЧА_{t+i-1} может быть рассчитана следующим образом:

$$\text{ЧА}_{t+i-1} = \text{ЧА}_{t+i-1} + \text{ЧД}_{t+i} - D_{t+i} = \text{ЧА}_{t+i-1} + (1 - k) \times \text{ЧД}_{t+i} \quad (8)$$

Преобразуем уравнение, введя в него рентабельность собственного капитала:

$$\text{ЧА}_{t+i-1} = \text{ЧА}_{t+i-1} \times (1 + (1 - k) \times ROE_{t+i}) \quad (9)$$

Следует учесть, что величина D_{t+i} предполагает величину выплачиваемых дивидендов за ожидаемый период $(t+i)$, а коэффициент k – процент от величины чистого дохода (ЧД), направляемый ежегодно на выплату дивидендов. Также этот коэффициент учитывает в себе все изменения в стоимости чистых активов, которые могли быть не отражены в величине ЧД.

Рыночная стоимость, определенная с помощью метода ЭБО сопоставима с результатами расчета рыночной стоимости с помощью традиционных методов (дисконтирование денежных потоков и дивидендов).

Одним из преимуществ метода ЭБО является отражение в модели не распределения капитала, а процесса его накопления; это существенно отличает его от метода, предполагающего дисконтирование дивидендов.

Полученная модель (7) не учитывает точный горизонт прогнозирования, что вызывает необходимость включения в модель расчета “продленной стоимости”, представляющей собой разницу между рыночной и балансовой стоимостью фирмы:

$$MV_{TERMINAL} = \frac{E_t \times [(ROE_{t+T+1} - \Pi_{AK}) \times \text{ЧА}_{t+T}]}{\Pi_{AK} \times (1 + \Pi_{AK})^T} \quad (10)$$

Модифицированная модель рыночной стоимости примет вид:

$$MV_t = \text{ЧА}_t + \sum \frac{E_t \times [(ROE_{t+i} - \Pi_{AK}) \times \text{ЧА}_{t+i-1}]}{(1 + \Pi_{AK})^i} + \frac{E_t \times [(ROE_{t+T+1} - \Pi_{AK}) \times \text{ЧА}_{t+T}]}{\Pi_{AK} \times (1 + \Pi_{AK})^T} \quad (11)$$

Данный вариант модели ЭБО можно назвать наиболее правильным для применения на практике.

Преимуществом к практическому применению данной модели является наличие всех необходимых показателей в бухгалтерской отчетности компании. Модель исключает необходимость прогнозирования представленных показателей, что строго фиксирует оценку рыночной стоимости компании.

Модель ЭБО обладает огромным потенциалом для определения стоимости компании в российских реалиях, поскольку первоосновой для оценки стоимости компании выступает величина чистых активов, которая больше всего вызывает доверие среди аналитиков и инвесторов.

Литература:

1. Коваленко М.И. Экономико-математическое моделирование деятельности торгового предприятия [Электронный ресурс] // Международный студенческий научный вестник. – 2019. – № 1. URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=19487> (дата обращения: 02.11.2020).

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ НОВОГО ВЫЗОВА

А.М. Филюк, В.Е. Боряев, Е.В. Костяева
Новосибирский государственный технический университет
Новосибирск, alisafm_99@mail.ru

В статье рассмотрены актуальные проблемы формирования и исполнения бюджета Новосибирской области в условиях пандемии коронавирусной инфекции Covid-19. Выявлены причины и факторы, негативно повлиявшие на состояние регионального бюджета.

The article deals with current problems of forming and executing the budget of the Novosibirsk region in the context of the Covid-19 coronavirus pandemic. The reasons and factors that negatively affected the state of the regional budget are identified.

Сложившаяся эпидемиологическая ситуация, связанная с распространением Covid-19 в мире, оказывает негативное влияние на экономику, и как следствие на состояние бюджетов всех уровней.

Из данных ФНС Российской Федерации стало известно, что в финансовом эквиваленте по итогам 8 месяцев 2020 года объем прямой финансовой поддержки бизнеса из бюджетов превысил 200 млрд руб.:

– субсидии на сохранение численности работающего персонала получили 2,2 млн предприятий в сумме 90,9 млрд рублей;

- субсидии на дезинфекцию и профилактику - 293 тыс. предприятий на сумму 11,6 млрд рублей;
- освобождение от уплаты налогов и взносов за II квартал 2020 года - 2 млн субъектов МСП из пострадавших отраслей и социально ориентированных некоммерческих организаций на 75 млрд рублей по уже поданным декларациям;
- предоставление отсрочек на 30 млрд рублей, рассрочек - на сумму более 25 млрд рублей [4].

Федеральный бюджет на этом фоне перешел из зоны профицита в зону дефицита.

Новосибирская область (далее НСО) также столкнулась с рядом проблем в процессе формирования и исполнения бюджета. Дефицит регионального бюджета имел место и в предыдущие годы, однако регион успешно изыскал источники для его покрытия. Государственный долг по сравнению с 2018 г. не увеличился и составил 44,2 млрд. руб.

Анализ формирования и исполнения бюджета Новосибирской области в 2015- 2019 гг. представлены ниже (Рисунок 1).



Выполнено по [1].

Рис. 1. Динамика бюджета Новосибирской области в 2015 -2019 гг., млрд руб.

На рисунке 1 видно, что в 2015 - 2016 гг. был незначительный дефицит бюджета, затем в 2017 - 2018 гг. бюджет был исполнен с профицитом. По итогам 2019 г. расходы вновь превысили доходы на 6,3 млрд руб. Основной причиной дефицита стало неисполнение областного бюджета по налоговым и неналоговым доходам в сумме 6048,8 млн руб.

Фундаментальными причинами явились сокращение реальных доходов населения и снижение объемов добычи в угледобывающей

отрасли на 1,2 млн тонн, которое явилось фактором снижения поступлений по налогу на прибыль.

В 2020 г. ситуация с региональным бюджетом складывается не совсем ординарная, так как пришлось перераспределять ресурсы с одной статьи на другую, а «выпадающие» доходы компенсировать за счет траншей из федерального бюджета. Губернатор НСО Андрей Травников на брифинге для СМИ объявил, что доходы бюджета Новосибирской области из-за пандемии коронавируса Covid-19 снизятся на 20 млрд руб. [2]. Из-за введённых ограничений целые отрасли столкнулись с финансовыми трудностями, поэтому меры поддержки бизнеса и граждан в регионе были разнообразными: мораторий на проверки предприятий; введение беспроцентных кредитов на зарплату; снижение страховых взносов; введение налоговых «каникул», для предприятий, пострадавших из-за введения ограничений; отсрочка арендных платежей; безвозмездные субсидии. Значительные ресурсы были выделены на поддержку здравоохранения (обеспечение больниц необходимыми лекарственными препаратами, медицинским оборудованием и т.д.).

Исследование мнений экспертов и представителей органов власти и управления позволили выявить ключевые факторы, которые оказали негативное влияние на формирование бюджета НСО в 2020 году (Рисунок 2).

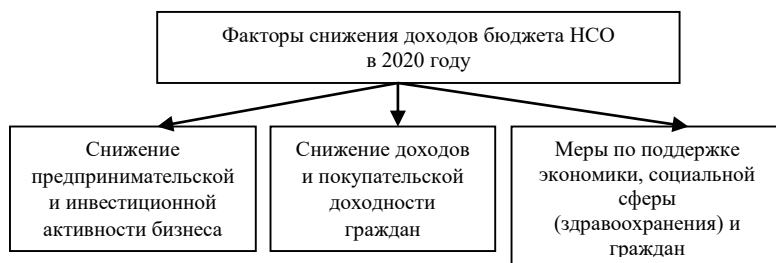
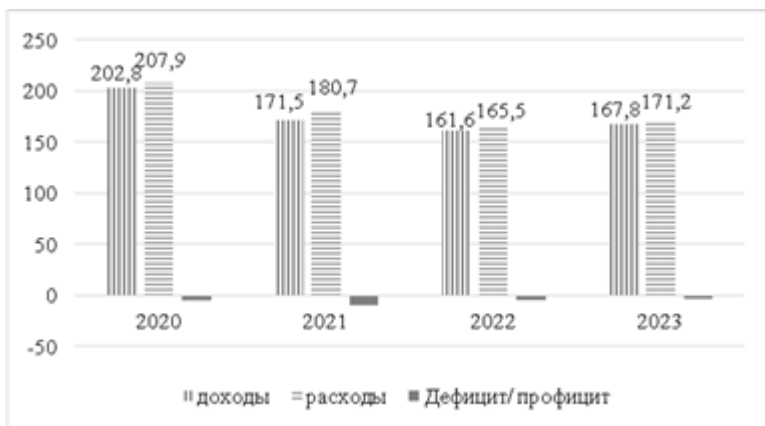


Рис. 2- Факторы снижения доходов бюджета Новосибирской области

Комплекс мер региональной поддержки в связи с пандемией коронавируса Covid-19 косвенно или напрямую способствовал снижению доходов и росту расходов бюджета, что явилось предпосылкой для внесения внеочередной корректировки бюджета, третьей по счету в текущем году. Корректировка закона о бюджете была обусловлена необходимостью отражения федеральной дотации для компенсации недобора доходов областного бюджета НСО и региональных решений, связанных с финансированием мероприятий по

предотвращению распространения коронавирусной инфекции Covid-19 (Рисунок 3).



Выполнено по [3]

Рис. 3. План бюджета Новосибирской области на 2020 г. (с поправками от 06.11.2020) и последующие 2021 - 2023 гг., млрд руб.

На рисунке 3 видно, что бюджет Новосибирской области в отчетном году и последующих годах будет исполняться с дефицитом, что в свою очередь приведет к росту государственного долга.

С целью недопущения ухудшения ситуации в сфере региональных финансов Правительству региона, органам государственного и муниципального контроля необходимо обеспечить реализацию комплекса мер в краткосрочной и долгосрочной перспективе:

- Обеспечение систематического контроля за целевым и эффективным использованием бюджетных средств;
- Постоянный мониторинг и анализ состояния целевых показателей регионального бюджета;
- Повышение эффективности налогового администрирования налогов и особенно в части региональных налогов;
- Повышение инвестиционной и предпринимательской активности бизнеса с учетом лучших практик других регионов;
- Повышение благосостояния и реальных доходов граждан.
- Повышение доли собственных доходов региона, которое в свою очередь повысит самостоятельность региона.

Считаем, что предложенные меры будут способствовать повышению бюджетной устойчивости региона и позволят выполнить запланированные параметры бюджета Новосибирской области.

Литература:

1. Закон Новосибирской области от 14.07.2020 г N 507- ОЗ «Об исполнении областного бюджета Новосибирской области на 2019 год» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://http://mfns0.nso.ru/page/495> (дата обращения 07.11.2020).
2. Потери бюджета Новосибирской области от коронавируса оценили в 20 млрд руб. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nsk.aif.ru/money/poteri_byudzheta_novosibirskoy_oblasti_ot_koronavirusa_ocenili_v_20_mlrdrubl (дата обращения 04.11.2020).
3. Проект закона Новосибирской области «Об областном бюджете Новосибирской области на 2021 год и плановый период 2022 и 2023 гг.» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (дата обращения 10.11.2020).
4. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] : официальный сайт – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/10034883/(дата обращения 09.11. 2020).

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ КАК ЭЛЕМЕНТА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А.А. Храмых

**Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, ann77_01@mail.ru**

В данной статье рассматривается финансовый результат, как элемент экономической безопасности. Кроме того, рассмотрены показатели ликвидности и платежеспособности организации.

The article reviews the financial result as an element of economic security. In addition, the indicators of liquidity and solvency of the organization are considered.

В современных условиях вопросы экономической безопасности выходят на первый план для каждого хозяйствующего субъекта. Собственники и руководители организаций вынуждены постоянно принимать решения в целях нейтрализации различных угроз и повышения устойчивого развития предприятия. Обоснованность данных решений во многом зависит от правильной оценки текущего уровня экономической безопасности предприятия и факторов, на него влияющих.

Экономическая безопасность предприятия включает в себя совокупность факторов, связанных не только с внутренним состоянием

самого предприятия, но и с воздействием факторов внешней среды, с которыми предприятие вступает во взаимосвязь.

Следовательно, под экономической безопасностью предприятия понимается такое состояние хозяйствующего субъекта, при котором предприятие защищено от внешних и внутренних угроз, а также его деятельность направлена на получение стабильного дохода в условиях бесперебойной работы и при задействовании всех ресурсов.

Расчет показателей для оценки уровня экономической безопасности произведен на основании данных финансовой отчетности ПАО «Аэрофлот» и представлен в таблице 1 [1].

ПАО Аэрофлот - лидер российского рынка авиаперевозок и одна из крупнейших авиакомпаний стран СНГ и Восточной Европы, история которой началась в 1923 году. В России авиакомпания имеет 4 филиала: в Санкт-Петербурге, Калининграде, Перми и Владивостоке.

Основным видом деятельности данной организации является оказание услуг авиационных перевозок. ПАО «Аэрофлот» - лидер российского рынка авиаперевозок и одна из крупнейших авиакомпаний стран СНГ и Восточной Европы.

Компания является одной из старейших авиакомпаний мира и одним из наиболее узнаваемых российских брендов. Три года подряд признан самым сильным брендом среди авиакомпаний мира в рейтинге ведущего в мире независимого консультанта по оценке брендов Brand Finance. В 2018 году существенно укрепил свои позиции в списке крупнейших авиаперевозчиков мира по пассажиропотоку и пассажирообороту.

Таблица 1 - Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ПАО «Аэрофлот» за 2018-2019 гг.

Показатели	2018 г.	2019 г.	Отклонение, +/-	Темп изменения, %
Выручка	504696789	551767420	47070631	109,33
Себестоимость продаж	499683382	542976396	43293014	108,66
Валовая прибыль	5013407	8791024	3777617	175,35
Прибыль от продаж	38612725	36795771	-1816954	95,29
Прибыль до налогообложения	4082708	2317013	-1765695	56,75
Чистая прибыль	2796104	5286800	2490696	189,08

Таким образом, на основании произведенных расчётов можно сделать следующие выводы: выручка за 2019 год составила 551 767 420 тыс. руб., что на 9,33 % превышает результат за 2018 год. Динамика выручки обусловлена ростом производственных показателей компании, а также динамикой курсов основных валют. Себестоимость продаж за 2019 год составила 542 976 396 тыс. руб., что на 8,66 % превышает показатель предыдущего года. Рост всех статей затрат обусловлен развитием компании и увеличением объемов перевозок, а также воздействием внешних факторов, в том числе существенным ростом стоимости авиационного топлива и ростом расходов на аэронавигацию, аэропортовые сборы и наземного обслуживания на фоне увеличения тарифов на обслуживание в ряде аэропортов. Валовая прибыль увеличилась на 75,35 % и составила 8 791 024 тыс. руб. Прибыль до налогообложения уменьшилась на 43,25 % и составила 2 317 013 тыс. руб. Таким образом, в результате влияния вышеуказанных факторов чистая прибыль за 12 месяцев 2019 года составила 2 490 696 тыс. руб., увеличившись с начала года на 89,08 %.

Перейдем к анализу ликвидности ПАО «Аэрофлот» за 2018-2019 гг. Показатели рассчитаны на основе бухгалтерского баланса организации и представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Показатели ликвидности ПАО «Аэрофлот» за 2018-2019 гг. тыс. руб.

Показатели	2018 г.	2019 г.
Актив		
Наиболее ликвидные активы (А1)	12 371 604	7 481 583
Быстро реализуемые активы (А2)	82 150 336	104 635 508
Медленно реализуемые активы (А3)	10 912 076	12 507 261
Трудно реализуемые активы (А4)	66 217 883	74 307 388
Пассив		
Наиболее срочные обязательства (П1)	93 992 946	95 785 513
Краткосрочные пассивы (П2)	9 159 956	22 928 774
Долгосрочные пассивы (П3)	7 883 777	9 409 138
Постоянные пассивы (П4)	60 615 220	70 808 315

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги по каждой группе активов и пассивов. Анализ ликвидности представлен в таблице 3.

Таблица 3 - Анализ соотношения показателей ликвидности ПАО «Аэрофлот» за 2018-2019 гг.

Абсолютно ликвидный баланс	Соотношение активов и пассивов баланса	
	2018 г.	2019 г.
$A1 \geq П1$	$A1 \leq П1$	$A1 \leq П1$
$A2 \geq П2$	$A2 \geq П2$	$A2 \geq П2$
$A3 \geq П3$	$A3 \geq П3$	$A3 \geq П3$
$A4 \leq П4$	$A4 \geq П4$	$A4 \geq П4$

Проанализировав ликвидность ПАО «Аэрофлот», можно сделать следующие выводы: баланс предприятия на 2018-2019 гг. нельзя считать ликвидным, т.к. первое условие из соотношений групп активов и пассивов не отвечает условиям абсолютной ликвидности баланса. Следовательно, ликвидность организации в рассматриваемых периодах можно охарактеризовать как недостаточную. В 2018-2019 гг. наблюдается недостаточность наиболее ликвидных средств. Однако ситуация в отношении долгосрочной перспективы является положительной, т.к. медленно реализуемые активы превышают долгосрочные обязательства.

Наряду с абсолютными показателями ликвидности и платежеспособности рассчитываются и относительные, которые представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Коэффициенты, используемые для оценки платежеспособности ПАО «Аэрофлот» за 2018-2019 гг., доли ед.

Показатели	Нормативное значение	2018 г.	2019 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\geq 0,2$	0,12	0,06
Коэффициент текущей ликвидности	1 - 2	1,02	1,05
Коэффициент быстрой ликвидности	0,7 - 1,5	0,92	0,94

Данные таблицы свидетельствуют о том, что ввиду низкого коэффициента абсолютной ликвидности, состояние организации можно характеризовать как нестабильное. Коэффициент текущей ликвидности применяется для оценки финансовой устойчивости организации с точки зрения покупателей и держателей акций. На период 2018-2019 гг. значение данного показателя находится в пределах нормы, что говорит о положительном явлении. Динамика коэффициента демонстрирует

увеличение значения, что можно оценить, как благоприятную тенденцию. В итоге, данные расчётные коэффициенты свидетельствуют о неустойчивом финансовом состоянии ПАО «Аэрофлот».

Таким образом, устойчивое функционирование и развитие организации в условиях рыночной экономики определяется их способностью своевременно и адекватно реагировать на изменение внешней и внутренней среды, что проявляется в показателях, характеризующих финансовую устойчивость. Поэтому очевидна необходимость систематического проведения комплексного экономического анализа финансового состояния предприятия, мониторинга тенденции изменения основных показателей хозяйственной деятельности. Только такой подход позволит обеспечить эффективное управление, функционирование и развитие организации. Можно сказать, что необходимым условием экономической безопасности предприятия является достижение им финансовой устойчивости.

Литература:

1. Аэрофлот - Российские авиалинии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.aeroflot.ru/ru-ru/>
2. Павлова А.В., ПАО «Аэрофлот» на рынке Российских авиакомпаний // Вестник транспорта. - 2017. - № 1. - С. 24-26.
3. Бурлакова О.А., Овсепян А.М. Анализ прибыли как главного финансового результата деятельности предприятия // Экономика, Бизнес, Инновации. - 2018 г. - С. 77-81

УГРОЗЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

К.В. Щепина, Е.В. Костяева
Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, kostjaeva@bk.ru

В статье исследованы и систематизированы угрозы финансовой безопасности субъектов малого и среднего предпринимательства сделана оценка негативного влияния новых вызовов на финансовую безопасность. Проведен анализ результативности отдельных мер государственной поддержки малого и среднего бизнеса.

The article examines and systematizes threats to the financial security of small and medium-sized businesses and assesses the negative impact of new challenges on

financial security. The analysis of the effectiveness of individual measures of state support for small and medium-sized businesses.

Пандемия коронавирусной инфекции Covid-19 стала серьезным вызовом для мирового и отечественного бизнеса, особенно для сегмента малого и среднего предпринимательства (далее МСП). Изучение мнений отечественных и зарубежных авторов позволили систематизировать внутренние и внешние угрозы финансовой безопасности субъектов МСП (Рисунок 1).

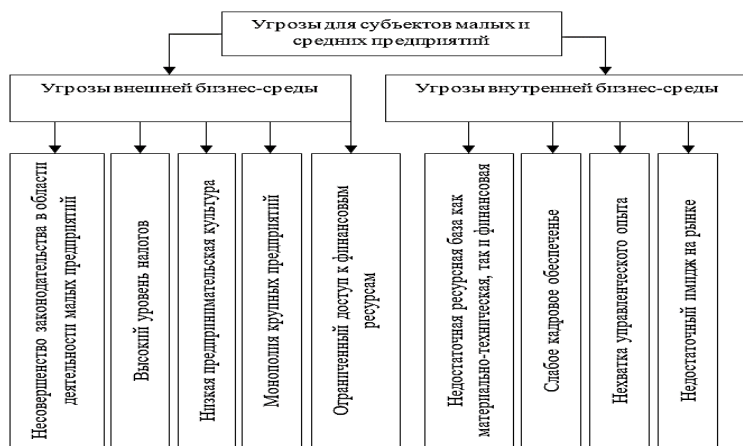


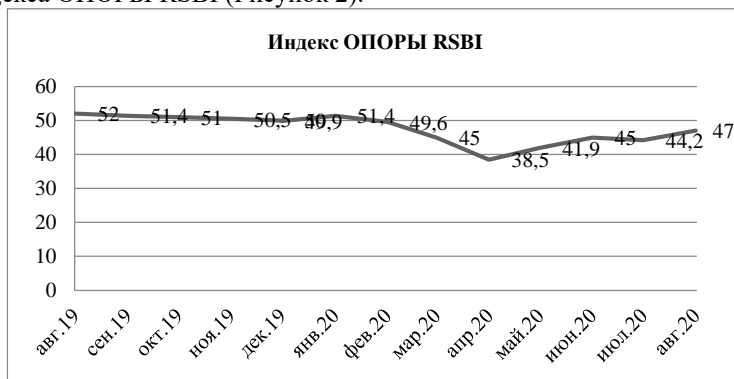
Рис. 1. Внутренние и внешние угрозы для субъектов малых и средних предприятий.

Выявленные угрозы субъектов МСП становятся еще более опасными в условиях новых вызовов, связанных пандемией коронавирусной инфекции Covid-19. Под вызовом в финансовой безопасности следует понимать внутренние и внешние факторы рынка, которые влекут за собой понижение состояния защищенности, приостановку деятельности предприятий или финансовым потерям.

В условиях массовой самоизоляции и карантинных мер, субъекты МСП столкнулись с такими угрозами как сокращение и неисполнение заказов, спровоцировавшие резкое падение доходов и прибыли.

Негативные последствия на показателях финансового состояния субъектов МСП пока сложно оценить из-за отсутствия официальной статистики. Но из средств массовой информации уже известно о разорении и закрытии предприятий общественного питания, туроператоров, салонов красоты, фитнес – центров и предприятий других

сфер деятельности. Количество субъектов МСП к ноябрю 2020 года уменьшилось на 222665 единиц или 4 % (по сравнению с аналогичным периодом 2019 года). За этими цифрами пока скрываются как отрицательные экономические и бюджетные эффекты (снижение доли МСП в ВВП, снижение доходов и прибыли, снижение налоговых поступлений в бюджет), так и отрицательные социальные эффекты, выражающиеся в росте безработицы, падении доходов населения, росте показателей бедности. В течение 2020 года, особенно во втором полугодии, наблюдалось ухудшение «бизнес-настроений» в сегменте малого и среднего бизнеса, что наглядно прослеживается на динамике индекса ОПОРЫ RSBI (Рисунок 2).



Выполнено по [2]

Рис. 2. Индекс деловой активности в динамике в 2020 году, пунктов.

Из данных рис. 2 видно, что индекс RSBI демонстрировал стремительное снижение деловой активности субъектов МСП в период с февраля по апрель 2020 г. Затем наблюдается небольшой рост деловой активности малого и среднего бизнеса, индекс RSBI поднимается до 47,0 пунктов. Предполагаем, что улучшение ситуации произошло благодаря принятию и реализации мер государственной поддержки.

В сложившейся ситуации малые и средние предприятия не в состоянии самостоятельно обеспечить достаточный уровень своей финансовой безопасности, в связи с чем еще более актуализируются вопросы систематической оценки рисков и угроз, с целью их минимизации и нейтрализации. Чтобы не допустить банкротства малых и средних предприятий Правительство РФ оказал мощную поддержку в это непростое время. Анализ официальных данных о некоторых меры поддержки с участием государства, которые позволили оценить предварительные результаты (Таблица 1).

Таблица 1- Виды и результаты государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства

Меры государственной поддержки	Характеристика	Результаты
Льготные кредиты (субсидированные процентных ставок)	беспроцентный кредит на выплату зарплат	поддержку получили 23,4 тыс. компаний (в общей сумме 58,6 млрд. руб.) Мера охватывает 805 тыс. занятых человек.
	кредит на зарплату по ставке 2% с возможностью 100% списания при сохранении персонала	57 банков подали заявки охват 3,5 млн. занятых в сегменте малого и среднего бизнеса
Гранты	на выплату зарплат	выдано 680 тысяч грантов на сумму 33,8 млрд руб.
Субсидии	на сохранение численности работающего персонала	2,2 млн компаний с 7,5 млн работников на 90,9 млрд рублей
	дезинфекцию и профилактику	293 тыс. компаний с 1 млн сотрудников на 11,6 млрд рублей
Отсрочка арендных платежей	перенос платы за аренду объектов государственного или муниципального имущества с 2020 года на 2021 год.	арендаторы федеральных объектов высвободили по 966 соглашениям 263 млн руб. арендаторы муниципальных объектов высвободили по 3200 соглашениям 1,1 млрд. руб.
Налоговые льготы	освобождение от уплаты налогов и взносов за II квартал 2020 года	2 млн субъектов МСП из пострадавших отраслей и социально ориентированных некоммерческих организаций на 75 млрд рублей по уже поданным декларациям
	отсрочки и рассрочки по уплате налогов и взносов	предоставлены отсрочки на 30 млрд рублей, а рассрочки - на сумму более 25 млрд рублей.

Составлено по [3, 4, 5, 6].

В таблице приведены лишь те меры, по которым уже есть предварительные результаты, однако есть и косвенные меры поддержки, оценить которые пока невозможно.

В условиях новых вызовов, связанных с распространением новой коронавирусной инфекции субъекты МСП должны научиться грамотно, управлять рисками, а не только надеяться на государственную поддержку. Собственники и менеджеры малых и средних предприятий должны уметь идентифицировать риски, правильно их оценивать, что позволит нейтрализовать угрозы финансовой безопасности даже в условиях новых вызовов.

Литература:

1. Единый реестр малого и среднего предпринимательства режим [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения 10.11.2020). Загл. с экрана.
2. Индекс ОПОРЫ RSBI. Официальный сайт «ОПОРА РОССИИ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://opora.ru/projects/indeks-opory-rsbi> (дата обращения: 25. 10. 2020). Загл. с экрана.
3. План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики в условиях ухудшения ситуации в связи с новой коронавирусной инфекцией. Утверждено Председателем Правительства РФ 17.03.2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_348153/ (дата обращения 10.09.2020).
4. План преодоления экономических последствий новой коронавирусной инфекции [Электронный ресурс]. - 2020. - Режим доступа: <http://government.ru/static/main/GOV-COVID-HELP3.html> (дата обращения 07.10. 2020).
5. Стоп коронавирус РФ [Электронный ресурс]. - 2020. – Режим доступа: <https://стопкоронавирус.рф/> (дата обращения 07.06. 2020).
6. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] : официальный сайт – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/10034883/ (дата обращения 10.10. 2020).

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЛИКВИДНОСТИ В РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Дж. Эрнандес Ортис, С.В. Степанова
Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, jessinandez96@gmail.com

Анализ ликвидности коммерческого банка является важной задачей, которая необходимо рассматривать в различных аспектах. В статье проанализировано состояние ликвидности в российских коммерческих банках в 2015-2020 годах на основе выборки из ста первых кредитных организаций

Analysis of liquidity in a commercial bank is an important task that must be considered in various aspects. This paper analyzes the state of liquidity in Russian commercial banks between 2015 and 2020 based on a sample of the first hundred credit institutions.

Проблемы ликвидности и качества активов являются особенными для банковского сектора, поскольку последствия других банковских рисков часто проявляются в реализации риска ликвидности. Ликвидность банка включает в себя его способность платить по своим обязательствам. Платежеспособность есть способность организации отвечать по своим обязательствам при ее бесперебойной основной деятельности [1]. Таким образом, понятие «ликвидность» тесно связано или даже выступает как необходимое и обязательное условие платежеспособности и надежности банков.

Банк России установил и контролирует исполнение следующих нормативов ликвидности: мгновенной, текущей и долгосрочной. Нормативом, который ограничивает риск потери платежеспособности в течение одного дня, является норматив мгновенной ликвидности Н2. Норматив текущей ликвидности Н3 ограничивает риск потери платежеспособности банка в течение следующих 30 дней (на момент расчета норматива). Норматив долгосрочной ликвидности Н4 ограничивает риск банкротства кредитной организации за счет вложения средств в долгосрочные активы. Нарушение Н2 и Н3 указывают на недостаточный резерв ликвидности в банке. Несоблюдение Н4 указывает на то, что банк неправильно использует размещение краткосрочных обязательств, или, по-другому говоря, злоупотребляет этим размещением в долгосрочных активах.

На уровень банковской ликвидности влияют факторы, которые чаще всего подразделяются на внешние (факторы, носящие объективный характер) и внутренние (организация управления и выполнения банковских операций). Разработка инструментария, позволяющего выявить факторы, которые оказывают основное влияние на уровень ликвидности банка, является важной аналитической задачей. Ее решению посвящены работы многих исследователей, в частности, D. Bonfim, M. Kim, C. Buschmann, T. Heidorn, E. Шершневой и N. Valla.

Знание этих факторов позволит банку учитывать их в своей политике управления ликвидности. Качество активов банка определяется на основе их ликвидности, рискованности, доходности и диверсификации. Степень ликвидности активов зависит от их назначения и определяется, главным образом, сроком их обращения. Учитывая, что 80-90% всех источников финансирования коммерческого банка составляют заемные средства, несоблюдение этого правила неизбежно приводит к невыполнению обязательств банка перед кредиторами в срок и в полном объеме [2].

Приступая к исследованию, мы проанализировали состояние нормативов ликвидности первых ста по размеру активов российских

банков в 2015-2020 годах. На их долю на начало 2020 года приходилось более 90 % активов банковского сектора РФ, что делают выборку достаточно представительной (Таблица 1).

Таблица 1 - Распределение первых ста действующих кредитных организаций РФ (КО) по величине фактических значений нормативов Н2, Н3 и Н4 в 2015-2020 годах

На 1 января года	Н2 (норматив мгновенной ликвидности), min 15 %							
	от 0 до 15 %		от 15 до 150 %		от 150 до 300 %		300 % и более	
	а*	б*	а	В	а	В	а	В
2015	6	0,8%	81	75,7%	10	1,9%	3	0,3%
2016	5	0,7%	70	70,9%	17	6,5%	8	0,7%
2017	1	0,5%	75	42,4%	16	34,6%	8	1,9%
2018	0	0,0%	74	45,5%	15	33,2%	11	1,5%
2019	0	0,0%	69	39,6%	22	45,5%	9	1,5%
2020	0	0,0%	63	46,1%	27	42,9%	10	1,3%
На 1 января года	Н3 (норматив мгновенной ликвидности), min 50 %							
	от 0 до 50 %		от 50 до 300 %		от 300 до 450 %		450 % и более	
	а	В	А	В	а	В	а	В
2015	6	0,8%	91	77,6%	2	0,3%	1	0,0%
2016	5	0,7%	85	75,5%	4	2,1%	6	0,4%
2017	2	0,6%	86	76,3%	7	1,5%	5	1,0%
2018	1	0,7%	92	77,5%	2	0,9%	5	1,1%
2019	0	0,0%	89	83,0%	7	3,4%	4	0,3%
2020	0	0,0%	82	84,2%	7	2,8%	11	3,3%
На 1 января года	Н4 (норматив мгновенной ликвидности), max 120 %							
	от 0 до 40 %		от 40 до 80 %		от 80 до 120 %		120 % и более	
	а	В	А	В	а	В	а	В
2015	24	3,4%	39	11,8%	37	63,5%	0	0,0
2016	48	8,3%	35	66,8%	17	3,6%	0	0,0
2017	46	9,9%	42	67,3%	12	2,2%	0	0,0
2018	47	12,1%	42	65,9%	11	2,3%	0	0,0
2019	45	12,8%	44	72,6%	11	1,2%	0	0,0
2020	43	12,9%	47	75,9%	10	1,5%	0	0,0
*а - количество кредитных организаций, ед., б - доля в активах банковского сектора, %								

Источник: расчеты авторов на основе данных [3, 4].

Исходя из данных таблицы 1 можно сказать, что на начало 2015 года 6 КО не выполняли норматив Н2, 2016 - 5, 2017 только 2 КО, а с 2018 по 2020 гг. все КО выполняли этот норматив. Также эта тенденция к снижению количества КО, не выполняющих норматив, просматривается

по величине норматива Н3, а норматив Н4 в рассмотренный период выполняют все КО, находящиеся в выборке. В рассмотренной выборке на 01.01.2020 и на 01.01.2019 все банки выполняют нормативы, при этом первые сто КО по размеру активов имеют способность выполнить свои обязательства перед вкладчиками на текущий момент времени и ликвидная часть всех активов баланса этих банков может быть использована для единовременного погашения обязательств до востребования. Доля первых ста кредитных организаций в активах банковского сектора повысилась с 78,6 % в 2015 году до 90,3 % в 2020 по обзору банковского сектора Российской Федерации.

Чтобы представить табличные данные по величине норматива мгновенной ликвидности Н2 за 2020 год в графическом виде, используем гистограмму (Рисунок 1).

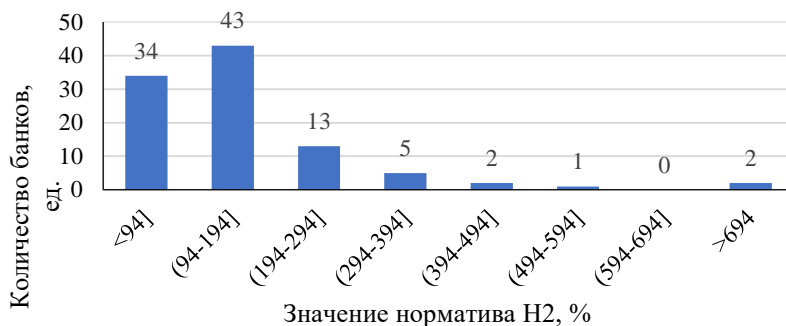


Рис. 1. Распределение первых ста КО по значению норматива мгновенной ликвидности на 01.01.2020

Таким образом, можно сделать вывод о том, что большинство КО из рассмотренной выборки находятся в интервале от 94 % до 194 %, что говорит о хорошем состоянии мгновенной ликвидности российских банков в этом периоде.

Рассмотрим наличие связи между значением норматива мгновенной ликвидности и величиной активов КО по данным на 01.01.2020. Представим это наглядно на диаграмме рассеяния (Рисунок 2).

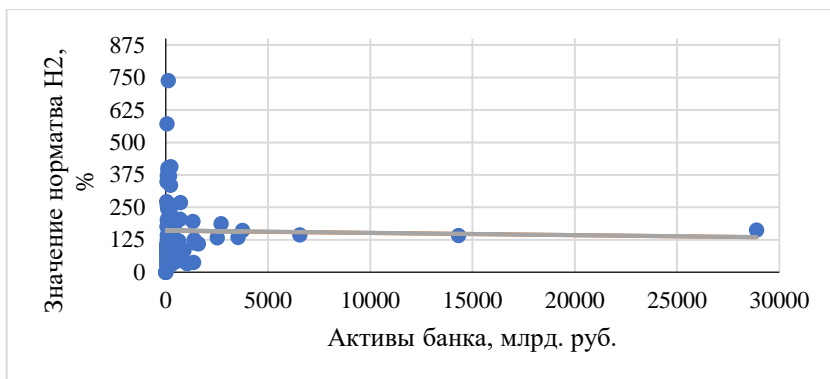


Рис. 2. Зависимость норматива Н2 от активов КО по данным на 01.01.2020

Данные диаграммы показывают, что связь между величиной активов и значением норматива мгновенной ликвидности Н2 почти не просматривается (мы видим прямую тренда, практически параллельную оси X). Видим небольшое снижение с ростом активов.

Таким образом, первый этап анализа свидетельствует об увеличении количества организаций, имеющих значительный запас прочности для исполнения нормативов ликвидности. Прежде всего это относится к нормативу мгновенной ликвидности. В то же время такая ситуация может негативно сказываться на доходности КО, что требует дальнейшего изучения и определения факторов, оказывающих влияние на значение нормативов ликвидности.

Литература:

1. Иода Е.В., Унанян И.Р. Банковский менеджмент: учебное пособие. - Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та. 2001. - 192 с.
2. Лаврушин О.И., Валенцева Н.И. Банковское дело / Под ред. О.И. Лаврушина. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2013. - 800 с.
3. Раздел «Рейтинги банков»: официальный сайт ООО ИА «Банки.ру» [Электронный ресурс] - URL: <https://www.banki.ru/banks/ratimgs/> (дата обращения: 25.09.2020).
4. Список кредитных организаций, зарегистрированных на территории Российской Федерации [Электронный ресурс] – URL: https://cbr.ru/banking_sector/credit/FullCoList/ (дата обращения: 25.09.2020).

**Секция СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТНО-
АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
СУБЪЕКТОВ**

**АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ ОТЧЕТНОСТИ ПО РСБУ И МСФО**

Д.Н. Андропова, Т.В. Жукова
**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, andronova.2017@stud.nstu.ru**

В статье представлен анализ финансовых результатов деятельности компании на примере ПАО РЖД, в результате которого дается авторское понимание отличий между показателями формирования финансового результата и эффективности деятельности компании на основе отчетности, составленной по РСБУ и МСФО.

The article presents an analysis of the company's financial results on the example of PAO RZD, which results in the author's understanding of the differences between the indicators of the company's financial results and performance based on the statements prepared in accordance with RAS and IFRS.

Целью данного исследования является проведение сравнительного анализа финансовых результатов компании на основе отчетности по РСБУ и МСФО для понимания основных отличий при формировании исходных для анализа показателей.

Финансовый результат деятельности компании – это разница между доходами и расходами по всем выполненным операциям. Определение финансовых результатов характеризуется рентабельностью всех аспектов организационной деятельности, определяющей эффективность использования тех или иных ресурсов. Финансовые результаты деятельности организации являются предметом обсуждения среди ученых и практиков в области управления бизнесом.

Для понимания основных отличий между показателями отчетности по РСБУ и МСФО в части доходов, расходов и финансовых результатов целесообразно проводить сравнительную оценку особенностей их отражения в российской и международной отчетности, что позволит принимать обоснованные решения в отношении эффективности деятельности компании (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ РСБУ и МСФО по отражению в учете и отчетности доходов, расходов и финансового результата

№	Показатель	Критерий	РСБУ	МСФО
1	Выручка	Признание выручки	Выручка признается на момент перехода права собственности [4]	Признание выручки происходит по договору с установленными в нем обязанностями на момент перехода контроля покупателю [2]
2	Себестоимость продаж	Состав себестоимости	Себестоимость включает в себя материальные затраты, затраты на оплату труда, амортизационные отчисления, общепроизводственные затраты, общехозяйственные затраты	Структура себестоимости включает в себя прямые затраты на приобретение, затраты на переработку, прочие затраты, связанные с транспортировкой и обеспечением текущего состояния запасов [3]
3	Прибыль (убыток) от продаж	Формирование отчета	При расчете показателя чистой прибыли из прибыли (убытка) до налогообложения вычитается условный расход (доход) по налогу на прибыль	Расход по налогу на прибыль состоит из текущего налога на прибыль, то есть налога, рассчитанного в отношении налогооблагаемой прибыли, и движения отложенных налоговых активов и обязательств
4	Чистая прибыль			

№	Показатель	Критерий	РСБУ	МСФО
5	Стоимость активов	Изменения в оценке обязательства по выводу актива из эксплуатации	Возникают в результате изменения расчетных сроков или суммы оттоков денежных средств или других ресурсов, или в результате изменения ставки дисконтирования	Возникают в результате изменения расчетных сроков или суммы оттоков денежных средств или других ресурсов, или в результате изменения ставки дисконтирования, отражаются как корректировка балансовой стоимости соответствующего актива, отражаемого по фактическим затратам
6	Стоимость собственного капитала	Состав статьи	Вложения собственников и прибыль, накопленная за всё время деятельности организации	Оставшаяся доля собственных активов предприятия после вычета обязательств

Анализ финансовых результатов организации начинается с общей оценки эффективности текущей деятельности компании. Результаты такого анализа представлены на примере данных ПАО РЖД в таблице 2.

Таблица 2– Исходные данные из бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах ПАО «РЖД» за 2018 и 2019 год для расчёта показателей рентабельности

№	Показатель	РСБУ, млн. руб.		МСФО, млн. руб.		Изменения по отношению к РСБУ	
		2018	2019	2018	2019	2018	2019
1	Выручка	1 798 397	1 848 123	2 412 881	2 507 516	614 484	659 393
2	Себестоимость продаж	1 523 633	1 542 195	1 892 692	1 711 392	369 059	169 197

№	Показатель	РСБУ, млн. руб.		МСФО, млн. руб.		Изменения по отношению к РСБУ	
		2018	2019	2018	2019	2018	2019
3	Прибыль (убыток) от продаж	140 799	166 292	94 624	159 045	-46 175	-7 247
4	Чистая прибыль	18 363	53 457	35 408	155 738	17 045	102 281
5	Среднегодовая стоимость активов	6 109 988	6 450 453	4 624 768	4 972 934	-1 485 220	-1 477 519
6	Среднегодовая стоимость СК	4 329 667	4 428 441	2 457 751	2 589 336	-1 871 916	-1 839 105

Анализируя исходные данные отчетности по РСБУ и МСФО, мы видим, что за 2018 и 2019 год по таким показателям как выручка, себестоимость, чистая прибыль значения по МСФО больше значений РСБУ. Однако по показателям прибыли (убытка) от продаж, среднегодовой стоимости активов, среднегодовой стоимости собственного капитала данные по РСБУ больше значений по МСФО.

С учетом имеющихся исходных данных в исследовании рассчитаны показатели рентабельности на основе отчетности по РСБУ и МСФО, результаты которого представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Показатели рентабельности ПАО «РЖД» за 2018-2019 гг., %

№	Показатели	Методика расчета	РСБУ		МСФО	
			2018	2019	2018	2019
1	Рентабельность активов (Ra)	$Ra = \text{ЧП} / \text{СрС Акт}$, где ЧП – чистая прибыль, СрС Акт – среднегодовая стоимость активов	0,301	0,829	0,766	3,132
2	Рентабельность собственного капитала (Rск)	$R_{ск} = \text{ЧП} / \text{СрС СК}$, где ЧП – чистая прибыль, СрС СК – среднегодовая стоимость собственного капитала	0,424	1,207	1,441	6,015
3	Рентабельность основной деятельности (Rод)	$R_{од} = \text{Пот пр} / \text{Себ}$, где Пот пр – прибыль от продаж, Себ – себестоимость продаж	9,241	10,783	4,999	9,293

№	Показатели	Методика расчета	РСБУ		МСФО	
			2018	2019	2018	2019
4	Рентабельность продаж (Рпрод)	$R_{\text{прод}} = \text{Пот пр} / \text{Выр}$, где Пот пр – прибыль от продаж, Выр – выручка	7,829	8,998	3,922	6,343

Анализируя данные отчетности по РСБУ и МСФО за 2018 и 2019 годы, очевидно, что по таким показателям как рентабельность активов и собственного капитала значения по МСФО больше значений РСБУ, но по показателям рентабельность по основной деятельности, рентабельность продаж данные по РСБУ больше значений по МСФО.

Следовательно, в результате такого анализа важно обозначить основные причины такого рода различий, которые необходимы для понимания особенностей оценки исходных для расчета эффективности деятельности компании показателей. Так, безусловно необходимо брать во внимание, что отчетность, составленная по МСФО, носит консолидированный характер и включает в себя показатели группы компаний. Помимо этого, важно понимать, что между вариантами оценки стоимости активов, капитала и выручки в российской и международной практике, по-прежнему, существуют серьезные отличия, которые заключаются в различных критериях признания этих элементов финансовой отчетности. В качестве вывода важно отметить, что при проведении анализа на основе отчетности по РСБУ и МСФО необходимо учитывать различия в оценке исходных показателей, которые могут повлиять на расчетные значения в нашем случае, эффективности деятельности компании, что позволит принять более обоснованное и достоверное решение в отношении рассматриваемой компании.

Литература:

1. Финансовая отчетность [Электронный ресурс] // ПАО «РЖД». URL: <https://company.rzd.ru/ru/9471> (дата обращения 01.10.2020)
2. «Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15. Выручка по договорам с покупателями» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 27.06.2016 N 98н) (ред. от 14.09.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019)
3. «Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) (ред. от 11.07.2016)
4. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791)

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ТЭК В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Т.А. Брагина, Л.В. Зубарева
Сургутский государственный университет,
г. Сургут, TAN1589@mail.ru

В данной статье рассмотрены проблемы эффективной системы управления затратами на предприятии ТЭК в современных условиях. Выявлены особенности управления затратами на каждом уровне системы стратегического управления затратами. Определены требования, которым должна соответствовать система управления затратами.

This article discusses the problems of an effective cost management system at a fuel and energy enterprise in modern conditions. The features of cost management at each level of the strategic cost management system are revealed. The requirements that the cost management system must meet are determined.

Система управления затратами является сложным механизмом, главной целью которого является обеспечение высокой работоспособности предприятия и конкурентоспособности выпускаемой продукции. Данный механизм является многоуровневым, и на каждом уровне необходимо решить определенный спектр проблем. Система управления затратами на предприятиях топливно-энергетического комплекса (ТЭК) предполагает наличие сотрудников, имеющих, как правило, двойную специализацию - инженерную и экономическую. Они занимаются техническими и экономическими вопросами в рамках своих полномочий, предоставляют первичную информацию по затратам предприятия в бухгалтерию и информационно-аналитические отделы. [3; с. 82]

На первом уровне системы управления затратами решаются вопросы, связанные с организацией рабочих мест. Рабочее место - это основное звено производственного процесса, включающее в себя материально-технические элементы производства, необходимые для осуществления трудовой деятельности сотрудника предприятия ТЭК. От правильной организации труда на рабочем месте зависит эффективность применения орудий труда, качество и себестоимость выпускаемой продукции предприятия ТЭК. Рабочие места должны быть максимально информативны. На данном уровне системы управления затратами возможно узнать: продолжительность работы оборудования, количество отработанных работником часов, объем затраченной энергии и иных ресурсов. [1; с. 115]

Особое внимание уделяется затратам на материалы и оплату труда.

Для решения проблем, связанных со сверхнормативным расходом материалов, необходимо:

- ужесточить контроль за учетом материалов на всех участках производства;
- производить выдачу материалов строго в нормативных (порционных) количествах узкому кругу материально-ответственных лиц.

Данные меры позволят значительно снизить нецелевое использование материалов, упростят учет и сделают его более точным.

Процесс управления затратами на оплату труда является достаточно трудным. На первом этапе предоставляется возможность оценить трудозатраты конкретных сотрудников предприятия ТЭК, время выполнения каждой производственной операции, вид работы. Следовательно, появляется возможность получить первичную информацию, необходимую для формирования и прогнозирования фонда оплаты труда.

Второй уровень системы управления затратами на предприятии ТЭК подразумевает обобщение информации первого уровня. Главная задача на данном этапе - систематизация полученной первичной информации. Своеобразной ячейкой для сбора информации служит заказ-наряд. В нем можно отразить информацию о трудозатратах, расходе материалов и иных расходах на выпуск продукции. Для улучшения системы управления затратами необходимо ввести на данном этапе маркировку процессов, т. е. при расходовании тех или иных ресурсов следует отмечать на какой заказ-наряд они пойдут. Следовательно, параллельно с бухгалтерским учетом, возможно усилить управленческий и производственный учет.

Третий уровень стратегического управления затратами на предприятии ТЭК должен консолидировать информацию первого и второго уровней. Обобщенную информацию необходимо связать с задачами тактического уровня управления. Данный уровень является самым главным в системе управления затратами, так как именно здесь происходит координация производственных процессов на предприятии ТЭК.

Самой главной проблемой, как оказалось на практике, выступает текущее планирование. Для решения указанной проблемы необходимо:

- грамотно расставить приоритеты на верхнем уровне управления;
- не брать во внимание неотработанную документацию;
- не допускать противоречий при утверждении текущего плана и стратегического плана.

Стратегическое планирование должно реализовываться сверху вниз с учетом всех аспектов производственного процесса. Качество итоговой продукции предприятия ТЭК зависит от качества работы на данном уровне. Основные проблемы, возникающие на подготовительном этапе производства:

- низкий уровень квалификации сотрудников, следствием которого является долгий срок обработки документации;
- отсутствие информации и нормативах производства;
- простои производства в связи с отсутствием необходимых комплектующих изделий.

Решением данных проблем на уровне производства может стать единая система поддержки технологов и конструкторов. Система обеспечит конструкторов информацией об имеющихся остатках материалов, деталей, комплектующих изделий. Кроме того, будет представлена картина загрузки участков, которая позволит не нарушать производственный баланс.

На самом верхнем четвертом уровне происходит управление затратами предприятия ТЭК. Необходимо провести верификацию информации нижестоящих уровней. На данном уровне проводят анализ вторичной информации. На ее основе утверждают стратегические планы, планируют финансирование всех производственных участков, оценивают итоги хозяйственной деятельности предприятия ТЭК. Если организация работы на нижних уровнях не имеет сбоев, то работа на верхнем уровне сводится к анализу и регулированию затрат предприятия ТЭК, если имеются значительные отклонения плана от факта. Верхний уровень системы управления затратами работает не только с внутренними, но и с внешними факторами воздействия. Информацию о внешних факторах предоставляют специальные службы организации. Именно эти службы часто являются слабым звеном в системе управления затратами на предприятии ТЭК. Для решения данной проблемы необходимо создать в отчетной информации каждой из служб узловые точки, в которых по отчетам одних служб можно проверить достоверность информации других служб. Кроме того, необходимо регулярно проводить сбор и анализ учетно-статистической информации. [2; с. 23]

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

Система управления затратами на предприятии ТЭК – это целевая, многоуровневая система, в которой объектом управления являются затраты предприятия, а субъектом управления является управляющая система. Современные предприятия ТЭК в настоящее время все чаще сталкиваются с одинаковыми проблемами в области управления

затратами - это конкуренция, которая имеет ценовой характер; неполная загрузка производственных мощностей; износ оборудования, вследствие чего, растут затраты на его ремонт.

Система управления затратами на предприятии ТЭК должна соответствовать следующим требованиям: иметь четкое определение и детализацию показателей затрат; соответствовать иерархически организованной системе управленческой отчетности, ориентированной на конкретного пользователя; обеспечивать распределение ответственности за результаты управления затратами между менеджерами; мотивировать и ориентировать на результаты управления затратами; обеспечивать выполнение процессов планирования, учета, контроля и анализа затрат на систематической основе; соответствовать адекватной информационной системе, позволяющей получать информацию для целей управления; регламентировать и стандартизировать процессы управления затратами.

Предложенная система управления затратами на предприятии ТЭК позволит увеличить контроль за производственными процессами и повысит эффективность принятия оперативных решений на всех уровнях стратегического управления затратами.

Литература:

1. Воронова, Е. Ю. Управленческий учет: учебник для вузов / Е. Ю. Воронова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00500-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/449767>.

2. Головина, С. В. Актуальные проблемы управления затратами в современных компаниях / С. В. Головина, Д. В. Парамонова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 11.3 (91.3). — С. 23-25. — URL: <https://moluch.ru/archive/91/19692>.

3. Иванов, И. Н. Организация труда на промышленных предприятиях: учебник для вузов / И. Н. Иванов, А. М. Беляев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11376-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456956>.

МЕТОДИКА УЧЕТА ЗАТРАТ И ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТЭК

Т. А. Брагина, Л. В. Зубарева
Сургутский государственный университет,
г. Сургут, TAN1589@mail.ru

В данной статье рассмотрены особенности методики учета затрат и источников финансирования инновационных проектов на предприятиях ТЭК и предложены основные направления ее совершенствования. Определены источники финансирования инновационной деятельности. Проанализированы различные подходы к учету затрат на инновационную деятельность на предприятиях ТЭК.

This article examines the features of the methodology for accounting for costs and sources of financing for innovative projects at enterprises of the fuel and energy complex and suggests the main directions for its improvement. The sources of funding for innovative activities have been identified. Various approaches to accounting for the costs of innovative activities at the enterprises of the fuel and energy complex are analyzed.

Бухгалтерский учет является основным элементом системы сбора экономической информации о затратах и результатах инновационной деятельности предприятия. Только наличие полной и достоверной информации позволяет принимать оптимальные управленческие решения.

Выделяют следующие подходы к учету затрат на инновационную деятельность на предприятиях ТЭК:

- отнесение затрат на расходы текущего периода;
- капитализация затрат в качестве нематериальных активов;
- капитализация затрат в качестве вложений во внеоборотные активы;
- капитализация затрат с последующим погашением за счет текущих расходов.

Затраты на освоение производства новой продукции отражаются на разных балансовых счетах (04, 08, 20, 23, 25, 26 и т.д.). Все это может привести к потере информации, нарушению системы учета, уменьшению контроля за затратами предприятия. [2; с. 117]

С одной стороны, в современных условиях наблюдается необходимость стандартизации бухгалтерского учета, а с другой стороны - необходимость предоставления предприятию самостоятельно решать вопросы учета. Особенно это касается методики учета затрат и источников финансирования инновационной деятельности в целом и инновационных проектов на предприятиях ТЭК.

Международные стандарты финансовой отчетности и нормативно-правовая база российского бухгалтерского учета определяют элементы, связанные с измерением финансового положения, но не определяют элементы, уникальные для специализированной отчетности по инвестиционной деятельности, в т. ч. по капитальным вложениям.

Для совершенствования ведения бухгалтерского учета инвестиций (в форме капитальных вложений) необходимо детализировать элементы финансовой отчетности по следующим направлениям:

- Для отражения активов: капитальные вложения в основные активы; арендованные основные активы.

- Для отражения обязательств: обязательства перед поставщиками, заказчиками, арендодателями.

- Для отражения капитала: добавочный капитал, заемный капитал.

Несмотря на то, что капитал определяется как остаточный, в бухгалтерском балансе он может подразделяться на подклассы. Например, в корпоративной отчетности могут отдельно отражаться статьи:

- средства, внесенные акционерами;
- нераспределенная прибыль;
- резервы, представляющие выделения нераспределенной прибыли;
- резервы, представляющие корректировки, обеспечивающие поддержание капитала.

Данная аналитика необходима для определения возможности предприятия распределять или использовать капитал.

В бухгалтерском учете российских предприятий переводы в резервы представляют собой использование нераспределенной прибыли, а не расходы. Это сдерживает политику формирования резервов и на предприятиях ТЭК.

Прибыль предприятия является показателем эффективности его деятельности. Признание доходов и расходов зависит от концепций формирования капитала и поддержания капитала, применяемых предприятием при составлении финансовой отчетности.

В соответствии с МСФО 25 «Учет инвестиций» долгосрочные инвестиции обычно учитываются по себестоимости. Стоимость инвестиций может быть получена исходя из их рыночной стоимости, активов и результатов деятельности инвестируемой компании, планируемых потоков денежных средств. Однако, балансовая стоимость долгосрочных инвестиций определяется на индивидуальной основе.

В современных условиях управление капиталом выступает в качестве эффективной формы реализации инновационной деятельности предприятий ТЭК.

Инновационные и инвестиционные циклы оказывают влияние на процесс создания новшеств для минимизации объемов инвестиционных ресурсов и оптимального использования получаемых средств. В российском бухгалтерском учете в качестве источников финансирования инновационной деятельности выступают:

- нераспределенная прибыль;
- накопленная амортизация;
- кредиты и займы;
- средства бюджетного и иного целевого финансирования. [3; с. 88]

Важно отметить, что сумма созданных источников при их использовании не подлежит отражению в бухгалтерском учете. Изменяются только статьи актива бухгалтерского баланса (Дт счетов 08, 60, 76; Кт счетов 51,52). Бухгалтерские записи по балансовым счетам на использованные источники по капитальным вложениям сотрудники бухгалтерии не осуществляют, поэтому сокращается возможность анализа и контроля за составом источников.

Целевое финансирование - это средства, которые предназначены для финансирования конкретных мероприятий целевого назначения. Учет средств, поступающих из бюджета, ведется в соответствии с ПБУ 13/2000 «Учет государственной помощи».

Предприятия ТЭК принимают бюджетные средства к бухгалтерскому учету при наличии следующих условий:

- имеется уверенность, что условия предоставления этих средств предприятием будут выполнены;
- имеется уверенность, что указанные средства будут получены.

Варианты отражения в бухгалтерском учете бюджетного финансирования:

1) Отражение в бухгалтерском учете на основе бюджетной росписи как возникновение целевого финансирования и задолженности по этим средствам:

Дт 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

Кт 86 «Целевое финансирование»

2) Отражение бюджетных средств по мере фактического получения ресурсов:

Дт 51 «Расчетные счета», 08 «Вложения во внеоборотные активы»

Кт 86 «Целевое финансирование».

Суммы бюджетных средств на финансирование капитальных расходов списываются на протяжении срока полезного использования внеоборотных активов, подлежащих амортизации. При этом целевое финансирование учитывается в качестве доходов будущих периодов при вводе объектов внеоборотных активов в эксплуатацию. [1; с. 124]

Аналитический учет по счету 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» организуют таким образом, чтобы обеспечить формирование информации по направлениям использования средств. Нормативная документация по бухгалтерскому учету не предусматривает образование фондов за счет нераспределенной прибыли. Однако, если предприятие ТЭК посчитает необходимым выделить источники финансового обеспечения производственного развития, то допускается выделение соответствующих аналитических счетов.

Система аналитического учета предусматривает, что основные счета являются одновременно и калькуляционными. Идентифицировать объекты учета позволяют аналитические признаки основных счетов. Инновационный проект предприятий ТЭК в каждом случае имеет индивидуальный характер и период реализации.

Таким образом, в целях совершенствования методики учета затрат и источников финансирования инновационных проектов на предприятии ТЭК целесообразно внедрить следующие предложения:

- заказ открывать на совокупность работ, объединенных по центру ответственности;
- затраты группировать по заказам с внутренней детализацией по видам выполняемых работ.

Детализация обеспечит постепенное накапливание затрат, получение подробной аналитической информации, которая позволит контролировать ход работ, структуру затрат, целесообразность использования ресурсов по конкретному центру ответственности.

Литература:

1. Жигунова, О.А. Учет затрат: учебное пособие / Жигунова О.А., Ковалев А.С. — Москва: КноРус, 2020. — 176 с. — ISBN 978-5-406-07676-7. — URL: <https://book.ru/book/936156>. — Текст: электронный.
2. Сулейманова, Д.Ю. Информационные системы управления инновационными процессами: монография / Сулейманова Д.Ю. — Москва: Русайнс, 2020. — 149 с. — ISBN 978-5-4365-1138-2. — URL: <https://book.ru/book/934743>. — Текст: электронный.
3. Юрьева, Л.В. Управленческий учет затрат на промышленных предприятиях в условиях инновационной экономики: монография / Юрьева Л.В., Долженкова Е.В., Казакова М.А. — Москва: Русайнс, 2017. — 289 с. — ISBN 978-5-4365-1078-1. — URL: <https://book.ru/book/921363>. — Текст: электронный.

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ: ДИСКУССИИ СОДЕРЖАНИЯ И ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ

А.М. Гольшкина, И.В. Баранова

**Новосибирский государственный технический университет
golyshkina_12@mail.ru**

В данной статье проведен сравнительный анализ трактовок финансового анализа, выделены этапы его развития в условиях рыночной экономики, которые связаны с практической потребностью в целом и необходимостью предотвращения рисков и угроз в деятельности организации в частности.

This article provides a comparative analysis of financial analysis interpretations, highlights the stages of its development in a market economy, which are associated with the practical need in General and the need to prevent risks and threats in the organization's activities in particular

В настоящее время значимость финансового анализа предприятия актуализируется, что связано с необходимостью сохранения в условиях нестабильной внешней среды в противовес экзогенным факторам устойчивого финансового состояния и минимизации рисков и угроз [1].

Финансовый анализ имеет широкое практическое применение в управлении организацией: являясь необходимым инструментом аналитического обеспечения управления, он позволяет исследовать финансовое состояние и основные результаты деятельности с целью выявления резервов повышения рыночной стоимости предприятия.

Сегодня именно практическая потребность вызывает необходимость развития инструментария финансового анализа, а также подготовки специалистов, способных применять их на практике.

В экономической литературе отсутствует единая трактовка финансового анализа предприятия (рис. 1). Изучение трактовок разных авторов позволяет говорить о двух подходах к финансовому анализу: в широком и узком смысле. В широком смысле финансовый анализ затрагивает все разделы аналитической работы, которая входит в систему финансового управления (менеджмента) [2]. В узком смысле финансовый анализ связывают с анализом бухгалтерской отчетности.

Становление и развитие финансового анализа обусловлено общими объективными требованиями и условиями. Во-первых, это удовлетворение практической потребности. Во-вторых, это связано с развитием экономической науки вообще и финансового анализа в частности [5].

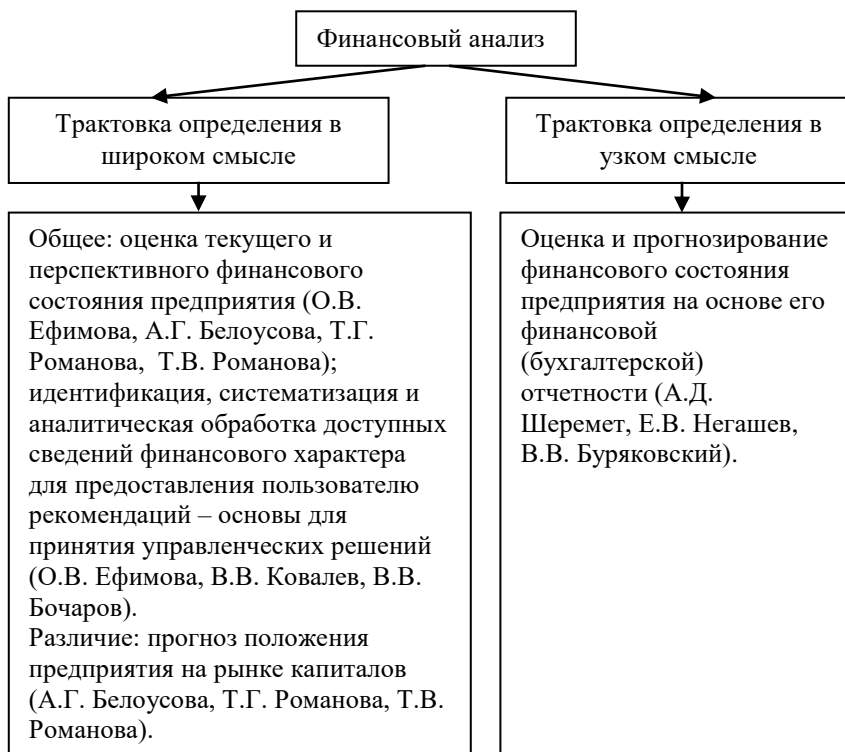


Рис. 1 – Подходы к определению финансового анализа

Произошедшие за последний период изменения условий функционирования российских предприятий предопределили изменения и методологии финансового анализа, а именно:

- меняется целевая направленность анализа. Контрольная функция заменяется на функции обоснования управленческих и инвестиционных решений, определения направлений вложения капитала и оценки их целесообразности;

- меняется субъект анализа. В отличие от директивной экономики, когда основными субъектами анализа являлись контролирующие органы, круг субъектов анализа в рыночной экономике значительно расширяется. При этом в зависимости от целей тех или иных субъектов меняются и задачи финансового анализа;

- меняется информационная база анализа. Изменения в бухгалтерском учете и отчетности, связанные с процессом

реформирования бухгалтерского учета в России, носят как количественный, так и качественный характер;

– расширяется инструментарий финансового анализа за счет приемов и способов, позволяющих учитывать такие факторы, как временная стоимость денежных средств, неопределенность и риск, влияние инфляции и др. [6].

Проведенное исследование позволило выделить следующие этапы развития финансового (рисунок 2):

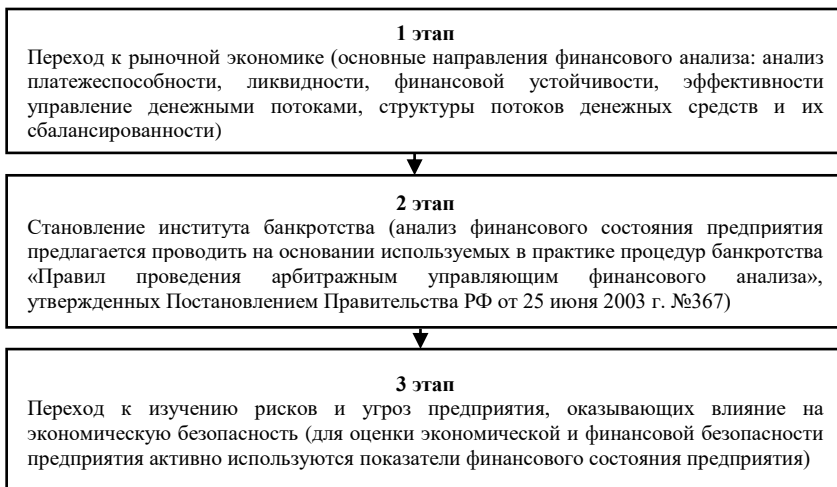


Рисунок 2 – Этапы развития финансового анализа в современный период

Первый этап – переход к рыночным отношениям (1990 – 2000 гг.), который изменил механизм хозяйствования, формы собственности, принципы и методы управления. Конкуренция, коммерциализация производства, повышение самостоятельности и ответственности за результаты деятельности предприятия - в этих условиях роль финансового анализа резко возросла, поскольку обеспечить финансовую устойчивость могут только качественные аналитические исследования. Появляются новые методики анализа финансового состояния предприятия, значительно активизировались публикации работ в данной области, особо следует выделить труды Г. В. Савицкой, М. В. Мельник, В. В. Ковалева, А. Д. Шеремета, М. И. Баканова, Л. И. Кравченко и др.

Второй этап связан с развитием института банкротства. Анализ финансового состояния предприятия предлагалось проводить в

соответствии с Правилами проведения арбитражным управляющим финансового анализа, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 25 июня 2003 г. № 367. Появляются авторские методики оценки вероятности банкротства, в частности, модели Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова, Н.Н. Селезневой и А.Ф. Ионовой, В.В. Ковалева и др. Следует отметить, что диагностика вероятности банкротства это лишь один из необходимых шагов к определению уровня финансовой безопасности, который должен быть дополнен и другими подходами.

Следующий этап развития финансового анализа можно связать с необходимостью предотвращения рисков и угроз, которые оказывают влияние на экономическую безопасность предприятия. Финансовая безопасность, как одна из ключевых составляющих экономической безопасности, может быть обеспечена посредством решения задач, напрямую взаимосвязанных с задачами анализа финансового состояния.

Многие показатели и коэффициенты анализа финансового состояния, согласно методикам российских авторов, например, Л.А. Запорожцевой и И.Г. Володиной, также являются и индикаторами финансовой безопасности, что, в свою очередь, позволяет оценить экономическую безопасность предприятия. Так как финансовая безопасность – это основной компонент экономической безопасности, который рассматривается в качестве способности организации обеспечивать финансовое равновесие и эффективность деятельности в условиях трансформации внешней среды и наличия совокупности потенциальных рисков и угроз. Такими показателями будут выступать: коэффициент финансовой независимости, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент срочной ликвидности, коэффициент абсолютной ликвидности, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, коэффициент оборачиваемости активов, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, темп роста прибыли, темп роста выручки, темп роста активов и другие показатели и коэффициенты согласно методиками [7].

Таким образом, развитие экономики ставит перед финансовым анализом новые задачи, определяет новые направления развития, требует пересмотра традиционного понимания многих экономических категорий, а иногда наполнения их иным смыслом и практическим содержанием. Развитие методов стратегического анализа, оценки влияния внешней среды на решение поставленных задач, выбор наиболее экономичных методов достижения поставленных целей, в том числе влияет на содержание и развитие финансового анализа.

Литература:

1. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] / Д. В. Лысенко. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 387 с.;
2. Бердникова, Л. Ф. Финансовый анализ: понятие и основные методы / Л. Ф. Бердникова, С. П. Альдебенева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2014. — № 1 (60). — С. 330-338. — URL: <https://moluch.ru/archive/60/8847/> (дата обращения: 17.10.2020);
3. Добросердова Е.А., Рахматуллина Е.С. Оценка конкурентных позиций предприятия как элемент разработки стратегии // Российское предпринимательство. - 2016. - № 5. - с. 621- 630;
4. Серебрякова Н.А., Волкова Т.А., Ендовицкая А.В. Оценка и прогнозирование риска снижения финансовой устойчивости организации// Вестник ВГУИТ. – 2018. – Т. 80. № 1. – С. 432-439;
5. Ильина П. С. Анализ ликвидности и платежеспособности промышленного предприятия // Экономическое регулирование и финансы: современные направления 88 развития. 2018. С. 268–297. URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 20.10.2020);
6. Ковалев В. В, Ковалев Вит. В. Финансы организаций (предприятий): учеб. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2017. — 110с;
7. Игнатов А.В. Анализ финансового состояния предприятия /А.В. Игнатов // Финансовый менеджмент. - 2018. - № 4. - С. 3 -20.

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ И ТРАНСПАРЕНТНОСТИ ОТЧЕТНОСТИ В ЖКХ

М.В. Доблер, О.В. Усачева

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, doblerm@inbox.ru**

В этой статье выделяются проблемы раскрытия информации в сфере ЖКХ, влияние на них со стороны государства.

This article highlights the problems of information disclosure in the housing and utilities sector and the impact of the state on them.

Жилищно-коммунальное хозяйство представляет комплекс отраслей экономики, обеспечивающий функционирование жилых зданий, создающих безопасное, удобное и комфортабельное проживание и нахождение в них людей. К компонентам ЖКХ относят: энергоснабжение, водоснабжение, капитальный ремонт, вывоз мусора и

т.д. Потребителями услуг ЖКХ являются собственники помещений в многоквартирном доме (МКД). Согласно статье 161 ЖК РФ собственники помещений обязаны выбрать один из способов управления многоквартирным домом: управление собственниками помещений в многоквартирном доме, количество квартир в котором составляет не более чем 30; управление товариществом собственников жилья либо жилищным кооперативом или иным специализированным потребительским кооперативом; управление управляющей организацией [1].

Органы ЖКХ обязаны раскрывать информацию о своей деятельности в различных видах отчетности, которые представлены на рисунке 1.

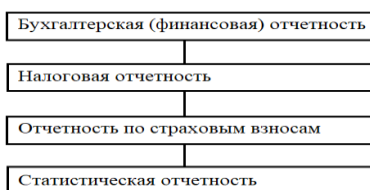


Рис.1 Отчетности, которые ЖКХ обязано раскрывать.

В зависимости от того, в какой форме создана организация для управления МКД (коммерческой или некоммерческой организацией) состав бухгалтерской отчетности различен. Так, некоммерческие организации раскрывают информацию о средствах, полученных от собственников помещений и направлениях их использования [2].

В налоговой отчетности, независимо от применяемой системы налогообложения, представляются сведения о среднесписочной численности сотрудников и справки по форме 2-НДФЛ в отношении каждого сотрудника, получившего доход от организации.

Если в организации ЖКХ есть наемный персонал, то в их отношении она выступает страхователем по пенсионному фонду. На упрощенке могут применяться пониженные тарифы основных взносов, если управление недвижимым имуществом является их основным видом деятельности.

Организации ЖКХ, как и другие коммерческие организации, обязаны сдавать статистическую отчетность, в которой содержатся общие сведения об их деятельности.

Разнообразие форм отчетности и видов организаций, осуществляющих деятельность в сфере ЖКХ обусловило значительное число контролирующих органов в этой сфере. На федеральном уровне контроль за управляющими организациями осуществляет ряд органов:

Министерство строительства, Минэнерго РФ, Антимонопольная служба. На региональном уровне: роспотребнадзор, жилищная инспекция. На муниципальном уровне – уполномоченные органы местного самоуправления[4].

Однако, несмотря на такое количество контролирующих органов, качество контроля недостаточное, о чем свидетельствует наличие нарушений в этом секторе экономики.

Так в 2018 году Генпрокуратура выявила в России 300 тысяч нарушений закона в сфере ЖКХ. В 2019 году с января по октябрь было выявлено 275 тысяч нарушений[3]. Объем проверок и количество выявленных нарушений в целом по России, по Сибирскому федеральному округу и по Новосибирской области приведено в таблице 1.

Таблица 1 – Объем проверок и количество выявленных нарушений в организациях, управляющих МКД за 2020 год (по данным ГИС ЖКХ)[5]

Субъекты РФ	Количество организаций	Проверено организаций		Выявлено нарушений	
		Количество	Удельный вес, %	Количество	Удельный вес, %
РФ	16875	3154	18,7	163	5,2
Сибирский Федеральный округ	12157	590	4,9	17	2,9
Новосибирская область	2816	334	11,9	6	1,8

Как видно из таблицы, доля нарушений по Новосибирской области ниже чем по Сибирскому федеральному округу и по России. Однако, поскольку 2020 год еще не завершен, значительна величина незаконченных проверок.

Количество проверок по видам управляющих организаций в целом по РФ за 2020 год приведено в таблице 2.[6]

Виды управляющих организаций	Количество проверок		Число завершенных проверок				Число незавершенных проверок	
	Число	Уд. вес, %	Нарушений выявлено	Уд. вес, %	Нарушения выявлены	Уд. вес, %	Количество	Уд. Вес, %
УК	2042	53,4	159	7,8	131	6,4	1752	85,8
ТСЖ	1001	26,2	17	1,7	11	1,1	973	97,2
ЖК	17	0,4	0	0	0	0	17	1
ЖСК	59	1,5	4	6,8	2	3,4	53	89,8
Иные	704	18,4	50	7,1	19	2,7	635	90,2
Итого	3823	100	230	6	163	4,3	3430	89,7

Как видно из таблицы, наибольшая доля выявленных нарушений приходится на управляющие компании.

Одной из главных проблем, ведущих к множеству правонарушений, является сложность сбора всех жильцов на собрание для принятия общих решений. Вследствие этого организации, осуществляющие управление МКД, начинают подделывать протоколы общих собраний.

Несмотря на организованный контроль, нарушения в отчетности являются существенными, в частности, это касается достоверности отражения финансового результата. Поскольку поступления денежных средств от собственников жилья можно рассматривать и отражать в учете и отчетности по-разному: либо как доходы, либо как целевые поступления. Неверное отражение операций в учете ведет к недостоверным данным в отчетности.

Особенностью деятельности организаций, осуществляющих управление МКД, является необходимость формирования отчетности для собственников жилья. Многие управляющие компании не раскрывают собственникам жилья свои доходы и расходы. Компании не выполняют обязательства по размещению раскрытой информации в системе ГИС ЖКХ, а также не указывают количество домов в своем управлении. Управляющие компании утверждают, что им не хватает персонала для отображения информации на сайтах раскрытия информации. Эксперты же считают, что они специально не выкладывают информацию о доходах и расходах, поэтому необходимо увеличить административные штрафы.

Мы полагаем, что эти проблемы связаны с неэффективностью контроля.

Таким образом, информация, формируемая организациями ЖКХ не в полной мере отражает реально происходящие процессы и требует с одной стороны, развития методики учета, а с другой - разработки эффективной системы контроля за деятельностью экономических субъектов в этом секторе экономики.

Литература:

1. ЖК РФ Статья 161. Выбор способа управления многоквартирным домом. Общие требования к деятельности по управлению многоквартирным домом.

2. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 19.04.2019) "О формах бухгалтерской отчетности организаций"

3. Ловят на жильца: Генпрокуратура выявила 600 тыс. нарушений в сфере ЖКХ – URL: <https://iz.ru/978637/mariia-perevoshchikova/loviat-na-zhiltca-genprokuratura-vyivavila-600-tys-narushenii-v-sfere-zhkkh>

4. ЖК РФ Статья 20. Государственный жилищный надзор, муниципальный жилищный контроль и общественный жилищный контроль

5. Информация о проверках, проведенных муниципальными и региональными контролирующими органами – URL: <https://dom.gosuslugi.ru/#!/examinations>

6. Информация о проверках, проведенных муниципальными и региональными контролирующими органами – URL: <https://dom.gosuslugi.ru/#!/examinations>

ВЛИЯНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

П.С. Дрей, Е.В.Хоменко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, paulinad99@mail.ru**

В статье проанализировано влияние учетной политики организации, в особенности выбранного метода начисления амортизации на показатель фондоотдачи. Отражена актуальность данной темы, а также затронуты проблемы отношения российских организаций к составлению учетной политики. Выявлена необходимость в обновлении учетной политики в ООО «Партнер» и даны рекомендации. Рассмотренные в статье проблемы и рекомендации по их

решению базируются на примере расчета фондоотдачи при разных способах начисления амортизации основных средств в ООО «Партнёр».

The article analyzes the influence of the accounting policy of the organization, in particular the chosen method of depreciation, on the rate of return on assets. The relevance of this topic is reflected, as well as the problems of the attitude of Russian organizations to the preparation of accounting policy. The need to update the accounting policy in LLC "Partner" was identified and recommendations were given. The problems discussed in the report and recommendations for their elimination are based on the example of calculating the return on assets with different methods of calculating depreciation of fixed assets in LLC "Partner".

Учетная политика в настоящее время вызывает все больший интерес у российских ученых, ведь с каждым годом появляется все больше факторов, доказывающих влияние разработанной учетной политики на показатели финансово-хозяйственной деятельности организации. Демонстрация такого влияния на примере отдельных показателей являлась целью данной работы. К таким ученым можно отнести: Крутякова Т.Л. [1], Курбангалеева О.А. [2], Дорохова А.И. [3], О. Самойлюк [4] и др. Но при этом в большинстве статей учетная политика рассматривается не как эффективный инструмент управления финансовым результатом организации, а как некий организационно-распорядительный документ, и анализируется его соответствие нормативно-правовым актам. Вместе с тем, в работах Куликовой Л.И. [5] и Буйвис Т.А. [6] рассматривается непосредственное влияние учетной политики на показатели финансово-хозяйственной деятельности организации. Этот подход получил развитие в данной работе.

Важно помнить, что корректное составление учетной политики позволит улучшить финансовое состояние организации. Но для ее создания от руководителя требуется высокая степень профессиональной подготовки, ответственности, особого внимания, понимания протекающих процессов внутри компании, что в совокупности поможет добиться положительного финансового результата и улучшить положение организации на рынке. Для этого на стадии разработки учетной политики следует проводить финансово-экономический анализ показателей деятельности организации, на которые влияют планируемые методы учета.

Для примера рассмотрим влияние выбранной учетной политики на показатель фондоотдачи. Поскольку фондоотдача используется для характеристики динамики эффективности использования основных фондов предприятия, следовательно, при анализе данного показателя мы получаем необходимую информацию для оценки финансово-хозяйственной деятельности организации.

Чтобы оценить влияние учетной политики на величину фондоотдачи, рассчитываем величину этого показателя по формуле (1) в зависимости от выбранного варианта начисления амортизации основных средств.

$$\Phi_{\text{отд.}} = \frac{\text{выручка}}{\text{среднегодовая остаточная стоимость основных средств}}, \text{руб.} \quad (1)$$

В качестве объекта наблюдения в работе выступало ООО «Партнер», которое осуществляет деятельность в области и перевозок и доставки грузов. У общества находится в собственности грузовой тягач седельный Scania P 340 с первоначальной стоимостью 1 930 000 руб.

В соответствии с учетной политикой ООО «Партнер» для начисления амортизации основных средств применяется линейный способ. Для решения задач исследования, рассчитаем амортизацию еще двумя способами.

Таблица 1 - Данные для расчета амортизации

Основное средство	Первоначальная стоимость, руб.	Срок полезного использования	Выручка, руб.
Грузовой тягач седельный Scania P 340	1 930 000	6 лет	16 230 000

Таблица 2 – Расчет амортизации различными способами за год, руб.

Год	Годовая сумма амортизации	Накопленная амортизация	Остаточная стоимость	Среднегодовая остаточная стоимость
Линейный метод				
1	321 731	321 731	1 608 269	1 447 404
2	321 731	643 462	1 286 538	
Метод уменьшаемого остатка (коэффициент ускорения = 2)				
1	643 462	643 462	1 286 538	1 072 072
2	428 932	1 072 394	857 606	
Способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования (1+2+3+4+5+6=21)				
1	551 429	551 429	1 378 571	1 148 809
2	459 524	1 010 953	919 047	

Таблица 3 – Расчет фондоотдачи основного средства, руб.

Линейный метод	Метод уменьшаемого остатка	Способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования
11,21	15,14	14,13

Результаты анализа показывают, что наименьший показатель фондоотдачи наблюдается при использовании линейного метода, а наибольший показатель – при использовании метода уменьшаемого остатка. Хотя разница не существенна и составляет 3,93 руб., мы видим, что величина фондоотдачи напрямую зависит от выбранного метода начисления амортизации в учетной политике организации. Чтобы добиться наибольшего значения фондоотдачи, можно порекомендовать ООО «Партнер» внести в учетную политику, т.е отразить смену перехода с линейного метода начисления амортизации на метод уменьшаемого остатка. Но при этом также можно рекомендовать использовать способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования, т.к. грузовой автотранспорт чаще всего имеет высокую степень износа.

Таким образом, учетная политика оказывает существенное влияние на показатели финансово-хозяйственной деятельности организаций, которое может быть продемонстрировано, например, как в нашем случае на примере фондоотдачи, а также других показателях – затрат, рентабельности и т.п. При этом важно помнить о том, что выбор должен быть ориентирован в первую очередь на специфику деятельности организации и опираться на предварительный анализ, что приведет к улучшению финансового положения компании, а также к повышению достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Предложенное внесение изменений в учетную политику ООО «Партнер» позволит улучшить качество и степень достоверности информации, доступной как для внутренних, так и для внешних пользователей, а также увеличить показатель фондоотдачи, что положительно отразится на эффективности деятельности организации. Это связано с тем, что способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования актуален для основных средств, для которых моральный или физический износ наступает быстрее. Также с помощью данного метода ООО «Партнер» не только увеличило бы фондоотдачу, но и быстрее бы перенесла в расходы потраченные на приобретение тягачей средства.

Литература:

1. Крутякова, Т.Л. Учетная политика 2018: бухгалтерская и налоговая / Т.Л. Крутякова. – М.: Изд-во АйСи, 2018. – 272с.
2. Курбангалеева О.А. Учетная политика организации (ПБУ 1/2008) // Советник бухгалтера. 2009. № 1. С.15-23
3. Дорохова А.И. Как внести изменения в учетную политику в соответствии с МСФО. URL: [http:// grossbuhp.kz/article/show/6384](http://grossbuhp.kz/article/show/6384)
4. Рассказова-Николаева, С. Учетная политика 2012 / С. Рассказова-Николаева, Е. Калинина, О. Самойлюк. – СПб.: Питер, 2012. – 272с.
5. Куликова, Л.И. Учетная политика организации: новое решение / Л.И. Куликова. – М.: Бухгалтерский учет, 2010. – 336с.
6. Буйвис, Т.А. Учетная политика организации как инструмент управления показателями финансового состояния / Т.А. Буйвис. – https://elibrary.ru/download/elibrary_14316441_19033181.pdf

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

А.В. Захарова, Е.В. Хоменко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, zav-1999@yandex.ru**

Система внутреннего контроля организации основывается на разработке механизма осуществления контрольных мероприятий, связанных с обоснованием как системы принятия управленческих решений. Разработка системы внутреннего контроля организации основывается на механизме формирования показателей, связанных как с деятельностью организации в целом, так и с принятием существенных управленческих решений. Внутренний контроль на современном этапе является важнейшим элементом, ориентированным на формирование качественных показателей деятельности организации и связывается с оценкой перспектив деятельности и анализом уже осуществленных операций и т.д. В рамках данной статьи рассмотрены основные подходы к формированию системы внутреннего контроля и обоснован выбор наиболее предпочтительного подхода для ООО "Плеск Ру".

The system of internal control of an organization is based on the development of a mechanism for the implementation of control measures related to the justification of both the system for making management decisions and the analysis of the current situation associated with the functioning of modern organized structures. The choice of the organization's control system is based on the mechanism for generating indicators related to both the organization's activities and the adoption of significant management decisions. Internal control at the present stage is the most important element focused on the formation of qualitative indicators of the organization's activities and is associated with an assessment of the prospects for activities and analysis of operations

already carried out, etc. Within the framework of this article, the main systems of internal control will be considered and the choice of the most favorable for the implementation of the activities of LLC Plesk Ru will be justified.

Систему внутреннего контроля можно определить как систему финансового и управленческого контроля, организованную руководством для выполнения упорядоченной и эффективной работы организации и обеспечения ее соответствия политикам управления.

Порядок организации внутреннего контроля определяется в самом бизнес-подразделении (например, путем создания службы внутреннего контроля, внутреннего аудита, аудиторской службы или путем заключения соглашения со сторонней организацией). Основной принцип должен заключаться в следующем: каждый должен придерживаться рациональности и сравнивать затраты труда на осуществление контроля с полученным результатом. При построении системы внутреннего контроля, принимая во внимание размер организации, важно использовать наиболее эффективные подходы для обеспечения того, чтобы необходимый, но достаточный объем контроля осуществлялся по разумной цене (для персонала, консультантов, аутсорсинга и используемых программ).

Внутренний аудит призван выполнять более обширные задачи по оценке процедур внутреннего контроля, процессов управления рисками и управления компанией. Однако, в зависимости от уровня развития корпоративной культуры (включая контрольную среду), приоритетом внутреннего аудита может быть выполнение задач, которые обычно стоят перед отделом контроля и аудита [1].

Система внутреннего контроля организации применяется ко всем возникающим бизнес-процессам, от планирования деятельности до подготовки годовой финансовой отчетности.

Финансовый контроль, включая проверку полноты и точности бухгалтерских записей и подготовку финансовой отчетности, является важным элементом внутреннего контроля.

Целью хозяйствующего субъекта является не создание системы контроля, полностью гарантирующей отсутствие отклонений, ошибок и неэффективности в работе, а система, помогающая своевременно их выявить и устранить, что приводит к увеличению показателей деятельности [2].

В настоящее время авторитетным базовым ориентиром в качестве стандарта системы внутреннего контроля выступают положения Концепции COSO, представляющие собой интеллектуальный коммерческий продукт частных организаций США в виде разработанных в письменном формате указаний по управлению рисками, внутреннему

контролю и пресечению мошеннических действий. Модель системы внутреннего контроля COSO представлена пятью взаимосвязанными компонентами [3]:

1) контрольная среда — отражает общую атмосферу в компании, влияющую на понимание и исполнение процедур контроля ее сотрудниками.

2) оценка рисков — предполагает непрерывный процесс выявления и анализа рисков, связанных с достижением целей компании и возникающих как от внешних, так и от внутренних источников;

3) контрольные процедуры — это мероприятия, определенные политикой компании, которые обеспечивают выполнение указаний руководства, например, согласования, разрешения, проверки, сверки, отчеты по текущей деятельности [4].

Альтернативой системе внутреннего контроля COSO, построенной на процедурах, является система внутреннего контроля, построенная на бизнес-процессах. Рекомендуется выстраивать систему внутреннего контроля по трем основным направлениям:

- контроль за управлением компанией в целом (действиями руководства компании, стратегией управления);
- контроль за бизнес-процессами;
- контроль за коммуникациями.

Еще одним подходом к проведению внутреннего контроля является сравнительный подход. Его отличие от других подходов заключается в процессе проведения сравнительных мероприятий, связанных с выполнением оценки сопоставления основных операций финансово – хозяйственной системы осуществляемых операций [3].

Также в данный спектр входит проведение контрольных мероприятий, ориентированных на исследовании основных механизмов осуществления внутреннего контроля функционирующими компаниями.

Функция внутреннего контроля может быть реализована несколькими способами, и поэтому, для того чтобы пользоваться преимуществами, которые дает организации эффективный внутренний контроль, необязательно создавать отдельное подразделение. При этом функцию внутреннего контроля может выполнять внешний консультант или специализированная компания при условии недопущения конфликта интересов [4].

Сравнительная характеристика систем внутреннего контроля организаций на современном этапе представлена в табл.1.

**Таблица 1 – Сравнительная характеристика систем
внутреннего контроля**

Наименование системы внутреннего контроля	Достоинства	Недостатки
Создание собственной службы или подразделения, осуществляющего внутренний контроль	Контроль деятельности над операциями подразделения	Необходимость осуществления затрат для деятельности
Аусторсинг	Передача прав ведения контрольных мероприятий позволяет осуществить экономию финансовых средств	Информация о результатах внутреннего контроля не является корпоративной
Косорсинг	Привлечение сторонних экспертов дает возможность учитывать большое количество мнений, и получать актуальные данные	Деятельность экспертов требует осуществления дополнительных затрат

Далее представим информацию о компании ООО "Плеск Ру".

Основным видом деятельности является «Разработка компьютерного программного обеспечения», зарегистрированы 4 дополнительных вида деятельности [5].

При выборе подхода к проведению мероприятий внутреннего контроля должен быть выбран вариант с применением системы бизнес – процессов, так как именно их роль в процессе выполнения моделирования основных операций приводит к необходимости изучения аспектов деятельности предприятия на современном этапе.

Вывод: внутренний контроль в деятельности современных организаций является важным элементом при осуществлении качественной политики по управлению основными аспектами деятельности, осуществлением операций и т.д.

Литература:

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Издание 2-е переработанное и дополненное. — М.: Книжный мир, 2019. — 860 с.
2. Есипенко М.А. Роль предпринимательства в обеспечении инновационного экономического роста // Транспортное дело России. — 2014. — №2. — С.19-21
3. Колоколов В.А. Инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур [Электронный ресурс] // Корпоративный менеджмент. Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2002-1/08.shtml>
4. Овсийчук В. Я., Овсийчук В. В., Трусов Ю. А. Методы контроля системы внутренних стандартов аудиторской деятельности в аудиторских организациях внешними контролерами качества // Учет. Анализ. Аудит. 2016. № 2. С. 78–94.
5. Сайт общедоступной информации о компаниях в РФ: «Руспрофиль». Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/id/10977621>

ПРОБЛЕМЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Е.В. Зыкова, Н.Н. Овчинникова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, kate.zykova@mail.ru**

В статье раскрывается понятие, роль и значение прогнозирования финансового состояния организации, проблемы прогнозирования финансового состояния организации в условиях пандемии COVID-19, а также делается вывод по приведенным проблемам прогнозирования финансового состояния в условиях пандемии COVID-19.

The article reveals the concept, role and importance of forecasting the financial condition of the organization, problems of forecasting the financial condition of the organization in a pandemic COVID-19, and concludes on the given problems of predicting the financial state in the conditions of a pandemic COVID-19.

COVID-19 существенно повлиял на привычную жизнь людей, но также немаловажное влияние он оказал на жизнь организаций. Все мировое сообщество усердно трудиться над вакциной от пандемии. Но как быть организациям, которые сталкиваются с серьезными финансовыми проблемами на фоне коронавируса, какие существуют

проблемы прогнозирования финансового состояния организации в условиях пандемии COVID-19? Разберемся в данной статье.

Прежде чем рассматривать проблемы прогнозирования финансового состояния организации, следует разобраться с понятием прогнозирования и что оно из себя представляет. Прогнозирование подразумевает повременное выявление и изучение возможных альтернатив будущего развития организации. Организация должна делать прогнозы будущего финансового состояния, чтобы она имела успех в будущем и стабильное развитие с последующем увеличением финансовых показателей [1]. Прогнозирование имеет ведущую роль для организации, однако необходимо учитывать большое количество факторов, которые в той или иной степени могут оказать влияние на организацию в будущем. А следовательно будет возникать некая неопределенность, которая будет искажать результаты такого прогнозирования.

Одним из таких факторов является коронавирус, на фоне которого возникла кризисная ситуация не только в нашей стране, но и по всему миру. Каждая организация болезненно переживают кризис и подвергаются финансовому давлению, поэтому каждый руководитель заинтересован в понимании всей ситуации и в полном представлении всех рисков, которые будут присутствовать при прогнозировании и оказывать влияние[2].

Проблемами прогнозирования финансового состояния организации в условиях пандемии COVID-19 могут быть следующими:

1) Невозможность организации обеспечить точный прогноз. В период такой нестабильной и неопределенной ситуации организация просто не в состоянии обеспечить точный прогноз по ключевым показателям своего бизнеса.

2) Быстрое изменение внешние факторов, влияющих на прогноз. Ведь при изменении внешних факторов, например, таких как таможенная пошлина, которая в условиях пандемии увеличивается, что приводит к увеличению стоимости доставки товаров, может негативно влиять на деятельность и прогноз организации.

3) Сокращение валютного обмена между организациями. Валютный обмен между организациями имеет важную роль при прогнозе, ведь он оказывает огромное влияние на международную торговлю. Если валютный обмен имеют тенденция на уменьшение, то это приводит к ограниченности роста доходов и доступности капитала у организации [3].

Таким образом, при более детальном рассмотрении прогнозирования финансового состояния организации на фоне всей возникшей ситуации с

коронавирусом, можно сделать вывод о том, что само прогнозирование является неотъемлемой частью функционирования всей организации в целом. Его роль все более усиливается с экономическим развитием инновационных систем. Но в условиях COVID-19, который повлек за собой кризисную ситуацию, осуществлять прогнозирование стало сложнее, так как влияние факторов особенно внешних, очень скоротечно, что приводит к быстро меняющимся результатам прогноза.

Литература:

1. Методы и модели прогнозирования финансового состояния компании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://articlekz.com/article/21238> (дата обращения 15.11.2020);
2. COVID-19: управление бизнесом и денежными потоками в кризисной ситуации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/publications/collection/brs_managing_your_cash_pressures_rus.pdf (дата обращения: 15.11.2020);
3. COVID-19: применение сценарного прогнозирования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://articlekz.com/article/21238> (дата обращения: 15.11.2020);

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

К.С. Исакова, Т.В. Жукова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, kris.isakova.808@mail.ru**

Статья посвящена рассмотрению предпосылок появления публичной информации об устойчивом развитии, которая позволяет заинтересованным пользователям на ее основе принимать решения в отношении эффективности деятельности компании в настоящий момент и в будущем. Основными задачами исследования являются раскрытие основных этапов формирования целей устойчивого развития, обоснование необходимости представления информации о них в финансовой и нефинансовой отчетности, а также рассмотрение индикаторов, характеризующих устойчивое развитие компании.

This article is focused on the consideration of the precondition for the appearance of public information about sustainable development, which allows interested users to make decisions on the company's performance at the present time and in the future. The main objectives of the study are to disclose the main stages of the formation of sustainable development goals, justify the need to provide information about them in financial and non-financial statements, as well as to consider indicators that characterize the company's sustainable development.

На протяжении развития человеческой цивилизации, в процессе своей деятельности человек старался удовлетворить свои непрерывно растущие потребности, в результате чего нерационально использовал природные ресурсы, не учитывая при этом последствий причиняемого окружающей среде ущерба. Продолжительное время пагубное влияние сказывалось только на отдельные элементы окружающей среды, но к середине XX века негативному воздействию стали подвергаться практически все природные компоненты. Неконтролируемый экономический рост, требовавший все большего количества природных ресурсов, а также процессы глобализации – вот главные предпосылки такого изменения. Это привело к обострению целого ряда экономических проблем, среди которых истощение озонового слоя, изменение климата, опустынивание и другие.

В 1972 году в рамках ООН была подготовлена Программа ООН по окружающей среде или UNEP (United Nations Environment Programme), которая заложила основы координации охраны природы на глобальном общесистемном уровне. UNEP определяет «зеленую экономику» как экономику, повышающую благосостояние людей и обеспечивающую социальную справедливость, и при этом позволяющую снижать риски для окружающей среды. В 1987 году Международная комиссия ООН по окружающей среде и развитию подготовила доклад «Наше общее будущее», в котором официально была сформулирована концепция «устойчивого развития». Большую известность термин «устойчивое развитие» получил в 1992 году на Конференции ООН по окружающей среде и развитию, на которой была принята Рамочная конвенция ООН об изменении климата (РКИК) – это программа действий, направленная на реализацию национальными правительствами концепции глобального устойчивого развития. В настоящее время участниками конвенции являются 196 стран (в том числе все развитые страны, включая США) и отдельно ЕС [1].

25 сентября 2015 г. 193 страны приняли «Повестку дня в области устойчивого развития до 2030 года», включающую 17 глобальных целей устойчивого развития (ЦУР), которые носят комплексный и неделимый характер и обеспечивают сбалансированность трех компонентов устойчивого развития: экономического, социального и экологического (рис. 1).



Рисунок 1 – Цели устойчивого развития [4]

На сегодняшний день уже никто не сомневается в том, что необходимо переходить от развития, основанного на необеспеченном росте и приоритете финансовой прибыли, к сбалансированному использованию ограниченных ресурсов и сохранению социальных, культурных, экологических и биологических систем. С каждым годом во всем мире возрастает степень интеграции ЦУР в работу различных институтов на международном, национальном и корпоративном уровнях.

Важно отметить, что тенденции развития отчетности, ориентированные на пользовательскую концепцию, свидетельствуют о востребованности для принятия решений в ней информации как финансового, так и нефинансового характера. Именно это и становится причиной формирования соответствующей нефинансовой отчетности компаниями, ориентированными на устойчивое развитие своей деятельности, что подтверждает количество нефинансовых отчетов, зарегистрированных в базе данных CorporateRegister.com (рис. 2).

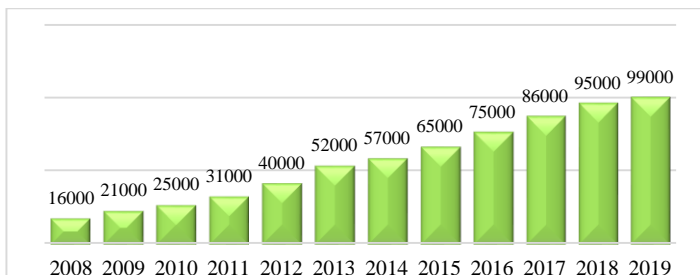


Рисунок 2 – Количество нефинансовых отчетов, зарегистрированных в базе данных CorporateRegister.com, нарастающим итогом

Многие крупные компании раскрывают нефинансовую информацию в отчетах по устойчивому развитию, а также в годовых отчетах. В настоящее время повышение информационной открытости – это условие

ведения конкурентоспособного бизнеса, в противном случае, добиться доверия акционеров и инвесторов будет очень сложно. Именно для того, чтобы уверенно «стоять на ногах», организации важно представлять пользователям нефинансовые отчеты, так как вклад компаний в достижение целей устойчивого развития, будет высоко оценен.

Важно отметить, что сами по себе финансовые показатели лишь частично отражают реальное положение дел в компании. Существенная доля публикуемой информации приходится на нефинансовые показатели, часть из которых отражается в отчетности по МСФО, но большинство из них фиксируются в отчетах в области устойчивого развития.

На основании отчета об устойчивом развитии сформирована «пятерка» стран-лидеров в области достижения ЦУР, представленная в таблице 1.

Таблица 1 – Топ-5 стран лидеров по достижению ЦУР [3]

Место в рейтинге	Балл выполнения ЦУР	Страна
1 место	84,7	Швеция
2 место	84,6	Дания
3 место	83,8	Финляндия
4 место	81,1	Франция
5 место	80,8	Германия
57 место	71,9	Россия

В данном рейтинге баллы соответствуют уровню достижения странами ЦУР (максимально может быть начислено 100 баллов). В топ-5 входят Скандинавские страны и иные представители Европы. Россия в данном рейтинге занимает 57 место с уровнем достижения ЦУР равным 71,9 балла. Среди наиболее успешных ЦУР для России в последние годы стали цели 1 «Ликвидация нищеты», 4 «Качественное образование», 8 «Достойная работа и экономический рост» [3].

Говоря о выполнении ЦУР, необходимо рассматривать индикаторы и индексы устойчивого развития. К индикаторам устойчивого развития относятся показатели, позволяющие судить о состоянии и/или изменениях параметров устойчивого развития (экологических, экономических, социальных). Индексы устойчивого развития – это комплексные показатели, получаемые в ходе агрегации (объединения) нескольких индикаторов между собой или с другими данными.

Самой распространенной методикой считается оценка уровня устойчивого развития компании с помощью индекса устойчивости Доу-Джонса (Dow Jones Sustainability Index – DJSI), значения которого публикуются с 1999 г. Индекс рассчитывается на основании системы

весов для различных качественных и количественных показателей в трех областях: экономическое воздействие, воздействие на окружающую среду и социальное воздействие. В каждой оцениваемой области действует специфичный отраслевой критерий. Через систему коэффициентов данные показатели сводятся к значению, выражаемому в процентах. Значение индекса, равное 100%, характеризует наивысшую «устойчивость» [2, с. 54-56].

Концепция устойчивого развития на сегодняшний день приобретает все большую значимость. Во всем мире идет формирование новых подходов бизнеса к управлению ресурсами, рисками и всеми видами воздействия на экономику, общество и экологию. Показатели устойчивого развития имеют широкое практическое применение, их используют для формирования финансовых инструментов и продуктов, идентификации лидеров в области устойчивого развития, а также оценки доходности портфелей социально-ответственного инвестирования.

Литература:

1. Диагностическая записка «Зеленые финансы: повестка дня для России» [Электронный ресурс] – URL: http://www.cbr.ru/content/document/file/51270/diagnostic_note.pdf (дата обращения 09.11.2020).
2. Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Я. Горфинкель [и др.]; отв. ред. В. Я. Горфинкель, Н. В. Родионова. — М.: Издательство Юрайт, 2019. – 438 с.
3. Отчет об устойчивом развитии 2020 [Электронный ресурс] – URL: <https://dashboards.sdgindex.org/#/> (дата обращения 07.11.2020).
4. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс] – URL: <http://www.rspp.ru/> (дата обращения 08.11.2020).

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ОПЕРАЦИЙ У ЗАСТРОЙЩИКА, РАБОТАЮЩЕГО ЧЕРЕЗ СЧЕТА-ЭСКРОУ

Е.А. Сурикова, Е.А. Коновалова
ФГБОУ ВО СГУПС, Россия, г. Новосибирск, kain2565@mail.ru

Долевое строительство является формой инвестиционной деятельности, при которой строительная организация (застройщик) привлекает денежные средства участников долевого строительства (дольщиков). С 1 июля 2019 года все застройщики перешли на расчеты через эскроу-счета. Главная особенность учета у застройщиков, работающих через счета-эскроу, проявляется через

порядок расчетов с дольщиками. Налоговый учет доходов и расходов по договору участия в долевом строительстве зависит от системы налогообложения, которую применяет застройщик.

Shared-equity construction is a form of investment activity in which a construction organization (developer) attracts funds from participants in shared-equity construction (shareholders). From July 1, 2019, all developers switched to settlements via escrow accounts. The main feature of accounting for developers working through escrow accounts is shown through the order of settlements with shareholders. Tax accounting of income and expenses under a shared-equity construction agreement depends on the tax system applied by the developer.

Механизм долевого строительства стал крупнейшим инструментом сбора средств для строительной отрасли. Тем не менее, Правительство совместно с Центральным банком Российской Федерации разработали план поэтапного отказа от долевого строительства в пользу проектного финансирования. Долевое строительство в его прежнем виде перестает существовать. **С 1 июля 2019** года все застройщики перешли на расчеты через эскроу-счета.

Эскроу-счет в долевом строительстве – это специальный счет, открываемый в банке, на котором замораживаются деньги дольщика на период строительства дома, и передаются застройщику только после того, как тот исполнит свои обязательства перед дольщиком.

При этой схеме дольщики передают средства не застройщику, а банку, который замораживает деньги до тех пор, пока застройщик не выполнит обязательства по сдаче объекта. Финансировать проекты застройщики будут с помощью банковских кредитов.

Требования к самим застройщикам, без соблюдения которых они не смогут продолжать вести свою деятельность представлены на рисунке 1.

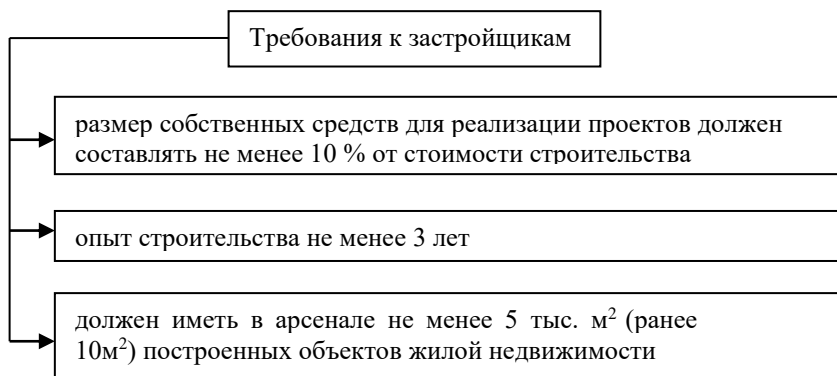


Рисунок 1 – Обязательные требования к застройщикам

Главная особенность учета у застройщиков, работающих через счета-эскроу, проявляется через порядок расчетов с дольщиками.

Себестоимость строительства формируется на счете 20 «Основное производство». Выручку от реализации жилья отражается по счету 90 «Продажи». Средства дольщиков отражаются на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Когда деньги дольщиков поступают на счет, из банка приходит уведомление. В этот момент отражаются деньги на забалансовом счете 009 субсчет «Средства дольщиков на счетах эскроу».

Передача объекта дольщику отражается проводкой: Дебет 76 «Расчеты с дольщиком» Кредит 43 «Готовая продукция».

Выручка – разница между ценой договора и стоимостью строительства – признается при передаче квартир покупателям.

Частью средств со счета эскроу банк погашает кредит и проценты, а оставшуюся часть переводит девелоперу:

Дебет 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам» Кредит 76 «Расчеты с дольщиком» – часть средств со счета списана на погашение кредита и процентов;

Дебет 51 «Расчетные счета» Кредит 76 «Расчеты с дольщиком» – поступил остаток средств со счета эскроу.

Далее закрывается забалансовый счет 009 «Обеспечения обязательств и платежей выданные».

В расходы включены затраты застройщика на строительство жилого дома, в том числе затраты на оплату работ сторонних организаций.

Налоговый учет доходов и расходов по договору участия в долевом строительстве зависит от системы налогообложения, которую применяет застройщик

Рассмотрим особенности налогообложения у застройщиков на общем режиме. Фактически теперь застройщик отражает операции с дольщиками так же, как по обычным договорам купли-продажи.

Что касается налога на прибыль, то всю сумму по договору застройщик признает в доходах, когда получит деньги со счетов эскроу и подпишет передаточные акты. В тот же момент затраты на строительство отражаются в расходах по каждому отдельному договору.

НДС теперь застройщики платят с нежилых помещений.

При передаче дольщикам жилых помещений НДС со стоимости квартир начислять нет необходимости. Если объекты долевого строительства – нежилые помещения и машино-места, на всю сумму ДДУ теперь необходимо начислить НДС. Входной НДС со стоимости затрат на строительство нежилых помещений можно принять к вычету. Раздельный учет входного НДС по жилым и нежилым помещениям

можно вести пропорционально площадям в соответствии с проектной декларацией.

Объясняется это тем, что если застройщик переходит на расчеты через счета эскроу, деньги дольщиков на расчетный счет ему не поступают, а перечисляются в банки, которые кредитуют застройщиков, таким образом, целевого финансирования нет. Вся цена договора отражается как выручка от реализации, и если буквально следовать закону, то облагается НДС. Жилье – исключение.

Что касается упрощенной системы налогообложения (УСН), то достаточно большое количество застройщиков, в основном региональных, работали с применением данного режима, однако переход на проектное финансирование практически полностью уничтожает упрощенное налогообложение.

У строительной организации, работающей с эскроу-счетами, нет оснований применять положения п. 14 ст. 250 Налогового кодекса РФ, где говорится о расчете дохода в виде разницы между ценой договора и затратами на строительство, теперь в доход будет включаться общая сумма цены заключенного ДДУ.

Доходы признаются одновременно, кассовым методом — в момент раскрытия счета эскроу, следовательно, застройщик не сможет соответствовать критериям работы на УСН, так как вся сумма, накопленная на счетах, поступит на счет девелопера одним платежом, значительно превышающим 150 млн. рублей. Следовательно, налоговая нагрузка на застройщика неизбежно возрастает.

Таким образом, можно выделить основные особенности в учете и налогообложении застройщика:

- 1) порядок расчетов с дольщиками (используется забалансовый счет 009 «Обеспечения обязательств и платежей выданные»);
- 2) доходы признаются единовременно, кассовым методом, в тот же момент отражаются в расходах затраты на строительство;
- 3) отдельный учет НДС по жилым и коммерческим помещениям, НДС уплачивается с нежилых помещений;
- 4) фактическое отсутствие возможности применения упрощенной системы налогообложения строительными организациями, не смотря на то, что законодательно это не запрещено.

Литература:

1. Информационно-правовой портал «Гарант»
2. «Консультант Плюс»
3. *Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ)*
4. Федеральный закон "Об участии в долевом строительстве

многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" от 30.12.2004 N 214-ФЗ

5. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» № 175-ФЗ от 01.07.2018.

УЧЕТ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Е.А. Лоретус, Д.Ю. Ракин, Е.А. Петрова
Горно-Алтайский государственный университет,
г. Горно-Алтайск, loretus.2000@mail.ru

В данной статье рассмотрены особенности учета расчетов с покупателями и заказчиками на примере ООО «Алтайская свеча» г. Горно-Алтайск. На основе проведенного исследования выявлена необходимость в использовании программного обеспечения «1С: Бухгалтерия», выявлены его достоинства и сделаны соответствующие выводы.

This article discusses the features of accounting for settlements with buyers and customers on the example of LLC "Altai candle", Gorno-Altai. On the basis of the study, the necessity of using the 1C: Accounting software was revealed, its advantages were revealed, and the corresponding conclusions were drawn.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена сложностью и трудоемкостью процесса учета расчетов с покупателями и заказчиками, ввиду того, что ни одна организация не сможет в полной мере осуществлять хозяйственную деятельность без расчетов данного вида. Следует отметить, что операции расчетов с покупателями и заказчиками отличаются высокой периодичностью, обширностью и высокой динамичностью нормативно-правовой базы, регламентирующей учет расчетов с покупателями и заказчиками.

Объектом исследования в данной работе является бухгалтерский учет организации ООО «Алтайская свеча» г. Горно-Алтайск Республика Алтай по расчетам с покупателями и заказчиками.

В ООО «Алтайская свеча» данные о расчетных операциях с лицами, осуществляющими покупку товаров, продукции, работ и услуг обобщаются на синтетическом активно-пассивном счете 62 «Расчеты с

покупателями и заказчиками», согласно установленному плану счетов бухгалтерского учета.

Таблица 1 – Стандартные проводки, используемые в ООО «Алтайская свеча»

Ситуация	Дебет	Кредит
Продали продукцию, товары, иное имущество, выполнили работы, услуги для контрагента	62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»	90-1 «Выручка», 91-1 «Прочие доходы»
Получили оплату от покупателей и заказчиков	50 «Касса», 51 «Расчетный счет»	Расчеты с покупателями и заказчиками»
Получили аванс от контрагента	50 «Касса», 51 «Расчетный счет»	Расчеты с покупателями и заказчиками» субсчет «Расчеты по полученным предоплатам»
Зачли полученный аванс в счет оплаты за продукцию, товары, иное имущество, работы, услуги	Расчеты с покупателями и заказчиками»	Расчеты с покупателями и заказчиками»
Списали безнадежную дебиторскую задолженность покупателей и заказчиков	91-2 «Себестоимость продаж»	Расчеты с покупателями и заказчиками»

Следует отметить, что ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» устанавливает необходимость отражения всех без исключения операций по реализации именно в момент отгрузки продукции, поэтому факт отгрузки отражается независимо от факта передачи или получения денежных средств, также отражается в бухгалтерском учете ООО «Алтайская свеча» и момент возникновения дебиторской задолженности, в договорах с покупателями и заказчиками обязательно прописываются условия определения момента перехода права собственности на приобретенные товарно-материальные ценности.

Проведя анализ бухгалтерской отчетности, можно сделать следующие выводы:

1. ООО «Алтайская свеча» вполне рационально ведет учет расчетов с покупателями и заказчиками. Но для более точной организации учета и

отслеживания дебиторской задолженности нужно ввести некоторые корректировки в учетную политику, а также в учет расчетов с покупателями и заказчиками.

2. Выявлены моменты возникновения дебиторской задолженности. Задача бухгалтера в решении данного вопроса состоит в том, чтобы определить срок погашения задолженности данного вида, выявить непогашенную в срок дебиторскую задолженность и своевременно предупредить руководство об истечении срока давности дебиторской задолженности.

3. Расчеты с покупателями и заказчиками ООО «Алтайская свеча» ведет при помощи платежных поручений, но, к сожалению, такая форма расчета не дает организации гарантий, что клиент оплатит отгруженную продукцию.

В современном мире процесс автоматизации оказывает значительное влияние на различные сферы общества, информационные технологии всё глубже проникают в организации, предпочитающие вести учет привычным, отработанным годами способом. В этом заключается проблема большинства субъектов малого бизнеса, ведь точная и своевременная организация учета расчетов с покупателями и заказчиками оказывает прямое воздействие на повышение оборачиваемости и своевременное поступление денежных средств, а также развитие организации, ведь на обеспечение работы бухгалтерского подразделения будет тратиться меньше ресурсов и времени. Также, следует отметить, что автоматизация процесса учета расчетов с покупателями и заказчиками позволит обеспечить однообразие выполняемых операций, что, в свою очередь, позволит быстрее обрабатывать, систематизировать и хранить информацию о расчетах данного вида.

Проанализировав состояние и организацию бухгалтерского учета расчетов с покупателями в ООО «Алтайская свеча», можно сделать вывод о том, что для автоматизации своих расчетов с покупателями и заказчиками следует использовать продукт российской компании «1С» аналогичного наименования «1С: Бухгалтерия».

«1С: Бухгалтерия» - это бухгалтерская программа, работающая в двух режимах: режиме ведения бухгалтерского учета и режиме конфигуратора.

В программе автоматизированы операции начисления дебиторской задолженности по отгруженным организацией товарам, по основной и предпринимательской деятельности.

Использование программы «1С: Предприятие 8.0» позволит усовершенствовать не только учет расчетов с покупателями и

заказчиками, но и весь бухгалтерский и управленческий учет в организации, что положительно скажется на уровне эффективности его работы.

В данной версии имеются дополнительные возможности, которые позволяют усовершенствовать ведение учета расчетов с покупателями и заказчиками. Программа имеет удобный интерфейс, проста в использовании, в ней также реализовано оформление счетов-фактур и автоматическое формирование Книги продаж согласно НК РФ и Правилам заполнения (ведения) документов, применяемых при расчетах по налогу на добавленную стоимость (утв. Постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 № 1137), предусмотрено выставление счетов на оплату, автоматическое списание прямых и накладных затрат по услугам (работам) на текущий финансовый результат, полностью автоматизированы операции по зачету полученных авансов.

Основным достоинством использования программы «1С: Бухгалтерия 8» является то, что программа позволяет автоматически выполнять проводки, печатные формы документов, формировать отчетность на основании занесения первичной документации.

Исходя из вышесказанного, внедрение программы «1С: Бухгалтерия 8» в ООО «Алтайская свеча» позволит значительно сократить трудозатраты бухгалтера для учета расчетов с покупателями и заказчиками и ведения учета в принципе, так как самые трудоемкие расчеты будут автоматизированы.

Литература:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 12.05.2020).
2. Астахов, В. П. Бухгалтерский (финансовый) учет: учебное пособие / В. П. Астахов. - 9-е изд., перераб. и доп., 2011. – 995 с.
3. Илышева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности / Н.Н. Илышева. – М.: Финансы и статистика, Инфра-М, 2019. - 480 с.
4. Нормативно-правовая база ГАРАНТ [сайт]. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкция по его применению: приказ Минфина РФ от 31.10.2000 № 94 н (в ред. от 08.11.2010 № 142 н). - URL: <http://base.garant.ru/12121087/> (дата обращения: 30.10.2020).

ФАКТОРЫ ПРИБЫЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Р.А. Пашаева, Л.И. Григорьева

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, pashaeva.ren@gmail.com**

В статье рассматривается влияние различных факторов на формирование чистой прибыли в гостиничных предприятиях. На примере 5 крупных гостиниц показан процесс формирования чистой прибыли с учетом вычета процентов и налогов (ЕВИТ).

The article examines the influence of various factors on the formation of net profit in hotel enterprises. The process of generating net profit taking into account interest and taxes (EBIT) is shown on the example of 5 large hotels.

Отели - один из самых важных секторов в туристическом бизнесе, поскольку они являются движущими силами инвестиций, занятости и инноваций в туризме. Целью статьи является изучение факторов прибыльности гостиниц.

Факторы эффективности и успеха той или иной компании опираются на ее внутренние ресурсы и уникальные возможности. Эти характеристики включают финансовые ресурсы, природные ресурсы и нематериальные ресурсы. Их можно разделить на внешние и внутренние.

Внешние факторы, такие как экономический кризис, государственная политика, экономический рост, политическая ситуация, террористические акты и другие экономические и неэкономические факторы, влияют на эффективность и прибыльность гостиничных компаний. Гостиничный бизнес очень чувствителен к экономическим потрясениям, поскольку это снижает спрос и цены на их услуги [1].

Стабильность и прибыльность компании зависит от ее способности быстро выявлять и реагировать на изменения внешней среды.

Такое обычное явление, как изменение государственной политики, может оказать значительное влияние на бизнес. Предлагаемое законодательство на федеральном уровне и уровне штатов может юридически потребовать от компании внести изменения в свою деятельность и, следовательно, стать решающим фактором успеха.

Внутренние факторы оказывают не менее значимое влияние на прибыльность отелей.

Наиболее распространенными внутренними элементами являются размер компании, уровень задолженности, производительность труда, расходы на исследования и разработки, рентабельность в предыдущие годы, уровень инвестиций, ликвидность и платежеспособность.

Кроме того, различные финансовые системы и экономическая структура могут влиять на доступность капитала, необходимого для инвестиций.

Поскольку факторы внешней и внутренней среды влияют на различные аспекты деятельности компании, включая инновации, компании необходимо не только адаптироваться к внешней среде, но и улучшать внутреннюю структуру, из которой исходят угрозы и возможности для ее развития.

Основные факторы оказывающие ключевое влияние на гостиничный бизнес можно сгруппировать в следующие группы:

Политические условия: государственные субсидии для инноваций и инвестиций в ИКТ; продвижение туризма; фискальные льготы от инвестиций в инновации; природоохранные законодательства; увеличение инвестиций в городские туристические направления от гостиничных сетей.

Социально-демографические условия: изменения в привычках потребления; новые потребности клиентов; новые сегменты рынка; увеличение числа бронирований в последнюю минуту; новые ожидания клиентов; рост информирования путешественников.

Экологические условия: загрязнение; экологическая политика, регулирующая охраняемые территории.

Условия инфраструктуры: изменения в туристической инфраструктуре (аэропорты, конференц-центры); новые коммуникационные инфраструктуры (например, цифровое наземное телевидение, более широкий географический охват широкополосного доступа в Интернет); улучшение транспорта и рост недорогих операторов связи; медленное изменение культуры; дизайн отелей адаптирован к новым сегментам туризма; другая инфраструктура: больницы, поля для гольфа, парки развлечений.

Экономические условия: макро- и микроэкономические тенденции, определяющие бизнес-инвестиции: экономические циклы; развитие новых направлений; высокий уровень конкуренции; снижение спроса; высокая рентабельность бизнеса; рассмотрение инноваций и ИКТ в роли источников конкурентных преимуществ; повышение процентных ставок.

Технологические условия: технологические инновации, позволяющие предлагать новые гостиничные продукты и услуги или улучшать производственные процессы; широкополосный Интернет; демонстрационный эффект уже используемых технологий; разработка программного и аппаратного обеспечения: Y&RM, CRM и т. д.; технологическое развитие информационных систем; развитие мобильных технологий.

Правовые условия: законодательство о строительстве; законодательство о защите личных данных.

Для сравнительного анализа были выбраны 5 крупнейших гостиниц города Новосибирск представленных в таблице 1. Все компании по виду деятельности согласно ОКВЭД классифицируются под кодом «55.10» - деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания.

Таблица 1 – Гостиничные компании

Наименование компании	Наименование гостиницы	ИНН
ЗАО "Глобус"	Marriott	5407479820
ООО "Про Капитал Сибирь"	Domina	5404307131
АО "Русская Компания Развития"	Doubletree by Hilton	5407270835
ООО "Парадигма Групп"	AZIMUT	7722619160
ООО "МИРОТЕЛЬ"	Mirotel	5404012219

В выборку вошли гостиничные компании, которые имеют информацию как минимум о выручке, себестоимости, прочих доходов и расходов, и налога на прибыль. В качестве дополнительного требования отбирались фирмы, располагающие данными не менее чем за 3 последних года подряд (2017, 2018, 2019 г.). Основным фактором отбора пяти исследуемых гостиниц, стал их статус. Потребители относят данные отели к лидерам приоритетных вариантов для временного размещения в городе Новосибирск. Гостиницы имеют свою долю известности и узнаваемости, что безусловно является немаловажным фактором привлечения клиентов.

В данной работе финансовые результаты рассматриваются через выручку, себестоимость продаж, валовую прибыль (убыток) и управленческие расходы - это показатели составляют прибыль(убыток) от продаж. Прибыль (убыток) от продаж формирует итоговое значение чистой прибыли.

Чистая прибыль представлена на рисунке 1, на основании выручки [2] в соответствии с наблюдаемой гостиницей, полученной из сервиса Audit-it.ru



Рис.1 – Анализ финансовых результатов

Гостиница Marriott Novosibirsk наиболее успешна, когда речь заходит о рентабельности активов. AZIMUT Отель Сибирь имеет самую высокую долю среднего EBIT, в то время как бизнес отель Mirotel имеет самую высокую долю чистой прибыли.

Поскольку нас интересуют факторы прибыльности фирм, мы рассматриваем рентабельность активов до налогообложения (ROA) как показатель прибыльности.

Рентабельность активов (ROA) часто используется в качестве показателя прибыльности, так как это показатель способности компании генерировать прибыль. Инвесторы предпочитают компании с высокой ROA.

Более высокая рентабельность ожидается в компаниях с более высокой производительностью труда.

В таблице 2 представлены результаты определения рентабельности на выборке представленных выше гостиничных компаний.

Таблица 2 – ROA гостиничных компаний (%)

	Marriott	Domina	Doubletree by Hilton	AZIMUT	Mirotel
2017	8,8%	-8,2%	0,4%	-0,6%	-64,5%
2018	9,7%	-19,3%	-1,4%	-0,5%	1,7%
2019	7,4%	-6%	2,6%	0,9%	3,1%

Результаты получены с использованием анализа данных и представлены для каждой гостиницы отдельно с целью выявления сходств и различий в элементах прибыльности гостиничных компаний.

Оборот чистых активов дает информацию о способности фирм использовать свои активы для получения доходов. Ожидается, что прибыльность будет расти вместе с ростом использования активов.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что высокие доходы в прошлом дают возможность получать высокие прибыли в будущем.

Литература:

1. Романюк, А. В. Влияние внутренних факторов на управление доходами гостиничных предприятий / А. В. Романюк. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 24 (104). — С. 543-545. — URL: <https://moluch.ru/archive/104/24389/> (дата обращения: 28.10.2020).
2. Audit-it.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/. – Дата доступа: 25.10.2020.

ОБЕСЦЕНЕНИЕ АКТИВОВ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЙ: МЕТОДЫ И ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕРКИ

В.А. Пустовских, Б.А. Аманжолова
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nichka.pustovskih@mail.ru

В статье исследованы методы и особенности проведения теста на обесценение активов угледобывающих компаний. Обесценение активов в качестве объекта исследования обусловлено их значимостью для заинтересованных пользователей отчетности.

The article examines the methods and features of the test for the impairment of assets of coal mining companies. The impairment of assets as an object of research is due to their significance for interested users of the financial statements.

Основные проблемы в угольной отрасли обозначены в Энергетической стратегии РФ на период до 2035 года. К наиболее существенным относятся проблемы, связанные со снижением внутреннего спроса, конкуренцией угольного топлива с природным газом, замедлением перестройки шахтного фонда с выводом из эксплуатации неперспективных шахт [1]. Данные факторы влияют на формирование стоимости угледобывающих компаний.

Существенное влияние на выводы заинтересованных пользователей отчетности угледобывающих компаний является наличие строк и раскрытий по обесценению активов.

При проведении аудита отчетности угледобывающих компаний, возникают сложности при оценке справедливой или возмещаемой

стоимости активов. К примеру, необходимо привлекать экспертов для расчета запасов угля в шахтах или в разрезах на долгосрочный период.

Основной методический регулятор обесценения активов является Международный стандарт финансовой отчетности 36 «Обесценение активов».

Если балансовая стоимость активов превышает возмещаемую стоимость, то актив обесценен [2]. Следовательно, необходимо отразить убытки от обесценения.

Алгоритм проведения теста на обесценение активов представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Алгоритм проведения теста на обесценение активов

Первым этапом является определение объекта обесценения. МСФО (IAS) 36 рассматривает обесценение в трех направлениях: обесценение отдельного актива, обесценение единицы, генерирующей денежные потоки (ЕГДП), обесценение деловой репутации. Основными видами деятельности угледобывающих компаний являются добыча и реализация энергетического угля, а также производство и продажа тепло- и электроэнергии. Следовательно, можно выделить следующие единицы, генерирующие денежные потоки:

1. добыча и реализация угля;

2. производство электроэнергии;
3. производство пара и горячей воды;
4. прочая деятельность.

Вторым этапом является анализ наличия признаков на обесценение актива. В течение 2019 года наблюдалось снижение мировых индексов цен на уголь (API-2, NEWC). В виду того, что многие угледобывающие компании экспортируют уголь, ценообразование привязано к данным индексам. Также необходимо для угледобывающих компаний сравнить рыночную капитализацию активов с уровнем чистых активов. Превышение рыночной капитализации над чистыми активами свидетельствует о наличии признака на обесценение.

Третьим этапом является определение возмещаемой стоимости активов. В виду того, что для угледобывающих компаний невозможно определить справедливую стоимость, необходимо запросить у аудируемого лица модель денежного потока, которая рассчитывает «бюджетную» стоимость. Модель денежного потока угледобывающих компаний состоит из следующих элементов:

- 1) входящие данные:
 - 1.1) финансовые (себестоимость, курс валют, инфляция и т.д);
 - 1.2) нефинансовые (долгосрочный горный план).
- 2) математические расчеты.

Элементы модели проверяются на соответствие требованиям МСФО 36 (таблица 1) [2].

Таблица 1 – Основные требования МСФО 36

ПП	Описание требования МСФО 36
п.36	Прогнозы ДС на данных бюджетов / прогнозов, утвержденных руководством и не включают потоки, связанные с реструктуризацией или улучшением или повышением эффективности использования актива в будущем.
п.35	Стандарт предусматривает период прогнозирования на срок не более 5 лет. Однако, распространенной индустриальной практикой является использование периода освоения доказанных+вероятных запасов , на основе наиболее последней оценки.
п.40	Если ставка дисконтирования включает влияние роста цен, будущие потоки денежных средств оцениваются в номинальном выражении. Если ставка дисконтирования не включает влияние роста цен, будущие потоки денежных средств оцениваются в реальном выражении.
п.43	Отсутствие оборотного капитала в Моделях денежных потоков (например, дебиторская и кредиторская задолженность), во избежание двойного счета.
п.50,51	В оценке будущих потоков денежных средств не должны учитываться: (а) поступления или выплаты в результате финансовой деятельности, и (б) поступления или выплаты, связанные с налогом на прибыль.

ПП	Описание требования МСФО 36
п.54	Будущие потоки денежных средств оцениваются в валюте, в которой денежные потоки будут создаваться, с последующим дисконтирование с использованием ставки дисконтирования, соответствующей такой валюте.

Если присутствует несоответствие, необходимо скорректировать модель.

Четвертый этап – анализ чувствительности и выявление ключевых допущений к модели. Если допущение модели во времени показывает нестабильные изменения, тем чувствительна к таким изменениям модель денежного потока. Следовательно, такие показатели будут являться ключевыми допущениями. В таблице 2 представлены основные ключевые допущения модели угледобывающих компаний. Данные допущения проверяют на разумность и адекватность применения.

Таблица 2 – Ключевые допущения модели денежного потока и применяемые аудиторские процедуры проверки

Ключевые допущения	Аудиторские процедуры по существу
Курс валют	Получение и сравнение со сводным мировым макроэкономическим обзором IHS Markit Ретроспективный и перспективный анализы
Прогнозные цены на уголь	Опрос руководства и встреча с экономистами Ретроспективный и перспективный анализы Получение и сравнение с данными Bloomberg, Capital IQ
Запасы и добыча угля	Опрос руководства и встреча с геологами Ретроспективный и перспективный анализы Обмен информацией с независимым экспертом
Ставка дисконтирования	Привлечение специалистов корпоративных финансов Ретроспективный и перспективный анализы

Результатом проверки адекватности ключевых допущений модели является то, что аудиторы либо соглашаются с ними, либо не соглашаются. В случае если аудиторы не соглашаются необходимо оценить эффекты от расчета аудируемого лица и расчета аудиторов. Модель необходимо будет скорректировать в случае существенных разниц.

Таким образом, в случае превышения балансовой стоимости над возмещаемой стоимостью активов образуется убыток от обесценения, который необходимо признать. При признании убытка, обязательно

проверяется раскрытие ключевых допущений в отчетности угледобывающих компаний. Данное раскрытие оказывает существенное влияние на выводы заинтересованных пользователей отчетности.

Литература:

1. Энергетическая стратегия РФ на период до 2035 года утв. Распоряжением Правительства РФ от 9.06.2020 №1523-р [Электронный ресурс]. – URL: <https://minenergo.gov.ru/node/1026> (дата обращения: 30.10.2020).

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 36 «Обесценение активов» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71223388/> (дата обращения: 20.10.2020).

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И НЕПРЕРЫВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА УРОВНЕ ОРГАНИЗАЦИЙ

Е.Ю. Салтовская, Б.А. Аманжолова

**Новосибирский государственный технический университет,
Новосибирск, ekaterina_saltovskaya@mail.ru**

В статье представлены результаты анализа подходов, определяющих области пересечения финансовой безопасности и непрерывности деятельности, а также обуславливающих методическое обеспечение анализа индикаторов, показателей и признаков, применяемых для их оценки.

Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что авторами систематизированы методы оценки непрерывности деятельности, финансовой безопасности на уровне организации, что позволило обосновать перспективы дальнейших исследований в сфере аудита.

The article presents the results of the analysis of approaches that determine the areas of intersection of financial security and business continuity, as well as determining the methodological support for the analysis of indicators, indicators and features used to assess them.

The practical significance of the research results lies in the fact that the authors systematized methods for assessing the continuity of activities, financial security at the organization level, which made it possible to justify the prospects for further research in the field of audit.

Основными направлениями развития аудиторской деятельности в Российской Федерации на период до 2024 года в качестве цели аудиторской деятельности определено формирование и поддержание

доверия делового сообщества и общества в целом к результатам оказания аудиторских услуг. Такая целевая установка согласована с концепцией системы Международных стандартов аудита (МСА) и ожиданиями потребителей аудиторских услуг.

Если Международные стандарты аудита формулируются и уточняются в соответствии с тенденциями мировой экономической системы, то на ожидания потребителей аудиторских услуг, по мнению авторов статьи, оказывают значительное влияние и тренды национальной экономики.

Одним из основных трендов мировой и национальной экономики выступает проникновение принципов устойчивого развития в функционирование социально-экономических систем различных иерархических уровней. В российской экономике на различных уровнях очевидна тенденция обеспечения безопасности, в том числе финансовой безопасности. Если говорить о финансовой безопасности на уровне организации, то собственники и руководители данных организаций в любых условиях заинтересованы в обеспечении сохранности материальных, финансовых ресурсов, так как они являются необходимым условием деятельности.

Современные условия характеризуются высокой степенью неопределенности внешней среды и необходимой сфокусированностью менеджмента компаний на защиту информации, в том числе в части угроз, связанных с представлением и раскрытием информации в публичной отчетности. В связи с этим проблематика устойчивого развития (и развития вообще) и финансовой безопасности экономических субъектов тесно связана со сложным аспектом аудиторской проверки финансовой отчетности – непрерывность деятельности.

Статистика Министерства финансов Российской Федерации [1] за 2014-2018 гг. показывает, что наблюдается рост доли аудиторских заключений, в которых аудиторами выражены сомнения в возможности клиента продолжать деятельность и с указанием на значительную неопределенность в деятельности клиента, в общем числе выданных аудиторских заключений. В период с 2014 по 2018 гг. видна тенденция роста показателя, который приближается с 3% до 5%. Таким образом, можно предположить, что при формировании отчетности 4,9% аудируемых лиц принцип непрерывности деятельности не соблюдается и наблюдается неопределенность в отношении перспектив их деятельности. Принимая во внимание тот факт, что чаще всего такие сомнения возникают у аудиторов на основе событий и условий финансового характера, приведем сведения о некоторых индикаторах

финансовой безопасности за сопоставимый период. Анализ информации осуществлен по организациям, но без субъектов малого предпринимательства, так как в России преобладает обязательный аудит.

Анализируя данные Федеральной службы государственной статистики [2] можно сделать вывод о том, что наблюдается снижение коэффициентов текущей ликвидности, обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициента автономии. В частности, нужно отметить, что коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами находится в отрицательном диапазоне, то есть демонстрируется отсутствие у экономических субъектов собственного оборотного капитала. Следовательно, можно говорить о формировании оборотных средств, а в некоторых случаях даже части внеоборотных активов за счет заемных источников. Такая ситуация создает риски и угрозы финансовой безопасности экономических субъектов.

Если анализировать сложившуюся ситуацию в контексте аудита непрерывности деятельности, то можно говорить о наличии событий и условий финансового характера, которые могут быть основанием для возникновения сомнений относительно непрерывности деятельности организации, которые предоставили обязательный экземпляр бухгалтерской (финансовой) отчетности в статистические органы.

Необходимо отметить, что независимый аудит отчетности и аудиторская оценка соблюдения принципа непрерывности деятельности должны и могут рассматриваться как один из инструментов предупреждения заинтересованных сторон об угрозах и рисках финансовой безопасности. Интерес для исследований представляет анализ взаимосвязи между динамикой аудиторских заключений с сомнениями о непрерывности деятельности и ситуацией с судебными решениями в сфере банкротства. Проведение таких исследований ограничено отсутствием сопоставимой информации по этим областям деятельности. Однако динамика решений судов о признании должника банкротом [3] свидетельствуют об актуальности комплексных исследований вопросов непрерывности деятельности и финансовой безопасности. Также положительная динамика данного показателя с 12923 до 13117 шт. в период с 2014 по 2018 гг. свидетельствует о наличии угроз финансовой безопасности, которые характерны не только для уровня экономического субъекта, но и могут получить свое распространение на различных уровнях.

В свою очередь, финансовая безопасность чаще всего оценивается через систему показателей ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности и платежеспособности. Традиционность информационной основы для расчета вышеперечисленных показателей,

методов её формирования и методов анализа позволяет констатировать ограниченность такой оценки и достаточность для сомнений в её полезности и гибкости. Дело в том, что показатели чаще всего отражают состояние организации за отчетный период, а основным условием обеспечения финансовой безопасности выступает своевременность обнаружения рисков и угроз и возможность для принятия превентивных мер для минимизации их последствий.

С одной стороны, арсенал методов, используемых для оценки финансовой безопасности, нуждается в расширении и его адаптации к новым рискам и угрозам. Среди методов, выделяемых большинством исследователей (статистическое и математическое моделирование, экспертные оценки, нормативный метод и др.) авторы выделяют мониторинг. Однако в современных условиях мониторинг должен быть интегрирован также в систему ИТ-обеспечения деятельности экономических субъектов для того, чтобы обеспечить самонастройку и необходимые корректировки инструментов и процедур мониторинга с учетом больших массивов данных и меняющихся типологий угроз и рисков финансовой безопасности.

С другой стороны, исследование финансовой безопасности и непрерывности деятельности в контексте устойчивого развития предполагает одновременно существенное расширение и необходимую конкретизацию факторов, которые оказывают влияние не только на аспекты финансовой безопасности, но и на обеспечение устойчивости.

Таким образом, исследование взаимосвязи между непрерывностью деятельности и финансовой безопасностью позволит оценить влияние ограниченности периода, на который распространяется суждение аудитора о непрерывности деятельности, на комплексную оценку устойчивости экономического субъекта. При этом, в качестве системообразующего фактора таких исследований выступает тезис о том, что финансовая безопасность выступает необходимым условием достижения целей устойчивого развития по всем основным сферам корпоративной социальной ответственности.

Литература:

1. Министерство финансов Российской Федерации. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/performance/audit/audit_stat/MainIndex/ (дата обращения: 25.10.2020).
2. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/11192> (дата обращения: 25.10.2020).

3. Единый федеральный реестр сведений о банкротстве. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://fedresurs.ru/news/7b3c8884-b159-4ee7-b5fb-7770d9d941da?attempt=2> (дата обращения: 25.10.2020)

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Е.А. Середина, Т.В. Жукова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, eseredina199905@mail.ru**

В статье рассмотрены существующие на сегодняшний день методические подходы к анализу показателей устойчивого развития, а также определена актуальность подобного анализа в современных условиях. Результатом настоящего исследования является сравнительная характеристика методик анализа устойчивого развития разными авторами, что позволило выделить критерии (индикаторы), которые определяют основные направления устойчивого развития компании.

The article describes the currently existing methodological approaches to the analysis of indicators of sustainable development, as well as determines the relevance of such an analysis in the modern conditions. The result of this study is a comparative characteristic of methods of analysis of sustainable development by different authors, which made it possible to allocate the criteria (indicators), which determine the main directions of the company's sustainable development.

Сегодня одним из наиболее значимых вопросов экономики является устойчивой развитие, что обусловлено важностью развития экономики России в современных условиях, которая характеризуется высокими социальными напряжениями, экономическим кризисом, вызванным пандемией, а также обострением международной обстановки и другими явлениями. В этой связи обеспечение устойчивого развития является важнейшим фактором для развития экономики страны. Важно понимать, что устойчивое развитие экономики страны, безусловно, зависит от устойчивого развития ее отдельных экономических субъектов. Именно поэтому устойчивое развитие компании является одной из важнейших задач теории и практики управления на сегодняшний день.

Изменения во внешней среде заставляют организационную систему компании перестраиваться, менять свои характеристики, и то, насколько эффективны будут данные изменения, определяет возможности устойчивого развития в условиях неопределенности, нестабильности, непрерывного изменения внешней среды. Формирование механизмов

устойчивого развития невозможно без предоставления руководству хозяйствующих субъектов полной и достоверной информацией о состоянии организации в виде финансовой отчетности, возможностей ее устойчивого развития в текущем и будущем периодах. Данная информация требует осмысления критериев устойчивого развития, факторов, его определяющих, а также методов и инструментов оценки данных показателей. Именно по этой причине в настоящем исследовании важно рассмотреть существующие методические подходы к анализу устойчивого развития компании, принятые в современной практике управления эффективностью ее деятельности.

Возможности оценки показателей устойчивого развития организации требуют понимания самой сущности устойчивого развития, процессов и явлений во внешней и внутренней среде, которые определяют возможности и угрозы для ее развития. Большинство авторов, которые уделяют внимание проблеме устойчивого развития, сегодня отмечают сложность данной категории, ее многогранность, обусловленность множеством факторов, различием в целях определения и оценки устойчивого развития, интересами оценивающих сторон и т.д. Например, Салимова Т.А. определяет устойчивое развитие как «развитие, которое позволит организации в долгосрочной перспективе обеспечивать баланс экономических, экологических и социальных аспектов, а также ответственных результатов деятельности с учетом удовлетворения потребностей всех групп заинтересованных сторон в настоящем и будущем». Пчелинцев О.С предлагает понимать под устойчивым развитием переход от «экономики использования ресурсов» к экономике их системного воспроизводства» [4, с. 155]. На наш взгляд, под устойчивым развитием следует понимать изменения организации под воздействием факторов внутренней и внешней среды, направленные на сбалансированное развитие всех подсистем организации.

В таблице 1 представлены основные методики анализа показателей устойчивого развития организации, позволяющие подчеркнуть основные ее элементы, а также инструменты, используемые для их оценки.

Таблица 1 – Авторские методики анализа показателей устойчивого развития организации

Автор	Содержание методики
<p>Д.А. Ендовицкий Н.П. Любушин Н.Э. Бабичева О.М. Купрюшина [1]</p>	<p>Авторы предлагают подходы к оценке устойчивого развития, основанные на коэффициентном методе; на стохастическом анализе.</p> <p>Разработана система комплексного анализа устойчивого развития организации, состоящая из 14 блоков (первый блок – предварительный анализ имущественного и финансового положения, результатов деятельности и денежного потока организации, 2-14 блок – факторный анализ).</p> <p>Предложена методика оценки финансовой устойчивости организации с использованием ресурсного подхода, отличительная особенность которой заключается в расчете абсолютных отклонений значений показателей базисного и отчетного периода и расчет темпов изменения и прироста показателей</p>
<p>О.В. Ефимова [2]</p>	<p>В основе методики стейкхолдерский подход, базирующийся на комплексном анализе финансовых и нефинансовых факторов устойчивого развития.</p> <p>Базируется на расчете анализа показателей рентабельности активов, собственного капитала, задействованного капитала и др.</p> <p>Анализируются показатели создания стоимости: экономическая прибыль, экономическая добавленная стоимость, акционерная добавленная стоимость, рентабельность инвестиций по денежным потокам</p>
<p>В.Г. Когденко М.В. Мельник [3]</p>	<p>Авторы на основе интегрированной отчетности предлагают осуществлять анализ следующих показателей: финансовые показатели (величина ресурсной ренты; природоотдача); нефинансовые показатели (ценность экологических активов и природного капитала); экологические показатели (общая масса отходов и выбросов с разбивкой по видам).</p> <p>Предложены методики анализа интеллектуального, природного, социально-репутационного капитала, основанные на анализе количественных и качественных показателей.</p> <p>Обобщая данные методики, можно выделить следующие этапы: анализ состав, структуры и наличие капитала, оценка эффективности и ценности капитала</p>
<p>А.Д. Шеремет [5]</p>	<p>Анализ показателей устойчивого развития должен строиться на базе системы комплексного экономического анализа, состоящей из 11 блоков (1 блок – факторы, от которых зависит экономическая эффективность предприятия, 2-11 блок – анализ показателей деятельности предприятия)</p>

Представленные в таблице 1 методики имеют как достоинства, так и недостатки. Например, недостатком методики Шеремета А.Д., как и методики Ефимовой О.В., Когденко В.Г., Мельник М.В. является ее трудоемкость, так как анализ предполагает включение множества показателей. К недостаткам методики Ендовицкого Д.А., Любушина Н.П., Бабичевой Н.Э., Купрюшиной О.М. можно отнести то, что значимость каждого коэффициента напрямую зависит от квалификации экспертов, что затрудняет объективность их оценки.

Однако положительным моментом рассмотренных методик является то, что в них достаточное внимание уделяется изучению источников информации, в качестве которых выступает финансовая и нефинансовая отчетность, что позволяет получить наиболее углубленную (многофакторную) оценку результатов анализа устойчивого развития организации с позиции различных заинтересованных сторон.

На основании приведенных методик можно выделить показатели, определяющие устойчивое развитие компании, к которым относятся индикаторы:

1) финансовой устойчивости (характеризуют финансовое состояние предприятия в динамике и оцениваются по отчетности, ее изменениям);

2) устойчивости деловой активности (оцениваются по показателям финансового анализа, а также по качественным критериям (активность на рынке, соблюдение законодательства и т.д.));

3) технологической устойчивости (характеризуются уровнем технологий, состоянием производственной базы и ее динамикой и т.д.);

4) организационной устойчивости (отражают состояние организационной структуры, кадрового потенциала, возможности инновационного развития);

5) социальной устойчивости (отношение организации с органами власти, соблюдение природоохранных норм, деятельность по применению энергосберегающих технологий и т.д.).

Данные индикаторы должны оцениваться комплексно, с учетом отрасли, масштабов деятельности организации. Стоит отметить, что важно обеспечить интегральную оценку по всем индикаторам, что требует тщательного выбора показателей по всем рассматриваемым критериям, их интеграции в единую шкалу, значения которой будут отражать степень устойчивости организации. Именно интегральный показатель необходим для оценки устойчивого развития, поскольку позволит объединить количественные и качественные показатели устойчивого развития.

Таким образом, можно сделать ряд выводов о возможностях

использования рассмотренных методических подходов к анализу устойчивого развития организации в современных условиях:

1. Устойчивое развитие организации определяется множеством факторов внешней и внутренней среды, как в текущий момент, так и в будущем, что требует формирования системы индикаторов, отражающих влияние всех групп факторов с последующей их оценкой.

2. Инструментарий оценки устойчивого развития организации сегодня представлен множеством методик и показателей, сформированных в различных отраслях знаний, сферах управленческой деятельности.

3. Необходимо формирование комплексной методики анализа показателей устойчивого развития организации, основанной на совокупности методов анализа количественных и качественных показателей. К таким методам относят методы экономического анализа, дисконтирования, экстраполяции, статистические прогнозные методы, методы экспертных оценок.

Литература:

1. Ендовицкий Д.А., Любушин Н.А., Бабичева Н.Э., Купрюшина О.М. От оценки финансового состояния организации к интегрированной методике анализа устойчивого развития // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 12. – С. 42-65.

2. Ефимова О.В. Анализ устойчивого развития компании: стейкхолдерский подход // Экономический анализ: теория и практика – 2013. – № 48 (348). – С. 41-51

3. Когденко В.Г., Мельник М.В. Анализ интегрированной отчетности: природный капитал // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 4. – С. 72-84.

4. Салимова Т.А., Гудкова Д.Д. Инструментарий оценки устойчивого развития организации // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2017. – № 5. – С. 151-160.

5. Шеремет А.Д. Анализ и аудит показателей устойчивого развития предприятия // Аудит и финансовый анализ. – 2017. – № 1. – С. 154-161.

ТЕОРИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА КАК «ЧИСТАЯ НАУКА»

Е.Ю. Надточина, М.А. Латынцева, М.К. Снегирев
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, marinalatynceva@yandex.ru

В статье представлены исторические этапы возникновения и развития бухгалтерского учета с периода зарождения до наших дней, доказан факт существования учета как самостоятельной науки, где восприятие бухгалтерии как науки определяет развитие методов бухгалтерского учета.

The article presents the historical stages of the emergence and development of accounting from the period of its origin to the present day, proves the existence of accounting as an independent science, where the perception of accounting as a science determines the development of accounting methods.

Для определения теории бухгалтерского учета как науки, обратимся сначала к истории возникновения бухгалтерского учета.

В настоящее время существует несколько взглядов возникновения и развития бухгалтерского учета. К сожалению, нет точного ответа, когда зародился учет, поэтому исторические этапы развития бухгалтерского учета не являются достоверными. По мнению профессора Я.В. Соколова, можно проследить шесть исторических этапов развития бухгалтерского учета.

Натуралистический этап (4 тыс. до н.э. – V в. до н.э.). Этап зарождения бухгалтерского учета. Считается, что именно в это время появилась потребность в возникновении учета. На данном этапе зарождается и термин «факт хозяйственной жизни», который актуален и в наше время [1]. .

Исторический этап (Vв. до н.э. – 1300г.) - стоимостной. Данным периодом управляют деньги – универсальный измеритель стоимости всех товаров, так как происходит разделение товарного мира на два полюса на товар и деньги. В это же время появляется необходимость разделения хозяйственного учета на две группы: учет имущества; учет поступления и расходования денежных средств. В бухгалтерском учете появляются два измерителя: натуральный, стоимостной.

Третий этап (1300-1850 гг.) – диграфический. Данный этап ознаменован открытием уникального способа двойной записи. Представитель итальянской бухгалтерской мысли эпохи Возрождения Лука Пачоли (1445-1517 гг.) выпустил в 1494 г. «Трактат о счетах и записях». Основной целью учета Лука Пачоли считал ведение своих дел в должном порядке как относительно задолженностей, так и требований.

При характеристике факта хозяйственной жизни он выделил четыре непреложных момента учета:

- субъект;

- объект;

- время;

- место и основные постулаты: сумма дебетовых оборотов всегда тождественна сумме кредитовых оборотов той же системы; сумма дебетовых сальдо всегда тождественна сумме кредитовых сальдо той же системе счетов.

Зарождение двойной записи в странах Европы, привело к тому, что теория бухгалтерского учета выделилась в самостоятельную науку. Элемент метода бухгалтерского учета «Двойная запись» действует и в настоящее время, являясь основой бухгалтерского учета всех стран мира. Деление счетов на синтетические и аналитические Жак Савари (1622-1690 гг.) обосновал в своем научном труде «О совершенном купце». Таким образом, на третьем этапе появилась простая и двойная запись на счетах.

Четвертый этап (1850-1900 гг.) – практический. На данном этапе развития бухгалтерского учета возникает необходимость в классификации счетов; придуманы счета для учета расчетов с дебиторами и кредиторами. Представитель русской учетной мысли Рудановский А.П. (1863–1934 гг) опубликовал труды: «Позитивная теория счетоводства», «Построение баланса», «Руководящие начала (принципы) по счетоводству и отчетности в государственных хозяйственных объединениях».

Пятый этап (1900-1950гг.) – научный. В этом историческом периоде появляется балансовое обобщение, оценка и калькуляция себестоимости продукции, работ и услуг. Генрих Никлиш (1876–1943гг.) – представитель немецкой учетной мысли разработал учение о статическом балансе. Шмаленбах Эйген (1873–1955гг.) – немецкий ученый создал теорию динамического баланса.

Шестой этап (1950г. по настоящее время) – современный. Бухгалтерский учет сформировался как экономическая наука, имеющая свой предмет и метод, теоретические и методологические основы [2].

Четыре века спустя, после появления постулатов Луки Пачоли, начался процесс дифференциации учета. Произошло разделение дисциплины на непосредственно учет и статистику, которая выработала собственные методы обработки информации. В этот же период из учета выделились экономический анализ, аудит.

Однако, согласно этапам развития, мы можем наблюдать начавшийся чуть более 100 лет назад период существования учета как

самостоятельной науки – счетоведения, как средства понимания учета, как языка счетоводства.

Язык счетоводства – это метод бухгалтерского учета, а, следовательно, бухгалтерская наука или теория учета должны определять его практику, предлагая методы решения практических задач. Иными словами, теория учета определяет, на каком языке бухгалтеры-практики будут говорить с пользователями отчетных данных. То есть все существующие разработки теоретиков (методологов), а именно вся нормативно-правовая база по бухгалтерскому учету обязательна в применении для бухгалтеров-практиков. Отсюда, в настоящее время, именно теория бухгалтерского учета определяет его содержание и роль в экономической жизни общества, а, следовательно, миф о бухгалтерской науке развеян и теория бухгалтерского учета приобретает центральное значение в учетной практике.

«Рождаясь на практике, – писал Я.В. Соколов, – теория бухгалтерского учета с определенного момента ... становится самодостаточной, развивается по логическим законам от неких общих положений и существует абсолютно независимо от жизни, ее суевы и проблем» [3].

Таким образом, бухгалтерский учет, пройдя все этапы развития, объединил в себе теорию и практику учета в единый процесс, что привело к возникновению бухгалтерской мысли (науки). У истории становления бухгалтерского учета есть своя цель – использование исторического опыта для совершенствования современной теории и практики учета как постоянно развивающейся учетной системы.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».
2. Соколов Я.В. История бухгалтерского учета. М.: Финансы и статистика, 2014. – 272 с.
3. Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерского учета. М.: Финансы и статистика, 2000. – 495 с.

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ НЕОДНОЗНАЧНОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕТЕРМИНИРОВАННОГО ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА

В.А. Соломин, Р.Ш. Шахбазов, В.А. Яцко
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, jatsko@ngs.ru

Рассмотрены существующие подходы к решению задачи факторного анализа. Показано, что детерминированный факторный анализ не позволяет получить однозначно интерпретируемые результаты факторного разложения. В качестве альтернативы детерминированного факторного анализа предлагается использовать подход, основанный на использовании нечетких моделей. Применение нечетких чисел для описания результатов факторного разложения позволяет в одной модели описать все множество возможных факторных разложений.

Approaches to solving the problem of factor analysis are considered. It is shown that deterministic factor analysis does not allow to obtain unambiguously interpreted results of factor decomposition. As an alternative to deterministic factor analysis, it is proposed to use an approach based on the use of fuzzy models. The use of fuzzy numbers to describe the results of factorial decomposition allows one to describe all the methods of factorial decomposition in one model.

Факторный анализ является одним из инструментов проведения экономического анализа. Он позволяет оценить, как влияет изменение отдельных факторов на изменение некоторого результирующего показателя. В общем виде модель факторного анализа имеет вид

$$\Delta Y = Y^1 - Y^0 = \sum_{i=1}^N \Delta Y(\Delta X_i), \quad (1)$$

где Y^0 , Y^1 – значения результирующего показателя в базисном и отчетном периодах; N – количество факторов; $\Delta Y(\Delta X_i)$ – изменение результирующего показателя Y в результате воздействия фактора X_i ($\Delta X_i = X^1_i - X^0_i$). Традиционно в детерминированном факторном анализе для представления результирующего показателя Y используют мультипликативные модели вида

$$Y = X_1 \cdot X_2 \cdot \dots \cdot X_N = \prod_{i=1}^N X_i,$$

либо кратные модели вида

$$Y = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_K}{X_{K+1} + X_{K+2} + \dots + X_N} = \frac{\sum_{i=1}^K X_i}{\sum_{i=K+1}^N X_i},$$

где Y – результирующий показатель; X_i – факторы, влияющие на результирующий показатель. Модели подобного вида позволяет описывать влияние разнообразных факторов на достаточно большое число экономических показателей (выручка, прибыль, рентабельность, коэффициенты ликвидности и др.) [1, 2]. Однако, необходимо отметить, что модели результирующего показателя не исчерпываются только подобного рода моделями. В наиболее общем случае показатель Y может описываться моделью вида

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_N),$$

где $f(\cdot)$ – некоторая аналитическая функция. В качестве такого примера можно отметить различные производственные функции [3]. Тогда простейшая модель для исчисления $\Delta Y(\Delta X_i)$ имеет вид

$$\Delta Y(\Delta X_i) = f(X_1^0, X_2^0, \dots, X_i^1, \dots, X_N^0) - f(X_1^0, X_2^0, \dots, X_i^0, \dots, X_N^0),$$

где X_i^0, X_i^1 – значения i -го фактора в базисном и отчетном периодах. К сожалению, при подобном исчислении влияния факторов в общем случае не выполняется соотношение (1). Единственным исключением является простейшая аддитивная модель результирующего показателя

$$Y = X_1 + X_2 + \dots + X_N = \sum_{i=1}^N X_i.$$

Таким образом, в факторном анализе возникает проблема неразложимого остатка

$$Q = \Delta Y - \sum_{i=1}^N \Delta Y(\Delta X_i).$$

В простейшем случае можно пренебречь этим неразложимым остатком. Однако, в настоящее время предложено множество методов,

позволяющих каким-либо образом «распределить» неразложимый остаток между факторами. Простейшим и наиболее часто используемым является метод цепных подстановок. Также можно отметить интегральный метод, логарифмический метод, метод взвешенных конечных разностей; метод конечных приращений, методы интегрирования дифференцирования нецелого порядка и др. [2, 4].

К сожалению, все известные методы детерминированного факторного анализа в общем случае дают различные варианты разложения вида (1). Поэтому представляется целесообразным отказаться от поиска «идеального» однозначно понимаемого разложения (1), а вместо этого попытаться сконструировать модель факторного анализа, одновременно представляющие все возможные варианты факторного разложения [5]. Такой подход можно реализовать с использованием нечетких величин, позволяющих не только задать все возможное множество факторных разложений, но и определить меры достоверности каждого такого разложения. Хотя практическая реализация данного подхода связана с определенными трудностями нахождения аналитических решений, однако использование численных методов и соответствующего программного обеспечения [6] позволяет с достаточной точностью получать описания нечетких величин, соответствующих разложению на $\Delta Y(\Delta X_i)$.

Литература

1. *Баканов М.И.* Теория экономического анализа [Текст] / М.И. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет. – М: Финансы и статистика, 2005. – 536с.
2. *Блюмин С.Л.* Экономический факторный анализ [Текст] / С.Л. Блюмин, В.Ф. Суханов, С.В. Чеботарев. – Липецк: Липецкий эколого-гуманитарный институт, 2004. – 148 с.
3. *Кириллюк И.Л.* Модели производственных функций для российской экономики // Компьютерные исследования и моделирование. – 2013. – Т.5, №2. – С. 293-312.
4. *Прокофьев В.А.* Предпосылки и условия развития детерминированного факторного анализа (проблемы науки «экономический анализ») [Текст] / В.А. Прокофьев, В.В. Носов, Т.В. Саломатина // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2014. – № 4. – С. 133-144.
5. *Яцко В.А., Кочарли Х.Э.* Нечеткие модели экономического анализа // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 2-1 (67). – С. 98-104.

6. Яцко В.А. Факторный анализ мультипликативной модели с использованием нечетких величин // Аудит и финансовый анализ. – 2019. – № 5. – С. 59-64.

СРАВНЕНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТЬЮ

Е. А. Тарапатина

**Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ», г. Новосибирск, tarapatinae@mail.ru**

В статье проведено сравнение методов оценки возможности манипулирования отчетностью с выявлением достоинств и недостатков каждого метода, осуществлен анализ отчетности предприятий сельскохозяйственной отрасли Алтайского края с помощью данных методов. Выявлено, что большинство предприятий отрасли манипулируют своей отчетностью. Данные результаты свидетельствуют о необходимости усиления контроля за данными предприятиями, а также о совершенствовании системы управления финансами внутри самого предприятия.

This article compares methods for assessing the possibility of manipulating reporting, identifying the advantages and disadvantages of each method, and also analyzes the reporting of agricultural enterprises in the Altai Territory using these methods. It was found that the majority of enterprises manipulate their reporting. These results indicate the need to strengthen control over these enterprises, as well as to improve the financial management system within the enterprise itself.

Качество бухгалтерской (финансовой) во многом определяет отношение пользователей этой отчетности к компании в целом. Важно, чтобы данная отчетность не была подвержена манипулированию. На сегодняшний день достаточно актуальной для компаний по всему миру является проблема манипулирования финансовой отчетностью.

В настоящее время деятельность отечественных аудиторских фирм часто совпадает с теми тенденциями, которые наблюдаются на мировом рынке. Проблема заключается в том, что наряду с крупными независимыми аудиторскими компаниями на ранке данных можно встретить мелкие компании, качество оказываемых услуг которых неоспоримо [2].

Основой для оценки деятельности компании служат формы бухгалтерской (финансовой) отчетности, именно они и подлежат оценке на качество их составления.

Наиболее известной моделью оценки возможного риска манипуляцией отчетности является модель М. Бениша под названием «Карта нормативных отклонений финансовых индикаторов».

Многие исследователи рассматривали данную модель, исходя из возможности ее использования с целью оценки достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, которая является одной из характеристик качества отчетности, в странах, которые принадлежат к различным типам экономик.

М. Бениш выделил восемь показателей, которые рассчитываются на основании данных бухгалтерской (финансовой) отчетности. Далее, после расчета восьми индексов, необходимо рассчитать сводный индекс M-score:

$$M\text{-score} = -4,48 + DSRI * 0,92 + GMI * 0,528 + AQI * 0,404 + SGI * 0,892 + DEPI * 0,115 - SGA1 * 0,172 + TATA * 4,679 - LVGI * 0,327$$

Значение сводного индекса M-score для организации, которая манипулирует прибылью, превышает -2,22.

Модель П. Дешоу, В. Ге, Ч. Ларсона и Р. Слоан имеет интегральный показатель F-score, значения которого превышающее единицу с большой долей вероятности предполагает что, отчетность была подвержена манипулированию, при этом нулевое значение зависимой переменной говорит о достоверном и полном составлении бухгалтерской (финансовой) отчетности.

После расчета данных показателей значения, как и в модели Бениша, подставляются в сводный показатель.

Для расчета показателей M-Score и F-Score в России весьма сложно найти информацию, а зачастую вообще невозможно. Так, например, для того, чтобы рассчитать индекс DEPI (Индекс изменения нормы амортизационных отчислений) в модели M-Score необходимо знать сумму амортизации, которая не всегда отражается в отчетах компании. Для расчета коэффициента CH_{ROA} (коэффициент изменения рентабельности активов) в модели F-Score необходимо знать «прибыль до экстраординарных статей», которая также не отражается в бухгалтерской (финансовой) отчетности российских компаний. Зачастую при проведении исследований индекс DEPI берут равной единице, а для того, чтобы рассчитать коэффициент CH_{ROA} берут статью «Чистая прибыль», следует отметить, что данные корректировки приводят к искажению конечных результатов.

Поэтому в 2011 г. Марей Л. Роксас было опубликовано исследование модели Бениша. Результаты ее исследования позволяют сократить число промежуточных индексов, при расчете сводного индекса M-score, до пяти, при этом модель приобретает следующий вид:

$$M\text{-score} = -6,065 + \text{DSRI} * 0,823 + \text{GMI} * 0,906 + \text{AQI} * 0,593 + \text{SGI} * 0,717 + \text{DEP} * 0,107$$

У компаний, манипулирующих прибылью, значение сводного индекса M-score в пятифакторной модели превышает - 2,76.

Для того, чтобы оценить степень качества бухгалтерской (финансовой) отчетности, Юдинцевой Л. А. был разработан ряд моделей, который учитывает существенность, своевременность, надежность и достоверность отчетности.

По мнению автора, информация считается надежной, если в ней отсутствуют существенные ошибки, и под ней следует понимать величину несоответствия значения конкретного показателя бухгалтерской (финансовой) отчетности значению данного показателя, полученного в ходе аудиторской проверки.

Для того, чтобы определить качество составления ОДДС, необходимо сравнить saldo денежных потоков, учитывая изменения курса иностранной валюты к рублю, за отчетный период, с изменением по статье баланса «Денежные средства и денежные эквиваленты». Если данные показатели равны, то можно судить о качественном составлении ОДДС

Проведенный критический анализ инструментов оценки качества бухгалтерской (финансовой) отчетности позволяет выделить достоинства и недостатки каждого из них, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Достоинства и недостатки исследуемых моделей качества бухгалтерской (финансовой) отчетности

Модель	Достоинства	Недостатки
Модель М. Бениша [5]	Возможность провести расчеты для получения необходимых данных в кратчайшие сроки; С помощью показателей данной модели можно выявить в каком именно разделе отчетности совершались манипуляции	Малая предсказательная сила при выявлении фактов искажения в случаях занижения результатов деятельности хозяйствующего субъекта; Не всегда он может дать надежный результат для российских компаний
Модель П. Дешоу, В. Ге, Ч. Ларсона и Р. Слоан. [6]	Позволяет выявить признаки манипулирования не только в годовой отчетности, но и в квартальной; Возможно оценить не только финансовые, но и нефинансовые показатели, это дает возможность проанализировать широкий спектр информации	Не дает возможности обнаружить случаи занижения финансовых результатов; В отчетности российских компаний весьма сложно найти информацию для расчета показателей

Модель	Достоинства	Недостатки
Модели Юдинцевой Л. А. [3]	Объективность оценки качества бухгалтерской (финансовой) отчетности; Несложный метод оценки качества бухгалтерской (финансовой) отчетности	Модели построены в отношении циклов продаж; Существует необходимость построения моделей для других критериев оценки качества бухгалтерской (финансовой) отчетности
Оценка качества составления ОДДС [1]	Объективность оценки качества бухгалтерской (финансовой) отчетности; Несложный метод оценки качества бухгалтерской (финансовой) отчетности Ориентация на предприятия, завышающие или занижающие, свои финансовые результаты	Подходит только для годовой отчетности

Исходя из таблицы 1, можно сделать вывод, что каждая методика имеет как свои достоинства, так и недостатки, поэтому, при оценке качества бухгалтерской (финансовой) отчетности возможно сочетание данных методов.

Для того, чтобы оценить применимость методики Бениша для российских предприятий за 2019 год была исследована 1121 компания сельскохозяйственной отрасли Алтайского края. Несмотря на высокие показатели предприятий сельскохозяйственной отрасли Алтайского края, многие компании могут манипулировать своей бухгалтерской (финансовой) отчетностью, для того, чтобы ввести в заблуждение внешних и внутренних пользователей.

Первоначально с помощью базы данных СКРИН была сформирована общая выборка, в которую вошли компании со следующими характеристиками: отрасль – «СЕЛЬСКОЕ, ЛЕСНОЕ ХОЗЯЙСТВО, ОХОТА, РЫБОЛОВСТВО И РЫБОВОДСТВО» (растениеводство и животноводство, охота и предоставление соответствующих услуг в этих отраслях); регион – Алтайский край; период исследования – 2018-2019 гг

Из 1121 компании в выборку попали 43, это свидетельствует о том, что данные модели не всегда подходят для российских компаний, а также с недостаточностью данных, которые компании предоставляют в открытом доступе.

Согласно модели M-score М. Бениша 18 (41,8 %) из 43 компаний манипулируют своей отчетностью, и 20 (46,5 %) из 43 по модели Роксас. На рисунке 1 продемонстрирована доля компаний, манипулирующих своей отчетностью в сельскохозяйственной отрасли Алтайского края за 2018-2019 г.г.

Данный результат свидетельствует о том, что многие предприятия сельскохозяйственной отрасли Алтайского края манипулируют своей отчетностью. Причин для манипуляции может быть много, именно поэтому важно оценивать состояние бухгалтерской (финансовой) отчетности и при необходимости воздействовать на механизм финансового управления с целью эффективного и добросовестного функционирования предприятия.

Литература:

1 *Алексеев М.А., Дудин С.А., Савельева М.Ю.* Проверка качества составления отчета о движении денежных средств в российских компаниях // Международный бухгалтерский учет. - 2018. - Т. 21, № 9. - С. 1024 - 1036.

2 *Потылицына, А. А.* Современные тенденции развития рынка аудиторских услуг в // Молодой ученый. — 2020. — № 9 (299). — С. 58-60.

3 *Юдинцева Л.А.* Методика аудиторской оценки качества бухгалтерской информации // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика» 2017. Том 12. № 2. С. 311-325

4 Система СКРИН [Электронный ресурс]. – URL:<https://kontragent.skrin.ru/>(дата обращения: 10.09.2020)

5 *Beneish M.D.* The Detection of Earning Manipulation // Financial Analysts Journal. 1998. Vol. 55, № 5. P. 24–36.

6 *Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney A. P.* Detecting Earnings Management // Accounting Review 1995. P. 193-225.

УЧЕТ МАТЕРИАЛОВ ПОВТОРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

О.Ю. Тельнова, И.В. Ромашкина

**Сибирский государственный университет путей сообщений
г. Новосибирск, oliatelnova@mail.ru**

Рассмотрены единый подход к определению и критерии отнесения материально-технических ресурсов к материалам повторного использования, установленные в ОАО «Российские железные дороги»; изучена методика оценки активов, принимаемых к бухгалтерскому и налоговому учету в качестве материалов повторного использования.

Abstract: A unified approach to the definition and criteria for classifying material and technical resources as reusable materials, established in the open joint-stock

company Russian Railways, is considered; the method of assessing assets accepted for accounting and tax accounting as reusable materials has been studied.

Бережливое использование активов - один из эффективных методов рационального ведения деятельности любой организации. Основным видом деятельности на железнодорожном транспорте является перевозка грузов и пассажиров. В активе бухгалтерского баланса ОАО «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД») наибольший удельный вес имеют основные средства (порядка 80%), поэтому одной из важнейших задач компании является поддержание эксплуатационных характеристик данных активов.

В процессе производственной деятельности эксплуатируемые объекты основных средств подлежат ремонту, модернизации, реконструкции или списанию (ликвидации). В результате этого образуются материальные ценности, которые, исходя из экономической целесообразности, могут быть повторно использованы в хозяйственной деятельности (по прямому или не по прямому назначению). Для установления единого подхода к учету в Плане счетов бухгалтерского учета ОАО «РЖД» открыты дополнительные субсчета [2].

К материалам повторного использования на железнодорожном транспорте относятся: колесные пары, агрегаты, узлы, запасные части, материалы верхнего строения пути и другие виды материально-технических ресурсов (МТР). Указанные материалы могут быть получены:

1. в результате ремонта, модернизации, реконструкции объектов основных средств; восстановление основных средств проводится хозяйственным и подрядным способом, в случае использования подрядчиком давальческих материалов, полученных от ОАО «РЖД»;

2. в результате демонтажа и разборки основных средств, выводимых из эксплуатации, а также при восстановлении объектов основных средств подрядным способом без использования подрядчиком давальческих материалов, и учитываемых как прочие доходы [3].

Затраты по восстановлению основных средств, предусмотренные инвестиционной программой ОАО «РЖД», в части материальных затрат подлежат уменьшению на стоимость оприходованных материалов повторного использования, образовавшихся при выполнении данных работ хозяйственным способом, либо подрядным способом при использовании давальческих материалов [2].

Все МТР, полученные в результате снятия с объекта основных средств, подлежат сортировке, проверке на наличие дефектов и определению фактического износа. Приходятся только те материалы повторного использования, которые заменены при восстановлении

объекта основных средств. МТР, снятые с основных средств при проведении плановых видов технического обслуживания и ремонта с последующей их установкой на этот же объект к материалам повторного использования не относятся, на складах не приходятся. Материалы повторного использования учтены в нормах расхода материалов и запасных частей на техническое обслуживание и ремонт технических средств.

В результате снижения потребительских качеств, материалы повторного использования могут применяться на железнодорожном транспорте:

1) по прямому назначению с уменьшенным сроком эксплуатации, исходя из степени износа (не требующие восстановления или требующие восстановления после доведения по техническим характеристикам до нормы);

2) не по прямому назначению (без восстановления);

3) для реализации на сторону (без восстановления).

В ОАО «РЖД» экономическая целесообразность отнесения к материалам повторного использования обусловлена:

1) снижением затрат на закупку новых МТР;

2) снижением затрат на транспортировку новых МТР;

3) сокращением сроков простоев под ремонт объектов основных средств;

4) снижением затрат на восстановление объектов основных средств и т.п.

В каждом хозяйстве Холдинга существуют особенности применения материалов повторного использования по видам ремонта, технического обслуживания и типам основных средств. Они предусмотрены распоряжениями, руководствами и инструкциями по проведению ремонтов и других видов работ, утверждаемыми отраслевыми департаментами. Решение о повторном использовании материалов в хозяйственной деятельности принимается на основании утвержденных распоряжений ОАО "РЖД" или комиссией, созданной в филиале (структурном подразделении).

Порядок бухгалтерского учета материалов повторного использования определен нормативными документами ОАО "РЖД", разработанными на основании нормативных документов Министерства финансов Российской Федерации [1].

Активы, принимаемые к бухгалтерскому учету, должны быть правильно оценены. Отраслевой нормативный документ предусматривает два способа оценки материалов повторного

использования. Выбор способа оценки зависит от назначения использования указанных материалов.

1 способ: материалы повторного использования, которые являются применяемыми и используются по прямому назначению с уменьшенным сроком эксплуатации или не по прямому назначению - по цене возможного использования (по пониженной цене исходного материального ресурса);

2 способ: материалы повторного использования, которые являются неприменяемыми и реализуются на сторону - по текущей рыночной стоимости.

Основой определения цены возможного использования или текущей рыночной стоимости на момент принятия к учету материалов повторного использования служит заключение технических служб о физическом состоянии данных активов и цены, публикуемой Росжелдорснабом по аналогичным активам. Текущие рыночные цены устанавливаются по данным организаций производителей (изготовителей), организаций, торгующих аналогичным имуществом, торговых палат, бирж на момент принятия имущества к учету.

Цены устанавливаются с применением корректировочных коэффициентов годности, определяемых в соответствии с техническими нормативами степени износа. Корректировочные коэффициенты годности для материалов повторного использования могут разрабатываться для филиалов по используемой номенклатуре в соответствии с экономической целесообразностью их применения, с техническими условиями, действующими в ОАО "РЖД" нормативными документами и утверждаться распорядительным документом руководителя филиала ОАО "РЖД" при согласовании с курирующим департаментом.

Материалы повторного использования, полученные в результате ремонта, модернизации, реконструкции объектов основных средств, в бухгалтерском и налоговом учете оцениваются одинаково. Материалы повторного использования, полученные в результате демонтажа и разборки, выводимых из эксплуатации основных средств, в налоговом учете отражаются по цене, равной сумме налога на прибыль организаций, исчисленного со стоимости данных материалов для целей бухгалтерского учета [4].

Изучив нормативные документы ОАО «РЖД», можно сделать вывод о том, что на железнодорожном транспорте определены основные критерии отнесения МТР к материалам повторного использования, установлен порядок их оценки и учета. Оценка указанных активов по цене возможного использования с учетом их технического состояния

позволяет корректно формировать затраты на ремонт, модернизацию, реконструкцию основных средств. Повторное использование запасных частей, деталей, узлов является одним из решений задачи по минимизации эксплуатационных затрат ОАО "РЖД", снижения себестоимости восстановления объектов основных средств и оптимизации запасов МТР.

Литература:

1. Распоряжение ОАО "РЖД" от 03.04.2007 N 560р «Об утверждении методики отнесения материально-технических ресурсов к категории «Материалы повторного использования»

2. Приказ ОАО «РЖД» от 26.12.2016г. №106 «Об учетной политике ОАО «РЖД»

3. Корпоративный учетный принцип «Учет материально-производственных запасов», утвержден приказом главного бухгалтера ОАО «РЖД» от 30.12.16 №ЦБС-78

4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 15.10.2020) // Собрание законодательства РФ. – 07.08.2000. – №2. – ст. 254

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И УЧЕТА ЗАТРАТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ С СЕЗОННЫМ ХАРАКТЕРОМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И.Ю. Федорова, И.И. Ивакина

**Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М. Ф. Решетнева,
г. Красноярск, innaktk@mail.ru**

Выделены главные особенности формирования затрат в сезонных отраслях. С позиции периода осуществления затрат определен их сезонный, несезонный, межсезонный характер. Рассмотрены ключевые аспекты ведения бухгалтерского учета затрат в организациях с сезонной деятельностью.

The main features of cost formation in seasonal industries are highlighted. From the point of view of the period of implementation of expenses, their seasonal, non-seasonal, and inter-seasonal nature is determined. The key aspects of cost accounting in organizations with seasonal activities are considered.

Особенности деятельности экономического субъекта определяют состав, порядок формирования затрат и организацию их учета, что оказывает непосредственное влияние на конечный финансовый

результат. Особой спецификой отличается учетно-аналитическое обеспечение управления организаций с сезонным характером деятельности.

Статьей 11 Налогового кодекса РФ закреплено понятие сезонного производства, как производства, «осуществление которого непосредственно связано с природными, климатическими условиями и со временем года» [1, ст. 11]. Из определения следует отсутствие деятельности организации в отдельные периоды в силу природных и климатических условий. Однако, организация может осуществлять дополнительные виды деятельности, которые не являются сезонными и сопровождаются получением доходов, а также осуществлением расходов.

Перечень сезонных отраслей и видов экономической деятельности поименован, главным образом, в Постановлении Правительства РФ от 06.04.1999 № 382. В их составе учтены: сельское хозяйство, рыболовство и рыбоводство, производство отдельных видов пищевых продуктов, отдельные виды промышленности (нефтедобывающая, газовая, торфяная, медицинская, лесная, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная, легкая, судостроительная и др.), лесное, охотничье, водное хозяйство, речной и морской транспорт, геологоразведочные работы [2]. Порядок ведения бухгалтерского учета затрат в указанных отраслях и видах экономической деятельности регламентируется действующими законодательными и нормативно-правовыми актами, в том числе методическими указаниями и рекомендациями, учитывающими отраслевую специфику. Сезонный характер деятельности организаций определяет три главные особенности формирования затрат, которые отличают такие организации от других экономических субъектов и сказываются на ведении бухгалтерского учета:

- неоднородность затрат;
- нерегулярность затрат;
- неравномерное распределение затрат.

Неоднородность, нерегулярность и неравномерное распределение затрат относится, прежде всего, к их переменной части, которая находится в зависимости от объемов производства продукции, выполнения работ, оказания услуг. Эти объемы, в свою очередь, определяются периодом сезонной работы.

Конкретная продолжительность сезонной деятельности утверждается локальным нормативным актом в каждой организации исходя из природно-климатических условий работы в конкретной местности. В разных регионах страны в организациях одной отрасли или вида экономической деятельности такая продолжительность может

значительно разниться. Например, рассматривая внутренний водный транспорт, можно отметить, что период навигации и, как следствие, оказание услуг по перевозке грузов и/или пассажиров в бассейнах рек Енисей, Лена короче, чем судоходство по реке Волге. В этом случае периоды работы организации подразделяются на сезонный, несезонный, межсезонный. С этой позиции можно говорить и о характере затрат в зависимости от периода их осуществления:

- сезонный характер, когда отдельные виды затрат возникают только в период сезонно-зависимой деятельности организации (например, заработная плата основного состава флота, затраты на топливо в период навигации для водного транспорта, на промысловых судах рыбного хозяйства);

- несезонный характер, когда затраты организации не имеют зависимости от сезонности ее деятельности (например, административно-управленческие расходы или прямые и косвенные расходы по другим направлениям деятельности, не имеющим сезонного характера);

- межсезонный характер, когда осуществляемые организацией затраты возникают только в период между окончанием предыдущих сезонных работ и началом будущих (например, затраты на подготовку к будущему сезону деятельности: отстой флота на базах).

Таким образом, неоднородность затрат определена тем, что в рамках одного отчетного периода, который охватывает как сезонную, так и межсезонную и независимую от сезона деятельность, в бухгалтерском учете организации отражаются разные по характеру затраты. Нерегулярность затрат проявляется в том, что отдельные их направления связаны только с конкретным периодом деятельности организации. Неравномерность затрат в течение отчетного периода выражается в их существенных значениях в отдельных периодах, в результате чего организацией может быть отражен убыток, и низких значениях в другие периоды деятельности. Понимание характера затрат в сезонных отраслях и формирующих их бизнес-процессов расширяет возможности управления последними не только с позиции оптимальности (соотношения затрат и результатов), но и «с точки зрения приемлемости» [3, с. 81].

Рассмотренные особенности сезонного характера деятельности организаций сказываются на ведении бухгалтерского учета затрат следующим образом. Ввиду неравномерности осуществления затрат повышенное внимание уделяется резервированию средств на счете 96 «Резервы предстоящих расходов». Главная цель резервирования в организациях сезонных отраслей и видов деятельности –

предотвращение убытков посредством планирования и распределения затрат в отчетном периоде. Кроме этого, подлежат обособленному учету работы, связанные с подготовкой к производству в связи с его сезонным характером. Нормативно-правовыми актами предусмотрен особый порядок учета амортизации по основным средствам, задействованным в сезонных видах деятельности, что также оговаривается учетной политикой.

Таким образом, формирование затрат и ведение их учета в организациях с сезонным характером деятельности отличается спецификой не характерной для организаций иных отраслей.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая [Электронный ресурс]: принят Государственной Думой 16 июля 1998 года : одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 года // Гарант.ру : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/10900200/> (дата обращения: 27.10.2020).

2. О перечнях сезонных отраслей и видов деятельности, применяемых для целей налогообложения [Электронный ресурс] : постановление Правительства РФ от 6 апреля 1999 г. № 382 // Гарант.ру : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/12115220/> (дата обращения: 28.10.2020).

3. Гавриков, Л. Н. Современные инструменты управления бизнес-процессами в лесопромышленном комплексе [Электронный ресурс] / Л. Н. Гавриков, Е. В. Мельникова // Инновации в химико-лесном комплексе: тенденции и перспективы развития: материалы Всерос. науч.-практ. конференции (6-7 июня 2019 г.). СибГУ им. М. Ф. Решетнева. Красноярск. 2019. С. 80-82. – URL: <https://www.sibsau.ru/scientific-publication> (дата обращения: 28.10.2020).

**СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА
МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

А.Р. Баймухаметова, Л.Ф. Калямова Э.Р. Габдуллина
Уфимский государственный авиационный технический универ-
ситет, г. Уфа, alijabaim@gmail.com, klyajsan1997@gmail.com

В работе рассмотрены факторы, которые являются причинами возникновения проблемы низкого спроса населения на молочную продукцию, представлена иерархическая структура исследуемой системы, выполнена оценка альтернативных решений методом анализа иерархий.

This work considers the factors that are the causes of the problem of low population demand for dairy products, presents the hierarchical structure of the system under study, and evaluated alternative solutions by the method of analyzing hierarchies.

Молочные продукты являются важными продуктами питания. Производство высококачественных молочных продуктов и обеспечение сохранности молочных товаров требует определенных знаний в области технологии производства и переработки молока, идентификации, видов и способов упаковки, маркировки, транспортирования и хранения.

В процессе переработки молока - сырья необходимо учитывать сохранность всех компонентов молока, его пищевую и биологическую ценность. Для производства качественных молочных продуктов необходимо грамотно подобрать технологическое оборудование и режимы при их производстве. Для этого требуются определенные знания и умения в области производства молочной продукции [1].

Одной из основных проблем, которые стоят перед молокозаводом, является низкий спрос населения на молочную продукцию.

Объектом исследования является процесс производства молочной продукции.

В качестве основы выбора варианта предпочтительного решения применен метод анализа иерархий (МАИ). МАИ – математический инструмент системного подхода к сложным проблемам принятия решений [2].

Причинами низкого спроса населения на молочную продукцию являются следующие факторы:

1. Неудовлетворенность продукцией может возникнуть ввиду непрезентабельного вида продукции, например, неудобная упаковка или внешний вид не привлекает внимание покупателя.

2. Плохое качество сырья обусловлено несоблюдением требований хранения и транспортировки сырья. Также при приобретении сырья необходимо учитывать репутацию поставщика, имеются ли постоянные заказчики у данного поставщика.

3. Отсутствие необходимых компетенций сотрудников. Компетенция сотрудников важна на производстве. Отсутствие обучения сотрудников, например, повышения квалификации, негативно влияет на всю работу производства.

4. Небольшой ассортимент продукции вследствие неизученности технологии производства других молочных продуктов. В свою очередь, технологии не изучаются, так как отсутствует финансирование производства.

5. Неверное планирование производства также является одной из причин низкого спроса на молочную продукцию. Отсутствие интереса у руководства изучать рынок и развиваться в своем направлении напрямую приводит к неверному планированию производства.

Цель всего системного анализа состоит в выборе правильного решения имеющейся проблемы.

Первым этапом применения метода анализа иерархии (МАИ) является структурирование проблемы выбора в виде иерархии, где на первом уровне располагается цель (фокус проблемы), на втором уровне – критерии оценки проблемы, на третьем уровне – множество альтернативных решений.

В качестве критериев оценки проблемы примем:

- финансовая экономия;
- временная экономия;
- влияние на спрос;
- сложность реализации.

Альтернативы решения проблемы:

- изменение упаковки;
- качество сырья и продукции;
- компетентность сотрудников;
- расширение ассортимента;
- планирование производства.

Иерархическая структура исследуемой системы представлена на рис. 1.

Вторым этапом выбора направления для повышения спроса населения на молочную продукцию является формирование сравнительных суждений о важности критериев с точки зрения цели. Для этого устанавливаются приоритеты альтернатив по критериям. При этом необходимо соблюдать согласованность суждений лица, принимающего решение. На

этом этапе составляется матрица попарного сравнения критериев по шкале предпочтений, причем матрица диагональная и обратно симметричная.



Рис. 1 – Иерархическая структура исследуемой системы

Альтернативы сравниваются попарно с целью получения локальных векторов приоритета по каждому критерию. Оценка критериев представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка критериев

	Финансовая экономия	Временная экономия	Влияние на спрос	Сложность реализации	Оценка критерия
Нормализованная оценка	0,18	0,07	0,65	0,10	
Изменение упаковки	0,05	0,07	0,03	0,10	0,04
Качество сырья и продукции	0,30	0,22	0,43	0,04	0,36
Компетентность сотрудников	0,12	0,13	0,12	0,54	0,16
Расширение ассортимента	0,03	0,03	0,04	0,03	0,04
Планирование производства	0,50	0,55	0,38	0,28	0,40

Оценки в матрице согласованные, так как по всем критериям оценка согласованности $\leq 10-15\%$.

Третьим этапом является синтез приоритетов. Рассчитывается количественный показатель качества (вектор приоритетов) каждой альтернативы и определяется наилучшая альтернатива. Для выполнения иерархического синтеза приоритеты альтернатив по каждому критерию перемножаются на приоритет соответствующего критерия на вышестоящем уровне и суммируются по каждому элементу в соответствии с критериями, на которые воздействует этот элемент. Процедура выполняется до самого нижнего уровня [3].

Согласно таблице 1, наиболее высокую оценку имеет критерий «планирование производства», далее следует «повышение качества сырья и продукции». Данные критерии имеют наибольшее влияние при повышении спроса на молочную продукцию. Наиболее низкую оценку имеют «изменение упаковки» и «расширение ассортимента». Следовательно, данные критерии не сильно повлияют на повышение спроса молочной продукции. Среднюю оценку имеет «компетентность сотрудников».

Чем выше приоритет, тем более предпочтителен соответствующий вариант выбора (альтернатива). Таким образом, проблема выбора и принятия решения является центральной проблемой системного анализа. Эта задача сложна и не имеет однозначного решения. Однако, у аналитика имеется развитый математический и эвристический аппарат, который является мощным оружием, помогающим разработать научно обоснованный подход к решению проблемы выбора.

Литература:

1. *Саати Т.* Принятие решений. Метод анализа иерархий. – М: Радио и связь, 1993. – 178 с.
2. *Жемчугов А.М., Жемчугов М.К.* Цель предприятия и стратегия ее достижения. Концептуальные основы // Проблемы теории и практики управления. – 2014. – № 5. – С. 75–80.
3. *Латыпова В.А.* О применении приближенных методов расчета в методе анализа иерархий [Электронный ресурс] // «НАУКОВЕДЕНИЕ»: интернет-журнал. – № 6. – 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-primeneni-priblizhennyh-metodov-rascheta-v-metode-analiza-ierarhiy/viewer> (дата обращения: 05.10.2020).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУКИ ИЗ СЕМЯН ТЫКВЫ В РЕЦЕПТУРАХ СДОБНЫХ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Е.Э. Габрельян, А.Н. Сапожников, А.В. Копылова
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, ieva773@gmail.com

В работе представлено описание возможности использования муки из семян тыквы, обработанной инфракрасным (ИК) излучением, в рецептурах хлебобулочных изделий из сдобного теста. Показано, что замена в рецептурах изделий 20% пшеничной муки на муку из семян тыквы не ухудшает процесс брожения теста, не снижает органолептические и физико-химические показатели готовых изделий, при этом увеличивая их объемный выход.

The work describes the possibility of using pumpkin seed flour treated by infrared (IR) radiation in pastry products formulations. It is shown, that replacing of 20% of wheat flour by pumpkin seed flour does not worsen the dough fermentation process, does not reduce sensory and physico-chemical properties of ready products, while increasing their volumetric output.

Проблемная ситуация. Мучные и хлебобулочные изделия являются традиционными продуктами питания для большинства населения России. Они отличаются низким содержанием питательных веществ и высокой калорийностью, однако при этом достаточно легко усваиваются организмом [1].

Согласно статистическим данным, за последние 10 лет состояние здоровья населения России резко ухудшается. Наблюдается рост сердечно-сосудистых, желудочно-кишечных, онкологических заболеваний, а также заболеваний органов дыхания и эндокринной системы [2]. Одним из путей решения сложившейся проблемной ситуации является разработка новых пищевых продуктов с повышенной пищевой ценностью. Благодаря повсеместной распространенности и стабильно высокому спросу среди потребителей, мучные и хлебобулочные изделия рекомендуются использовать в качестве основы для обогащения полезными веществами.

Выявленный недостаток витаминов и микроэлементов в питании населения Новосибирской области определил, что в качестве обогащающей добавки в мучных и хлебобулочных изделиях целесообразно использовать муку из семян тыквы, обработанную коротковолновым инфракрасным (ИК) излучением.

Объект исследования. Мука из семян тыквы, произведенная путем переработки и измельчения семян тыквы с последующей обработкой ИК-излучением. обработанная ИК-излучением, обогащает продукт и придаёт функциональные свойства, за счет содержащихся в ней важнейших для

организма человека витаминов (Е, А, F, В₁, В₂, В₄ (холин), В₃, В₆, В₉, С, Р, Т, К) [3, 4]. При этом под действием ИК-излучения происходит снижение микробиологической обсемененности и максимальное сохранение исходного химического состава обрабатываемого сырья [5].

В качестве основы для обогащения мукой из семян тыквы было выбрано традиционное сдобное хлебобулочное изделие «Сдоба обыкновенная» [6].

Результаты исследования. На рис. 1 представлены образцы изделия «Сдоба обыкновенная», где образец № 1 – без добавления тыквенной муки (контрольный), образец № 2 – с заменой муки пшеничной высшего сорта на 10% муки из семян тыквы, образец № 3 – с заменой муки пшеничной на 20% муки из семян тыквы, образец № 4 – с заменой муки пшеничной на 30% муки из семян тыквы.



Рис. 1 – Влияние муки из семян тыквы на показатели качества образцов изделия «Сдоба обыкновенная».

Из рисунка прежде всего заметна разница в объеме выпеченных изделий. Известно, что благодаря разрыхлению теста углекислым газом при его брожении в готовых изделиях образуется мякиш с развитой тонкостенной структурой пористости. Было выявлено, что с увеличением доли замены пшеничной муки на муку из семян тыквы с 10 до 30% происходит заметное уменьшение объемного выхода и пористости у готовых изделий, а цвет мякиша меняется с желтого на темно-зеленый. Отсюда следует, что мука из семян тыквы замедляет и ухудшает брожение теста, снижает объемный выход и изменяет цвет готовых изделий.

Наилучшими органолептическими показателями обладает образец № 3, среди которых следует отметить сбалансированный вкус и приемлемый цвет поверхности и мякиша.

Вывод. Мука из семян тыквы, обработанная ИК-излучением, является незаменимым продуктом при профилактике ряда заболеваний и поднятии иммунитета. В ней содержатся все необходимые питательные элементы, которых не хватает населению Новосибирской области. Замена в рецептуре сдобного дрожжевого теста 20% пшеничной муки на муку из семян тыквы не сказывалось отрицательным образом на процессе брожения теста и способствовало улучшению органолептических и физико-химических показателей готовых выпеченных образцов изделий.

Литература:

1. *Косован А. П., Костюченко М. Н.* Тенденции развития хлебопекарной промышленности России // Хлебопечение России. – 2017. – № 3. – С. 7–9.
2. *Мананникова О. Н., Саяпин А. В., Бурмистрова А. А.* Меры по обеспечению продовольственной безопасности России // Среднерусский вестник общественных наук. – 2019. – Т. 14, № 3. – С. 193–208.
3. *Коломникова Я. П., Дерканосова А. А., Мануковская М. В., Литвинова Е. В.* Влияние нетрадиционного растительного сырья на биотехнологические свойства и структуру сдобного теста // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2015. – № 3. – С. 157–160.
4. Тыквенная мука [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gabris.ru/gabris/health/pumpkin/milled/> (дата обращения: 26.10.2020)
5. *Волончук С. К.* Научные и практические аспекты технологии инфракрасной сушки растительного сырья: монография. – Новосибирск: ГНУ СибНИИТИП СО Россельхозакадемии, 2009. – 143 с.
6. Сборник рецептов мучных кондитерских и булочных изделий / сост. д-р экон. наук А. В. Павлов. – Санкт-Петербург: Гидрометеиздат, 1998. – 294 с.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГОРОХОВОГО ГИДРОЛИЗАТА

Д.В. Госман, Е.С. Бычкова

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, gosman-dasha@mail.ru

Разработаны новые виды хлебобулочных изделий с использованием гороховой муки. С целью нивелирования антипитательных свойств гороха предлагается использовать гидролизат, полученный путём механической активации и ферментативного гидролиза горохового зерна. В работе обоснована оценка конкурентоспособности хлебобулочных изделий с применением горохового гидролизата.

New types of bakery products using pea flour have been developed. In order to level the anti-nutritional properties of peas, it is proposed to use a hydrolysate obtained by mechanical activation and enzymatic hydrolysis of pea grain. The paper substantiates the assessment of the competitiveness of bakery products using pea hydrolysate.

В настоящее время неуклонно растёт доля населения, имеющая разного рода хронические заболевания, среди которых наиболее распространёнными являются сердечно-сосудистые, онкологические и заболевания желудочно-кишечного тракта [1]. Всемирная организация здравоохранения озабочена проблемами питания, что прослеживается по системному выпуску методических рекомендаций и кратких сообщений в поддержку правильного и здорового пищевого поведения [2]. Существует однозначная потребность в изменении структуры потребления пищи путем включения в ежедневный рацион продуктов функционального и специализированного назначения. Для разработки качественно новых позиций необходимо делать шаги на пути к развитию новых эффективных технологий производства с гарантией высокой пищевой и биологической ценности готовых изделий, поиску перспективных сырьевых источников, минимизации процесса рафинации продуктов, уменьшению доли искусственных пищевых добавок при выращивании сырья и его переработке [3].

Применение современных технологических решений позволяют получить пищевой продукт с высокими биологическими показателями. Одним из эффективных методов является использование технологии механоферментативного гидролиза.

На кафедре Технологии и организации пищевых производств НГТУ совместно с Институтом химии твердого тела и механохимии СО РАН ведется системная работа по созданию новых продуктов питания на основе растительного сырья.

Для обогащения хлебобулочных изделий растительными белками используют биомассу гороха. Включение в рецептуры семян гороха в значительной степени обусловлена его химическим составом, водоудерживающими, эмульгирующими свойствами, гелеобразованием, текстурой и биологической ценностью. Однако, применение растительных белков в функциональном питании сопряжено с рядом трудностей. Во-первых, белки растительных культур неполноценны по аминокислотному составу. Во-вторых, они и усваиваются только на 62-80 % из-за наличия антипитательных веществ.

Для нивелирования трудностей связанных с растительным сырьем, целесообразным является включение в технологическую линию стадии ферментативного преобразования белков и сложных углеводов. Применение ферментативного гидролиза позволит получить комплекс легкоусвояемых компонентов пищи. Предварительная механохимическая обработка сырья углубляет процессы ферментативного гидролиза и делает конечный продукт ещё более усвояемым. Для ферментативного гидролиза использовался ферментативный препарат «Фидбест VGPro». Оптимальная концентрация – 2%, время ферментации – 5 часов [4].

Разработанные изделия являются продуктами функционального назначения. Новые образцы способны обогатить рацион тиамином, пантотеновой кислотой, пиридоксином и биотином. Включение в технологию производства стадии предварительной механической обработки горохового зерна совместно с ферментным препаратом позволило интенсифицировать процессы гидролитического распада белков. Эффективность воздействия выбранного фермента обоснована насыщением состава изделий свободными аминокислотами и снижением количественного содержания белка.

Для установления экономической целесообразности производства новых хлебобулочных изделий был произведен расчет себестоимости для каждой позиции ассортимента. Составляющие конкурентоспособности товара представляет собой качественные и экономические характеристики продукта, которыми большинство покупателей руководствуются при выборе того или иного товара. К таким критериям относится по статистике в первую очередь свежесть изделия, т.е. насколько изделие мягкое, далее цена изделия, состав доступный для понимания покупателю, наличие клетчатки, минеральный состав, срок годности. На основании выбранных критериев был составлен опрос, в котором приняли участие 50 респондентов, который позволил выявить возможность конкурентоспособности разработанных хлебобулочных изделий, представленный в приложении Б. В качестве конкурентов на рынке продукции функционального назначения было найдено и выбрано всего два представителя:

•булочка «7 злаков» массой 35 г, обеспечивает 15% суточной нормы кальция, 12% – фосфора и 33% – железа. Производитель ООО " Русская традиционная кухня" (Добрянка).

•булочка «Энерджи» массой 100 г, обеспечивает 14,6% суточной нормы клетчатки. Производитель ООО " Русская традиционная кухня" (Добрянка).

Результаты опроса были оформлены с помощью метода многоугольника конкурентоспособности (рис.1).

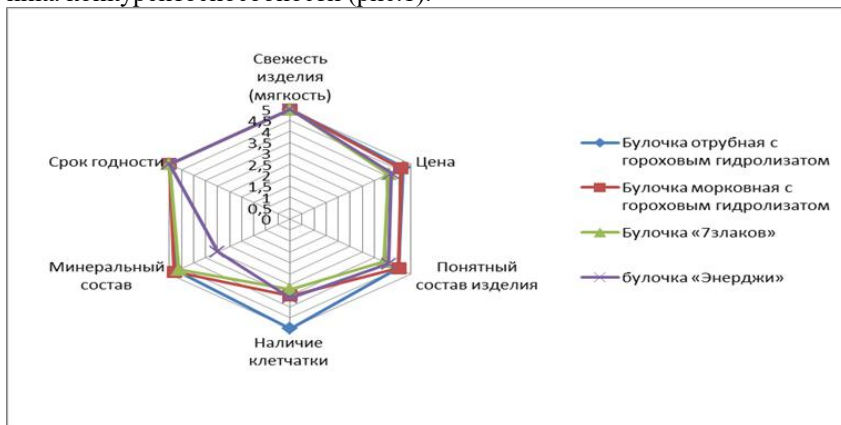


Рис.1 – Многоугольник конкурентоспособности хлебобулочных изделий

Исходя из многоугольника конкурентоспособности, самым конкурентоспособным изделием из разработанных по всем критериям конкурентоспособности является «Булочка отрубная с гороховым гидролизатом». «Булочка морковная с гороховым гидролизатом» уступает только по критерию наличие клетчатки. Булочка «7 злаков» и «Энерджи», являющиеся ключевыми конкурентами, проигрывают по всем показателям, кроме свежести и сроков хранения. Таким образом, можно сделать вывод о том, что разработанные хлебобулочные изделия будут, не только востребованы на рынке, но и будут конкурентоспособны.

Разработанные образцы рекомендуется употреблять в рационе здоровых людей для повышения доли усвоения растительного белка. Разработка новых изделий с применением стадии ферментации – это перспективное направление индустрии питания, которое позволяет получать качественно новые изделия с высокой пищевой и биологической ценностью.

Литература.

1. Здравоохранение в России. Статистический сборник. Росстат. – М., 2019. – 170 с.
2. Essential nutrition actions: mainstreaming nutrition through the life-course [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/326261/9789241515856-eng.pdf?ua=1>.
3. Bychkov, AL. Current achievements in the mechanically pretreated conversion of plant biomass. *Biotechnology and Bioengineering* /A.L. Bychkov, E.M. Podgorbunskikh, E.S. Bychkova, O.I. Lomovsky. – 2019. – Vol. 116 (5). – P. 1231–1244. DOI: 10.1002/bit.26925.
4. Технологические особенности и перспективы использования растительных белков в индустрии питания. Ч. 1. Анализ пищевой и биологической ценности высокобелковых продуктов растительного происхождения / Е. С. Бычкова, Л. Н. Рождественская, В. Д. Погорова, Д. В. Госман, А. Л. Бычков, О. И. Ломовский // *Хранение и переработка сельхозсырья*. - 2018. - № 2. - С. 53-57. - Работа выполнена: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 17-73-10223).

РАЗРАБОТКА БЕЗГЛЮТЕНОВОГО ТЕСТОВОГО ПОЛУФАБРИКАТА ДЛЯ ПИЦЦЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛЬНЯНОЙ МУКИ

Д.В. Гурова, К.А. Большаков, А.Н. Сапожников, А.В. Копылова
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, gurovadv@mail.ru

В статье представлены результаты исследований по разработке безглютенового тестового полуфабриката для пиццы, в котором пшеничная мука полностью заменена на льняную. Полученный тестовый полуфабрикат и выпеченная из него основа для пиццы обладают высокими органолептическими показателями, повышенной пищевой ценностью с наличием функциональных свойств и могут быть внедрены в производство на предприятия индустрии питания.

The paper presents the research results on the development of gluten-free dough semi-finished product for pizza, where wheat flour is fully substituted by flaxseed flour. The obtained dough semi-finished product and baked base for pizza have got high sensory characteristics, increased nutritional value with functional properties. Therefore, they can be introduced into production at catering enterprises.

Одним из актуальных направлений в современной индустрии питания является разработка технологий производства новых видов безглютеновой продукции и их практическое внедрение на действующие производ-

ства. Безглютеновая продукция необходима как для специализированного питания лиц с индивидуальной непереносимостью растительного белка, так и может употребляться в пищу потребителями, добровольно придерживающимися безглютеновой диеты.

Несмотря на то, что производство безглютеновой продукции требует особых условий для его организации, его возможно организовать в условиях действующих предприятий индустрии питания, так как наличие следов глютена в готовой продукции для потребителей, не страдающих непереносимостью растительного белка, не является принципиальным.

Перспективным сырьем для производства безглютеновой продукции считается льняная мука, интерес к использованию которой в настоящее время остается стабильно высоким. Известно, что льняная мука является источником пищевых волокон, незаменимых аминокислот, витаминов (В₁, В₂, В₆, В₉, РР, холин) и минеральных веществ (макроэлементы: Са, Mg, Na, К, Р; микроэлементы: Fe, Zn, Cu, Mn) [1, 2]. Имеются данные по использованию льняной муки в рецептурах изделий на основе пшеничной и ржаной муки, в т. ч. в виде заквасок [3–6], а также в безглютеновых мучных смесях [1, 7]. При этом исследований по разработке тестовых полуфабрикатов, в котором бы использовалась исключительно льняная мука без других видов безглютеновой муки, не проводилось.

Целью настоящего исследования являлась разработка технологии производства тестового полуфабриката для пиццы с использованием льняной муки. В качестве базовой рецептуры была принята рецептура тестового полуфабриката для классической итальянской пиццы, где пшеничная мука высшего сорта была полностью заменена на льняную муку. Технологическая схема приготовления полуфабриката представлена на рис. 1.

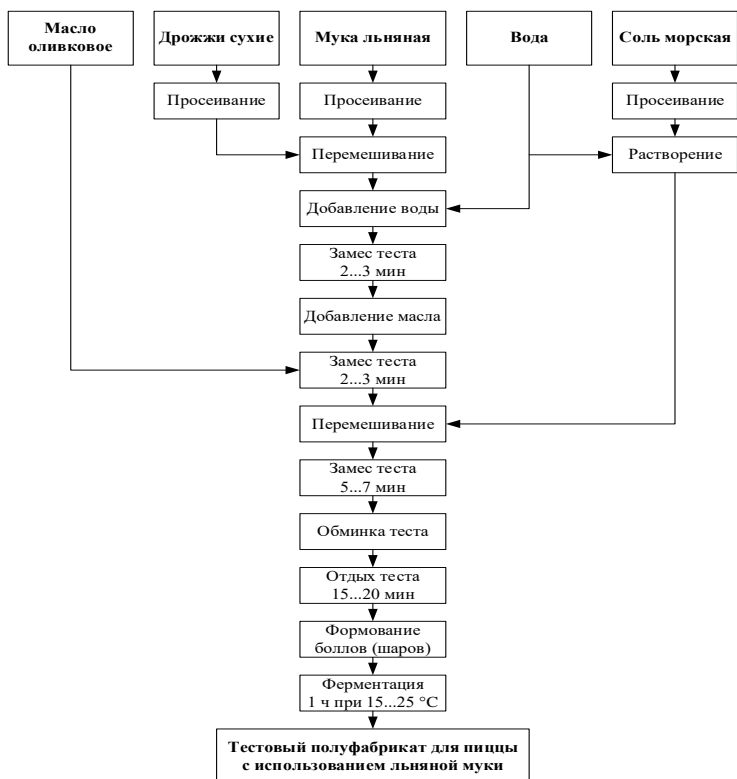


Рис. 1 – Технологическая схема приготовления тестового полуфабриката для пиццы с использованием льняной муки

В целом технологические параметры осуществляемого процесса соответствовали параметрам процесса приготовления базового тестового полуфабриката. При этом оптимальное время ферментации теста 1 ч при температуре 15...25 °С было установлено опытным путем. Полученный тестовый полуфабрикат обладал плотной, липкой и пластичной консистенцией, имел соответствующий льняной муке коричнево-шоколадный цвет и приятный фруктовый запах с оттенками ржаной закваски.

Выпекание полуфабриката осуществлялась при 240...260 °С в течение 7...10 мин. Выпеченная основа для пиццы имела практически идеально круглую форму с практически равномерной толщиной в 3 мм, где имелись бугорки и небольшие вздутия. Консистенция выпеченной ос-

новы была умеренно пористой, немного пластилиновой, цвет – коричнево-шоколадный, соответствующий льняной муке, запах – приятный, печеный, с фруктовой ароматикой, вкус – приятный, в меру соленый, печеный, с легкой фруктовой ноткой. Таким образом, органолептические показатели выпеченного тестового полуфабриката – основы для пиццы можно считать высокими.

В табл. 1 приведены результаты расчета на основе справочных данных [8] пищевой ценности 1 порции тестового полуфабриката для пиццы с использованием льняной муки.

Таблица 1 – Пищевая ценность 1 порции (250 г) тестового полуфабриката для пиццы с использованием льняной муки

Наименование пищевых веществ	Суточная норма	Содержание в 1 порции (250 г)	Процент от суточной нормы, %
Белки, г	75	35,2	46,9
Жиры, г	83	12,2	14,7
Углеводы, г	211	8,9	4,2
Na, мг	2400	1388,2	57,8
K, мг	3500	867,8	24,8
Ca, мг	1000	291,9	29,2
Mg, мг	400	420,6	105,1
P, мг	1000	687,7	68,8
Fe, мг	14	6,2	44,4
Витамин А, каротин РЭ, мкг	1000	0,0	0,0
Витамин В ₁ , мг	1,5	1,8	116,7
Витамин В ₂ , мг	1,8	0,2	9,4
Витамин РР, мг	20	3,2	16,2
Витамин С, мг	70	0,6	0,9
Энергетическая ценность, ккал	2500	286,4	11,5

Разработанный тестовый полуфабрикат для пиццы с использованием льняной муки обладает функциональными свойствами по содержанию натрия, калия, кальция, магния, фосфора, железа, витаминов В₁ и РР (более 15% от суточной нормы). При этом потребность в магнии и витамине В₁ покрывается полностью. Также он является обогащенным по содержанию витамина В₂ (более 5% от суточной нормы).

Таким образом, тестовый полуфабрикат для пиццы, в котором пшеничная мука полностью заменена на льняную муку, обладает аналогичными параметрами технологического процесса приготовления, высокими органолептическими показателями, повышенной пищевой ценностью с наличием функциональных свойств и может быть рекомендован к производству на действующих предприятиях индустрии питания.

Литература:

1. Корнева О. А., Джум Т. А., Котелевская К. В., Чакрян Т. В., Журавлев Р. А. Использование обезжиренной муки из семян масличных культур в производстве безглютеновых продуктов // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. – 2014. – № 2–3(338–339). – С. 36–38.
2. Safdar B., Pang Z., Liu X., Rashid M.T., Jatoi M.A. Structural and functional properties of raw and defatted flaxseed flour and degradation of cynogenic contents using different processing methods // Journal of Food Process Engineering. – 2020. – Vol. 43, iss. 6. – Art. e13406.
3. Конева С. И., Егорова Е. Ю., Козубаева Л. А., Резниченко И. Ю. Влияние льняной муки на реологические свойства теста из смеси пшеничной и льняной муки на качество хлеба // Техника и технология пищевых производств. – 2019. – Т. 49, № 1. – С. 85–96.
4. Типсина Н. Н., Матюшев В. В., Бочарова Л. В. Использование льняной муки в производстве пшенично-ржаных сортов хлеба // Вестник КрасГАУ. – 2018. – № 4(139). – С. 169–174.
5. Чернышова В. А., Лабутина Н. В., Белявская И. Г., Богатырева Т. Г., Юдина Т. А. Влияние льняной муки на качество хлебобулочных изделий из смеси ржаной и пшеничной муки // Пищевая промышленность. – 2016. – № 5. – С. 66–69.
6. Liu T., Duan H., Mao X., Yu X. Influence of flaxseed flour as a partial replacement for wheat flour on the characteristics of Chinese steamed bread // RSC Advances. – 2020. – Vol. 10, iss. 47. – P. 28114–28120.
7. Тырлова О.Ю., Барсукова Н.В. Разработка промышленной технологии замороженных полуфабрикатов на основе льняной муки // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Процессы и аппараты пищевых производств». – 2014. – № 3. – С. 43–52.
8. Тутельян В. А. Химический состав и калорийность российских продуктов питания: Справочник. – М.: ДеЛи плюс, 2012. – 284 с.

РАЗРАБОТКА НОВОГО АССОРТИМЕНТА КОМПОЗИЦИОННЫХ ГРИБНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ И ПРОДУКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ЕГО ОСНОВЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ ИХ РАЗРАБОТКИ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ, КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

К.С. Долина, Л.Н. Рождественская, А.А. Дриль
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, e-mail: karinka.dk@mail.ru

Современный этап развития техники и технологий ставит как одну из наиболее актуальных проблему надежности биологических систем, что непосредственно связано со здоровьем человека в современных условиях экологической и социальной напряженности, хронического стресса и других неблагоприятных факторов. Одним из актуальных технологических подходов при производстве продуктов, повышенной пищевой и биологической ценности, является разработка пищевых систем с использованием функциональных композиционных полуфабрикатов на основе растительных ресурсов, которые содержат в своем составе необходимые для организма нутриенты. С целью создания композиционного полуфабриката обоснован выбор функциональных ингредиентов растительного происхождения: вешенка обыкновенная, гриб белый, лисички. В качестве ароматических добавок выступает кориандр, мускатный орех, белый и черный перец, чеснок, розмарин, чабрец. В качестве эмульгатора и загустителя используется крахмал.

The current stage of development of engineering and technologies poses as one of the most urgent problems of reliability of biological systems, which is directly related to human health in modern conditions of environmental and social tension, chronic stress and other adverse factors. One of the most relevant technological approaches in the production of products with increased nutritional and biological value is the development of food systems using functional composite semi-finished products based on plant resources, which contain the necessary nutrients for the body. In order to create a composite semi-finished product, the choice of functional ingredients of plant origin is justified: oyster mushroom, white mushroom, chanterelles. Coriander, nutmeg, white and black pepper, garlic, rosemary, thyme serve as aromatic additives. Starch is used as an emulsifier and thickener.

Расширить ассортимент и снизить себестоимость рубленых полуфабрикатов можно путем комбинирования животного и растительного сырья, используя в качестве функциональных ингредиентов вешенку обыкновенную. Выбор именно этого растительного ресурса, как источник физиологически функциональных пищевых нутриентов, объясняется тем,

что вешенка обыкновенная обладает высокими пищевыми, биологическими и медицинскими свойствами [1–3], а объемы ее производства в российском грибоводстве продолжают расти [4].

Перспективность разработки композиций с высокими функциональными свойствами для достижения технологических и профилактических целей в различных пищевых системах на сегодняшний день актуальна, особенно при получении мясных систем комбинированного типа. В связи с чем возникает необходимость создания композиций с определенными функциональными свойствами, регулирующими качество и нивелирующими недостатки мясного сырья.

Крахмалы достаточно часто используют в колбасном производстве, производстве рубленых полуфабрикатов для формирования требуемой структуры фаршевой системы (в основном за счет связывания свободной влаги), его добавляют в количестве не более 2% от массы фарша. Крахмал в колбасном производстве используется не ниже первого сорта, при условии отсутствия у крахмала посторонних привкусов и запахов.

Похожие исследования и работа по созданию композиционных смесей проводилась в 2019 году, в Новосибирском Государственном Техническом Университете, в производственной лаборатории кафедры технологии и организации пищевых производств. С целью выбора загустителей для составления композиционной смеси была проведена их сравнительная характеристика - исследованы различные виды муки, нативные и модифицированные крахмалы, композиционные смеси модифицированных крахмалов (на примере продукции компании Roquette, Франция) и камеди. С учетом выявленных преимуществ были выбраны основные составляющие композиционной смеси загустителей, определены целевые функции эмульгирующей активности, вязкость и эластичность. Рецептуры были рассчитаны путем математического моделирования в соответствии с целевыми функциями [9].

Целью данной работы является разработка технологии изготовления композиционных грибных полуфабрикатов и продукции общественного питания на его основе. Для достижения целей были поставлены следующие **задачи**:

- 1) изучить потребительские свойства культивируемой вешенки обыкновенной и лесных грибов для установления перспективности использования данного сырья в производстве полуфабриката из вареных и измельченных грибов в качестве рецептурного компонента продукции общественного питания;
- 2) разработать композиционную смесь в качестве загустителя с наиболее оптимальным соотношением ингредиентов в полуфабрикате из вареных и измельченных грибов;

- 3) изучить влияние методов пролонгации сроков годности готовой продукции с использованием ионизирующего излучения и вакуумной упаковки
- 4) изучить влияние ионизирующего излучения на микробиологические показатели грибного полуфабриката, установить сроки и условия хранения;
- 5) системно исследовать химический состав, биологическую ценность, показатели безопасности, функциональные свойства и биологические показатели разработанных мясных рубленых изделий в оболочке с композиционным грибным полуфабрикатом;
- 6) экспериментально подтвердить технологию разработки мясных рубленых изделий в оболочке с функциональными свойствами.
- 7) разработать технологическую документацию для предприятий общественного питания на новый ассортимент продукции с использованием полуфабриката из лесных грибов и культивируемой вешенки;
- 8) провести комплекс организационно-технических мероприятий по внедрению в производство разработанных рецептур изготовленных мясных рубленых изделий в оболочке с функциональными свойствами.

Объект исследования: технология мясных рубленых изделий в оболочке с композиционным мясным полуфабрикатом и повышенной пищевой ценностью.

Актуальность исследования: несмотря на ряд проведенных исследований, обогащение мясных рубленых изделий в оболочке, вырабатываемых на предприятиях общественного питания, композиционным грибным полуфабрикатом не производилось, что определяет актуальность настоящего исследования.

Так же ранее в Новосибирском Государственном Техническом Университете, на кафедре технологии и организации пищевых производств, в учебной лаборатории были разработаны рецептуры на изделия из рубленой котлетной массы. Изучались физико-химические и органолептические показатели готовой продукции с повышенной пищевой ценностью. Для определения допустимого уровня замены мяса на грибное сырье был предложен метод компьютерного моделирования рецептур на основании физико-химических показателей ингредиентов. **В итоге был получен продукт с повышенной пищевой и физиологической ценностью и пониженной калорийностью.** Для расширения ассортимента мясных рубленых изделий в качестве объектов исследования были выбраны купаты, сосиски и сардельки.

На данный момент изучена литература для проведения исследования и создания рецептур на мясные полуфабрикаты в оболочке с использова-

нием композиционного грибного полуфабриката, разработаны рецептуры для купат свиных, сосисок с сыром и сарделек куриных; смоделированы и определены технологические свойства вешенки обыкновенной. В дальнейшем планируется измерение физико-химических показателей образцов после использования ионизирующего излучения с целью пролонгации срока годности; органолептическая оценка полученных изделий в оболочке; использование метода компьютерного моделирования для определения допустимого уровня замены мяса на композиционный грибной полуфабрикат.

Производство мясных полуфабрикатов за 2020 год увеличилось на 9,6% (до 1,6 млн тонн). Объем производства колбасных изделий в России вырос на 2,5% (до 919 тысяч тонн). Увеличение объемов производства в условиях общеэкономического спада стало реакцией на возросший спрос потребителей на недорогие категории мясных полуфабрикатов, частично заменивших в рационе населения белковые продукты по более высокой цене. Производители отмечают смещение спроса в более низкие ценовые сегменты и в связи с этим вносят изменения в ассортимент выпускаемой продукции. При растущих издержках производители мясных полуфабрикатов лишены возможности адекватного повышения цен, так как снижающаяся покупательная способность населения ставит под сомнение реализацию товара [1]. Таким образом, выход из сложившейся ситуации состоит в снижении издержек и изменении ассортимента в сторону выпуска более бюджетных видов продукции, а также в снижении уровня собственной рентабельности. В результате данной работы планируется расширение ассортимента композиционных грибных полуфабрикатов, а также продукции общественного питания на его основе, надлежащего качества, с повышенной пищевой ценностью, высоким сроком годности и невысокой конкурентоспособностью.

Литература.

1. Carrasco-González J.A. Nutritional composition and nutraceutical properties of the *Pleurotus* fruiting bodies: Potential use as food ingredient / J.A. Carrasco-González, S.O. Serna-Saldívar, J.A. Gutiérrez-Urbe // *Journal of Food Composition and Analysis*. – 2017. – V. 58. – P. 69–81.
2. Vetter J. Biological values of cultivated mushrooms – a review / J. Vetter // *Acta Alimentaria*. – 2019. – V. 48, iss. 2. – P. 229–240.
3. Bioactive compounds and medicinal properties of Oyster mushrooms (*Pleurotus* sp.) / I. Gólak-Siwulska, A. Kałużewicz, T. Spiżewski, M. Siwulski, K. Sobieralski // *Folia Horticulturnae*. – 2018. – V. 30, iss. 2. – P. 191–201.

4. Лазарева Т.Г. Анализ производства и рынка грибов в России / Т.Г. Лазарева, Е.Г. Александрова // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 1, т. 11. – 9 с.

5. Kurt A. Enrichment of meat emulsion with mushroom (*Agaricus bisporus*) powder: Impact on rheological and structural characteristics / A. Kurt, H. Genççelep // Journal of Food Engineering. – 2018. – V. 237. – P. 128–136.

6. Alnoumani H. Lipid and protein antioxidant capacity of dried *Agaricus bisporus* in salted cooked ground beef / H. Alnoumani, Z.A. Ataman, L. Were // Meat Science. – 2017. – V. 129. – P. 9–19.

7. Пат. 2317720, Россия; МПК А23L 1/314, А23L 1/317. Фарш для колбасных изделий / Вялая Е.В., Вялый В.И., Дулов М.И. – № 2005140722/13; заявл. 10.07.2007; опубл. 27.02.2008, Бюл. № 6.

8. Jo K. Quality characteristics of low-salt chicken sausage supplemented with a winter mushroom powder / K. Jo, J. Lee, S. Jung // Korean Journal for Food Science of Animal Resources. – 2018. – V. 38, iss. 4. – P. 768–779.

9. Muratova, E.I.; Tolstyh, S.G.; Dvoreckij, S.I.; Zyuzina, O.V.; Leonov, D.V. Avtomatizirovannoe Proektirovanie Slozhnyh Mnogokomponentnyh Produktov Pitaniya [Automotive Design of Complex Multi-component Food Products]: Ucheb. Posobie. Tambov: Izd-vo FGBOU VPO «TGTU». 2011. 80 p

10. Розробка м'ясних геродиетичних продуктів – пріоритетний науковий напрям / Л.В. Пешук, О.І. Гашук, О.Є. Москалюк, І.І. Гагач // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Тваринництво». – 2014. – Вип. 2/2 (25). – С. 187–190.

11. Котарев, В.А. Функциональный продукт из мяса перепелов с грибами / В.А. Котарев, Г.Г. Соколенко, И.Н. Бухтоярова // Пищевая промышленность. – 2010. – № 3. – С. 16–17.

12. Москалюк, О.Є. Технологія м'ясних хлібів з використанням культивованих грибів / О.Є. Москалюк, О.І. Гашук, Л.В. Пешук // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. – 2015. – Т. 71, № 1(61), ч. 4. – С. 65–68.

13. Сборник технологических нормативов. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания / под ред. Ф.Л. Марчука. – М.: Изд-во «Хлебпродинформ, 1996. – 620 с.

14. Тутельян В.А. Химический состав и калорийность российских продуктов питания: Справочник. – М.: ДеЛи плюс, 2012. – 284 с.

15. Анализ рынка замороженных мясных полуфабрикатов в России в 2011-2015 гг., прогноз на 2016-2020 гг. № 562949978463552 / BusinesStat. – М., 2016. – 115 с.

16. Коренская, И.М. Лекарственные растения и лекарственное растительное сырье, содержащие витамины, полисахариды, жирные масла /

И.М. Коренская, Н.П. Ивановская, О.А. Колосова // Воронеж: Воронежский гос. ун-т. - 2008. - 88 с.

17. Системные технологии в обеспечении качества продуктов питания: монография / В.Н. Храмова, И.Ф. Горлов, М.И. Сложенкина, А.А. Короткова, Н.И. Мосолова, Е.Ю. Злобина; ВолгГТУ. - Волгоград, 2015. - 191 с.

18. Ascorbic acid oxidation of thiol groups from dithiotreitol is mediated by its conversion to dehydroascorbic acid / Nilda B.V. Barbosa, Leonardo A. Lissner, Claudia V. Klimaczewski, Elisangela Colpo, Joao B. T. Rocha. - EX-CLI Journal 2012, №11 -604-612 p.

19. Колодязная, В.С. Пищевая химия. - СПб.: СПбГАХИТ, 1999. - 140 с.

20. Napke, H.-J. Heavy metal transfer in the food chain to humans / H.-J. Napke // C. Rodriguez-Barrueco (ed.). Fertilizers and Enviroment, School of Veterinary Medicine Hannover Bunteweg 17, D-30559 Hannover Germany. - P. 431-436.

21. Analiz rynku zamorozhennykh myasnykh polufabrikatov v Rossii v 2011-2015 gg, prognoz na 2016-2020 gg [Analysis of the market of frozen meat semi-finished products in Russia in 2011-2015, forecast for 2016-2020]. Moscow: BusinesStat Publ., 2016. 115 p.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

**С.В. Елистратова, П.А. Бах, Д.Е. Чередниченко
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, chered@ngs.ru**

Проект посвящен обоснованию обеспечения качества продукции и услуг в условиях пандемии, проведены прогнозы на 2021 год в общественном питании

The project is dedicated to the rationale for ensuring the quality of products and services in the context of a pandemic, and forecasts for 2021 in catering are made

Коронавирусная инфекция, начавшаяся в Китае 31 декабря и охватившая в последующем и другие страны, нанесла урон по экономике регионов и стран во многих отраслях экономики. Больше всего пострадали те сферы, где предполагается скопление определенного количества людей в помещении, к ним относятся и сфера ресторанного бизнеса.

Целью работы является, с помощью анализа отечественных и зарубежных литературных источников, рассмотреть влияние коронавирусной инфекции на сферу ресторанного бизнеса России и, в частности,

г.Новосибирска, а так же привести прогнозы изменений данной сферы в будущем 2021 года.

Для достижения данной цели необходимо:

- Произвести анализ рынка состояния общественного питания в условиях пандемии в целом в мире, в России и в г.Новосибирск;
- Изучить требования к оказанию услуг и контролю качества продукции на период пандемии в мире;
- Проанализировать рекомендации Роспотребнадзора по организации работы предприятий общественного питания с учетом эпидемиологической ситуации.

Отрасль общественного питания приняла на себя удар пандемии и является наиболее пострадавшей от распространения коронавирусной инфекции во всем мире. В США с начала пандемии было закрыто более 240 тысяч ресторанов и других предприятий общественного питания, 60% из которых не будут открыты вновь.

По данным Федерации рестораторов и отельеров (ФРИО) в марте 2020 года посещаемость ресторанов упала на 30–90 % [1]. Продажи предприятий общественного питания снизились на 3,4% в марте 2020 года по сравнению с мартом прошлого года.

Согласно исследованиям аналитического портала «Сбера» Sberindex, траты россиян на услуги предприятий общественного питания по состоянию на конец сентября снизились на 17,7% по сравнению с сентябрем 2019 года, а в октябре уже на 22%. Эти данные основаны на статистике платежей клиентов «Сбера» банковскими картами. Кроме того, президент Федерации рестораторов и отельеров России Игорь Бухаров предупреждает, что новый запрет на ограничение режима работы предприятий общественного питания приведет к 30–40% спада товарооборота заведений и их банкротству. Кроме того, компания Delivery Club провела онлайн-опрос рестораторов, подключенных к их сервису, в ходе которого 55% опрошенных проголосовало, что их товарооборот уменьшился на 26-50%.

В условиях пандемии, карантина и самоизоляции услуги доставки товаров и продуктов стали более востребованными. По данным HeadHunter, заинтересованность работодателей в курьерах за первый месяц выросла почти на 40%.

По данным компании 2ГИС, в Новосибирске на 1 марта 2020 года работало 247 ресторанов, 739 кафе и 253 бара. Через полгода на 1 сентября 2020 года количество ресторанов в городе сократилось на 21 заведение, кафе – на 22 точки, баров – на 4 точки. Но несмотря на это, лидером по приросту заведений, переориентировавшихся на формат летних веранд, стал Новосибирск. Их доля возросла более чем на 9%.

Во многих странах были приняты антикризисные меры и обеспечена поддержка малого бизнеса, так, в Германии представители малого бизнеса могут претендовать на гранты в размере 5000 — 15 000 евро, в США было принято предоставление невозвратных грантов в \$10 000 малым предприятиям, пострадавшим от пандемии, В России в мае и июне малым и средним предпринимателям выплатили безвозмездно по 12 130 рублей на одного сотрудника, так же разработано несколько льготных кредитных программ, в том числе для поддержания оборотных средств и сохранения рабочих мест. Расширены условия предоставления займов по ставке 8,5 процента и микрокредитованию.

В связи с распространением коронавирусной инфекции Минпромторг России и Минэкономразвития России разработали рекомендации о мерах по проведению инспекционного контроля, отбора образцов и других плановых работ на время пандемии.

Данными рекомендациями предусмотрено, что в отношении действующих сертификатов соответствия на серийную продукцию, если проведение очередного планового инспекционного контроля выпадает на период с 15 марта по 31 декабря 2020 г., орган по сертификации может принять решение о переносе инспекционного контроля на срок до 6 месяцев. Также соответствия на серийную продукцию, срок действия которых заканчивается в период с 15 марта по 31 декабря 2020 г., и при сертификации новой продукции, которая имеет незначительные отличия в рецептуре и технологии производства, не влияющие на ее безопасность, органом по сертификации может быть оформлен новый серийный сертификат [3].

С началом распространения коронавирусной инфекции Всемирная организация здравоохранения совместно с Европейской комиссией разработали важнейшие правила, которые необходимо соблюдать относительно продуктов питания.

Соответствующая гигиена всех поверхностей пищевых продуктов и упаковок на предприятиях питания: для ее достижения, чтобы свести риск загрязнения к нулю необходима регулярная санитарная обработка производственных, складских помещений и поставок продуктов.

Гигиена персонала: все сотрудники предприятия, обязаны носить средства индивидуальной защиты (маски и перчатки) и менять их каждые 2 часа, соблюдать дистанцию, проходить медицинский осмотр, а в случае наличия симптомов — не должны допускаться к работе.

Также, чтобы минимизировать риск заражения, на предприятиях общественного питания начали отдавать предпочтения одноразовым контейнерам и упаковкам — чтобы после использования их сразу утилизировать.

Следует сосредоточить внимание на соблюдении профилактических мер: очистке производственных и торговых площадок, оборудования и подсобных помещений, а также использовании защитных средств.

Все эти меры приняты на мировом уровне, что позволяет контролировать безопасность пищевых продуктов и значительно снижает вероятность распространения инфекции.

Требования Роспотребнадзора в сложившихся условиях в Российской Федерации заключаются в организации ежедневного бесконтактного контроля температуры тела работников, организации условий обработки рук антисептиками; уборка с использованием моющих и дезинфицирующих средств каждые 2 часа; проветривание помещений каждые 2 часа, использование бактерицидных ламп; соблюдение социальной дистанции посетителями и работа персонала в средствах индивидуальной защиты (маски, перчатки). Кроме того, во всех предприятиях общественного питания в помещениях для потребителей располагаются антисептические средства.

Пандемия коронавируса повлияла на значительное замедление роста точек общепита в России, а также привела к увеличению среднего чека за бизнес-ланчи в крупных городах и развитию доставки еды.

Карантин и самоизоляция населения в связи с пандемией коронавируса COVID-19 отразились на прибыли ресторанного бизнеса. Пандемия привела к нестабильному положению мировую экономику. Жертвами обвала стали все слои населения, лишившиеся работы и дохода, в том числе и богатейшие люди планеты. В связи с этим в современных реалиях России если и открывать предприятие общественного питания, то доступное и с достаточно низким чеком, а так же с развитой и удобной услугой доставки продукции, иначе оно будет не рентабельным.

В конце июля были оглашены результаты исследования агентства Data Insight и Delivery Club, согласно которым почти две трети российских ресторанов ожидают возвращения к показателям выручки на докризисном уровне к концу 2020 года, однако 27% рестораторов предпочли не давать точный прогноз. Как показал опрос, проводившийся в начале июля среди более чем 600 рестораторов, большая часть ресторанов (59%) прогнозирует восстановление выручки до конца этого года, еще 14% — весной 2021 года.

Литература

1. Ситнюк, М. А. Аспекты формирования стратегии ресторанного бизнеса в условиях пандемии / М. А. Ситнюк. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 21 (311). — С. 188-190. — URL: <https://moluch.ru/archive/311/70510/> (дата обращения: 06.11.2020).

2. Статистика Рестораны-2020-2021: прогнозы лидеров отрасли (по данным РБК).

3. Расширенные рекомендации Минпромторга России и Минэкономразвития России о временных мерах по вопросу проведения инспекционного контроля, отбора образцов и иных плановых работ с учетом сложной эпидемиологической ситуации, связанной с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

РАЗРАБОТКА ФРУКТОВО-ЯГОДНЫХ НАПОЛНИТЕЛЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕСТНОГО РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ

О.В. ИONOVA, С.В. Габелко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, ionova03091996@gmail.com**

Рассматривается возможность увеличения ассортимента фруктово-ягодных наполнителей, имеющих широкое применение в различных отраслях пищевой промышленности и общественном питании.

The possibility of increasing the range of fruit and berry fillers that are widely used in various sectors of the food industry and public catering is considered.

Фруктово-ягодные наполнители из натурального сырья повышают устойчивость организма к негативным факторам окружающей среды, а так же способствуют деятельности ферментных систем микрофлоры желудочно-кишечного тракта. [1] Фруктово-ягодные наполнители находят свое применение в хлебобулочных и кондитерских изделиях, молочной продукции.

Анализ статистических данных показал, что около 45% населения России имеют одно или несколько заболеваний, связанных с питанием, из них на заболевания желудочно-кишечного тракта приходится 16,1%. [2]. Для данной группы граждан рекомендуется придерживаться лечебного питания. Так же было выявлено, что дети и подростки до 19 лет являются наиболее активными потребителями продукции специализированного назначения и биологически активных добавок к пище. Данное исследование способствует реализации целей «Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года» и «Стратегии формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года».

Целью нашей работы является разработка фруктово-ягодных наполнителей с использованием местного растительного сырья.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить, проанализировать и систематизировать отечественную и зарубежную научную и патентную литературу по теме исследований;
- теоретически обосновать и экспериментально подтвердить целесообразность использования выбранного сырья;
- определить оптимальные соотношения ягодной основы и других ингредиентов, в составе фруктово-ягодных наполнителей и исследовать показатели их качества и безопасности;
- разработать технологию фруктово-ягодных наполнителей с построением схемы технологического процесса;
- разработать технологическую документацию на производство фруктово-ягодных наполнителей.

Таким образом, разработка рецептур и технологий фруктово-ягодных наполнителей позволит рационально использовать местное растительное сырье и снизить себестоимость продукции.

Выделена целевая аудитория – школьники и студенты, заботящиеся о своём здоровье. Маркетинговый опрос о предпочтениях во фруктово-ягодных наполнителях проводился на базах ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный технический университет» и ГАПОУ НСО "Новосибирский лицей питания", участие в опросе приняли 130 учащихся. В ходе опроса выявлено, что респонденты отдают предпочтение наполнителям из клубники, вишни и малины, данные представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Потребительские предпочтения фруктово-ягодных наполнителей в штучных хлебобулочных изделиях

Так же опрос показал, что для 70,8% опрошенных важно наличие кусочков фруктов и ягод в наполнителе. Данные представлены на рисунке 2. Кроме того, более половины опрошенных, а именно 51%, обращают внимание на калорийность хлебобулочного изделия и 38% из них выбирают изделия с пониженным содержанием сахара.

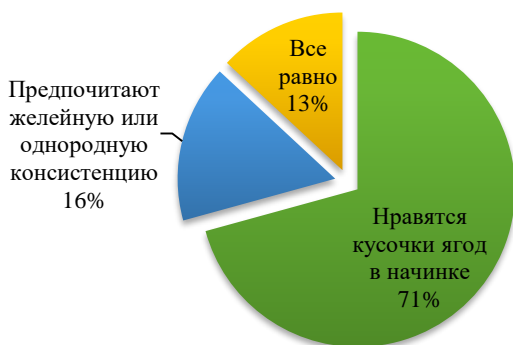


Рисунок 2 – Факторы выбора штучных хлебобулочных изделий по наличию фруктово-ягодных включений в начинке

Таким образом, данный маркетинговый опрос показал, что разработка фруктово-ягодных наполнителей из местного сырья является востребованной. На основании полученных результатов было выявлено, что самыми востребованными фруктово-ягодными наполнителями являются наполнители с пониженной калорийностью и низким содержанием сахара из клубники, вишни и малины с кусочками фруктов и ягод. На основании опроса была разработана рецептура фруктово-ягодного наполнителя, отвечающего потребительским предпочтениям целевой аудитории.

Литература:

1. Коновалов К.Л., Шулбаева М.Т., Лосева А.И. Растительные пищевые композиции полифункционального назначения // Пищевая промышленность. - 2010. - № 7. - С. 8-11.
2. Л.Н. Рождественская, О.В. Рогова. О необходимости обеспечения физической и экономической доступности здорового питания населения // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Пищевые и биотехнологии. – 2020. - №1-С.94-104

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОРОШКОВ ИНФРАКРАСНОЙ СУШКИ ИЗ СВЕЖЕГО И ЗАМОРОЖЕННОГО ШПИНАТА

Т.А. Левин, А.Н. Сапожников, А.В. Копылова
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, timalevin@mail.ru

В статье представлены результаты сравнительного исследования физико-химических свойств порошков шпината, полученных методом инфракрасной (ИК) сушки из свежего или предварительно замороженного сырья, с последующим тонким измельчением. На примере содержания органических кислот в образцах порошков шпината, установлено, что порошок, полученный из предварительно замороженных листьев шпината, обладает более ценным химическим составом, а за счет более мелкого размера частиц такой порошок не оказывает отрицательного влияния на обогащаемые им хлебобулочные изделия.

The article presents the results of comparative research of physico-chemical properties of spinach powders obtained by infrared (IR) drying from fresh or previously frozen raw material with further fine grinding. On the example of organic acid content in powder samples, it is established that the powder obtained from previously frozen spinach leaves, has more valuable chemical composition. Because of smaller particle volume, this powder does not have negative influence on the bakery products enrichment.

Одним из основных направлений развития российского хлебопекарного производства является расширение ассортимента выпускаемой продукции за счет разработки и внедрения в производство функциональных и специализированных сортов продукции, обогащенных витаминами, минеральными веществами и пищевыми волокнами. Данное направление отвечает задачам «Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года» [1, 2].

Согласно исследованиям, проведенным ранее на кафедре технологии и организации пищевых производств Новосибирского государственного технического университета НЭТИ, было установлено, что порошок шпината, полученный путем сушки инфракрасными (ИК) лучами с последующим тонким измельчением, может быть перспективным ингредиентом для обогащения хлебобулочных изделий [3]. Так, по данным исследователей из Северо-Кавказского федерального университета, 100 г свежего шпината содержат: β -каротин – 4,5 г (90% от суточной нормы), витамин В₉ (фолаты) – 80 мкг (20% от суточной нормы), магния – 82 г (20,5% от суточной нормы), калия – 774 г (31% от суточной нормы), марганца – 0,897 мг (44,9% от суточной нормы). Кроме того, в 100 г свежего шпината также имеется ряд веществ, превышающих рекомендуемую суточную

дозу. Это витамин Е (токоферол-эквивалент) – 55 мг (в 2,2 раза), витамин К – 482,9 мкг (в 4 раза), кальций 99 мг (в 1,06 раза), железо – 13,51 г (в 1,35 раза) [4].

Целью настоящего исследования является изучение изменения структуры, сохранности органических кислот в порошках ИК-сушки, полученных из свежего и замороженного шпината. Известно, что ИК-сушка растительного сырья имеет ряд преимуществ перед другими методами сушки, такие как: высокая сохранность пищевых веществ и органолептических свойств высушиваемого продукта, низкая энергоёмкость процесса и др. [5].

Порошок шпината получали ИК-сушкой листьев шпината в сушилке (патент РФ № 2265169), в которых в качестве источника ИК-излучения использовались лампы КГТ-220-1000 [6]. Для сушки использовали подготовленные образцы листьев свежего шпината и замороженного шпината. Для этого часть листьев свежего шпината подвергалась интенсивному замораживанию при температуре -35°C в течение 1 ч в шкафу интенсивного охлаждения Viatto АТТ05, после чего замороженный шпинат размораживали в течение 1 ч при температуре $20...25^{\circ}\text{C}$.

Процесс сушки свежих и размороженных листьев шпината проводили в течение 3,5...4 ч при температуре $50...60^{\circ}\text{C}$. После этого высушенный шпинат охлаждали до $20...25^{\circ}\text{C}$ и измельчали на ультразвуковом диспергаторе И-10 при рабочей частоте 22200 Гц, с добавлением 100 мл дистиллированной воды на 4 г порошка шпината.

Далее из полученных растворов методами центрифугирования (центрифуга ОПн-8), декантации и вакуумной фильтрации были получены вытяжки каждого из образцов. Из каждой вытяжки были взяты аликвоты растворов по 40 мл. Данные аликвоты были проанализированы методом потенциометрического титрования, по полученным данным были выявлены зависимости рН среды раствора от количества добавленного раствора NaOH и построены графики производных этих зависимостей, представленные на рис. 1.

Каждый пик графиков производных показывает наличие определённой органической кислоты в исследуемой вытяжке, а следовательно, и в искомом порошке. Из данных графиков производных видно, что из порошка ИК-сушки, полученного из замороженного шпината, в раствор перешло большее количество органических кислот, что свидетельствует о том, что при замораживании шпината из разрушившихся клеток в раствор переходит больше полезных для человека органических и неорганических соединений, чем из порошка, полученного из свежего шпината.

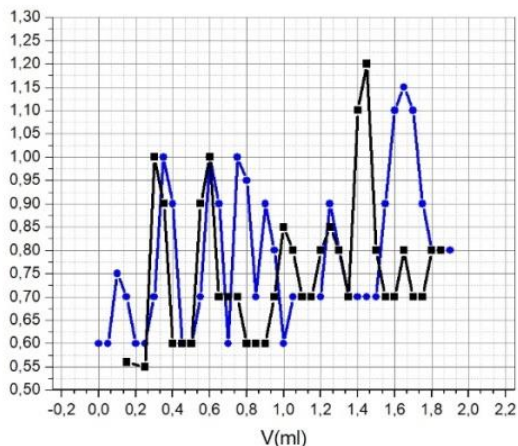
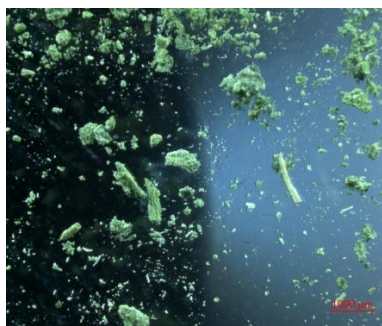


Рис. 1 – Производные графиков титрования вытяжек из порошков ИК-сушки шпината 0,1N раствором NaOH. Условные обозначения: черный график – производная графика для порошка из свежего шпината, синий график – производная графика для порошка из замороженного шпината.

На следующем этапе были проведены макро- и микроскопические исследования образцов порошков ИК-сушки шпината (рис. 2). Микроструктуру образцов порошков исследовали с помощью микроскопа Carl Zeiss Stereo Discovery V8 (Германия) с камерой Axio Cam ICc 5 (Германия) и программным обеспечением ZEN. Образец № 1 (рис. 2а) был получен сушкой свежих листьев шпината, а образец № 2 (рис. 2б) – сушкой свежзамороженных листьев.



а)



б)

Рис. 2 – Порошки ИК-сушки шпината, увеличение в 60 раз: а) из свежего шпината; б) из замороженного шпината.

В результате макро- и микроскопического анализа было установлено, что образец № 2 целесообразнее использовать в хлебопекарном производстве, так как частицы порошка были значительно меньше частиц порошка образца № 1, полученном из свежего шпината. Преимущество частиц меньшего размера заключается в том, что такая добавка не оказывает существенного влияния на органолептические свойства готового продукта, а следовательно, потребитель получит привычный по вкусу продукт, при этом обогащенный содержащимися в порошке функциональными ингредиентами.

Таким образом, потенциометрическое титрование и микроскопический анализ образцов порошков шпината ИК-сушки показали, что в рецептурах хлебобулочных изделий целесообразнее использовать порошок, полученный из замороженного шпината. Полученные в ходе исследования данные подтверждают возможность обогащения хлебобулочных изделий порошком ИК-сушки и внедрение разработанной технологии на действующие хлебопекарные производства.

Литература:

1. Богомолова И. П., Белимова Э. А. Направления и механизмы государственного регулирования производства хлебопродуктов // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2014. – № 2(60). – С. 177–183.
2. Стратегия повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/420363999> (дата обращения: 23.10.2020)
3. Сапожников А. Н., Копылова А. В., Крайнова Ю. О., Крайнов С. А. Перспективы использования шпината в производстве мучных и хлебобулочных изделий // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2018. – Т. 80, № 4. – С. 234–239.
4. Калашникова Т. В., Беляева И. А. Ботаническое описание, морфологическая структурная оценка шпината огородного // Современная наука и инновации. – 2014. – № 4(8). – С. 33–37.
5. Sarimiseli A., Yuceer M. Investigation of infrared drying behavior of spinach leaves using ANN methodology and dried product quality // Chemical and Process Engineering. – 2015. – № 36(4). – С. 425–436.
6. Пат. 2265169, Россия; F26B3/30. Сушилка инфракрасная / Волончук С.К. – № 2003136840/06; заявл. 19.12.2003 ; опубл. 27.11.2005, Бюл. № 33.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АМАРАНТА И ПРОДУКТОВ ЕГО ПЕРЕРАБОТКИ В ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЯХ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

И.В. Мацейчик, С.М. Корпачева, П.Г. Мазарова, А.В. Хивук
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, polina-99_11@mail.ru

Разработаны хлебобулочные изделия с зерном амаранта и амарантовой мукой на основе сухой подсырной деминерализованной сыворотки с добавлением тонкодисперсного порошка из яичной скорлупы и растительных порошков инфракрасной сушки после механохимической обработки, при которой количество водорастворимых веществ увеличилось. Применялась усиленная механическая обработка теста для интенсификации процессов приготовления. Разработанные хлебобулочные изделия удовлетворяют 14% суточной потребности организма в белке, β -каротине и кальции и могут быть рекомендованы в качестве функциональных продуктов детского, диетического и геронтологического питания.

The recipes for bakery products with amaranth grain and amaranth flour based on dry whey-containing demineralized whey with addition fine powder from eggshell and vegetable powders infrared drying after mechanochemical processing in which the amount of water-soluble substances increased. Enhanced mechanical processing of the dough was used to intensify the processes of dough preparation. The developed bakery products satisfy 14% of the daily requirement of the body for protein, β -carotene and calcium and can be recommended as functional products for children, dietary and gerontological nutrition.

1. Введение

Перспективным вектором развития ассортимента функциональных хлебобулочных изделий является использование натуральных пищевых обогатителей. К таким видам сырья относится зерно амаранта, амарантовая мука, комплексные добавки в виде порошков растительного и животного происхождения.

Цель исследования: изучение перспектив использования зёрен амаранта и муки амаранта для обогащения хлебобулочных изделий функциональной направленности.

2. Объекты и методы исследования

Были разработаны хлебобулочные изделия с амарантом, приготовленные на основе сухой подсырной деминерализованной сыворотки с добавлением тонкодисперсных порошков яичной скорлупы механохимической обработки и растительных порошков из свеклы и моркови инфракрасной обработки.

2.1. Амарант

Доля белков в зерне амаранта составляет не менее 16 %, суммарный белок на 28-35 % состоит из незаменимых аминокислот [1]. Белки амаранта обладают высокой усвояемостью, водорастворимостью и эмульгирующей способностью. Исходя из этого, актуально использовать амарант при разработке рецептур высокобелковых хлебобулочных изделий.

Амарант богат лизином: аминокислотой, которая способствует усвоению белка и кальция.

Зерно амаранта является источником сквалена, важнейших витаминов и минералов: С, А, D, Е, калия, кальция, магния, фосфора, железа [2]. Следовательно, семена амаранта являются перспективным источником функциональных ингредиентов в хлебопечении.

Зерно амаранта обрабатывали путем замачивания для смягчения плодовой оболочки, далее подвергали механическому измельчению. Зерно амаранта вносили с заменой пшеничной муки в количестве 15% [3].

В амарантовой муке высокое содержание макро- и микроэлементов, незаменимых аминокислот и антиоксидантов. Повышенная кислотность муки обуславливает быстрое накопление кислот в процессе брожения. Высокая влагоудерживающая способность достигается благодаря высокому содержанию в ней пищевых волокон. Газоудерживающая способность обуславливается силой муки и поэтому определяет величину и структуру пористости мякиша. По всем показателям амарантовая мука может послужить хорошей добавкой к пшеничной муке. Замена 15% пшеничной муки на амарантовую позволит получить функциональное хлебобулочное изделие. Применение амарантовой муки в технологии хлебобулочных изделий в количестве 100% невозможно, поскольку в ней отсутствует клейковина [4].

2.2. Сухая подсырная деминерализованная сыворотка

Сыворотка содержит белки, обладающие высокой биологической ценностью. Лактоза сыворотки позволяет пролонгировать процесс хранения изделий, предотвращая их черствение [3].

2.3. Порошок яичной скорлупы

Одной из систем, где кальций находится в биологически активном состоянии, является яичная скорлупа. Скорлупа куриных яиц на 97% состоит из солей карбоната кальция, который усваивается почти полностью [4].

Учитывая полезные свойства яичной скорлупы, ее вводили в рецептуры хлебобулочных изделий в виде тонкодисперсного порошка.

Средневзвешенный размер частиц – 25 мкм. Химический состав порошка яичной скорлупы определяли в соответствии с нормативной документацией на методы испытаний по ГОСТ 31640-2012, ГОСТ 32044.1-2012, ГОСТ 26226-95, ГОСТ26570-95, ГОСТ 26657-85.

2.4. Порошки свеклы и моркови инфракрасной сушки

Для улучшения усвоения кальция, повышения антиоксидантной активности и витаминно-минерального состава в рецептуры хлебобулочных изделий вводились растительные порошки моркови и свеклы ИК-сушки. Химический состав растительных порошков ИК-сушки определяли в соответствии с нормативной документацией на методы испытаний по ГОСТ 28561-90, ГОСТ 13496.4-93, ГОСТ 8756.21-89, ГОСТ 8756.13-87, ГОСТ 31675-2012, ГОСТ 26176-91, ГОСТ 29059-91, ГОСТ 26226-95.

Для увеличения водорастворимых веществ порошки подвергались механической и механохимической активации. Определение антиоксидантной активности проводилось амперометрическим методом в соответствии с методикой измерения водорастворимых антиоксидантов № 31-07 от 4 мая 2007 г.

Готовые изделия были исследованы по органолептическим, физико-химическим показателям. Органолептическая оценка проведена в соответствии с ГОСТ 5667. Физико-химические показатели определяли в соответствии с документацией на методы испытаний по ГОСТ 5667, ГОСТ 21094, ГОСТ 5670, ГОСТ 5669, ГОСТ 31675, ГОСТ 13496.

2.5. Образцы хлебобулочных изделий

Разработаны образцы хлебобулочных изделий:

Образец №1: Булочка «Молочная» контрольный образец [5];

Образец №2: Булочка с зернами амаранта, подсырной сывороткой, порошком яичной скорлупы, порошком свеклы;

Образец №3: Булочка с мукой амаранта, подсырной сывороткой, порошком яичной скорлупы и порошком моркови.

С помощью математического моделирования подтверждена оптимальность рецептуры.

Усиленная механическая обработка теста обуславливает глубокие изменения белковых веществ, что ускоряет процесс приготовления.

3. Результаты исследования

Органолептическая оценка показала, что изделия имеют пористую консистенцию, приятный внешний вид, хороший вкус, цвет и запах.

Были определены физико-химические показатели качества готовых хлебобулочных изделий. Результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1- Физико-химические показатели качества

Наименование показателя	Образцы		
	Образец №1	Образец №2	Образец №3
Влажность, %	36±1,3	40,3 ±1,1	36,4 ±1,4
Белки, г	6,1±0,02	13,2±0,02	12,1±0,02
Клетчатка, г	2,1±0,2	3,1±0,01	3,1±0,01
Содержание β-каротина, мг	-	-	0,75±0,07
Содержание Са, мг	-	495±0,05	480±0,02
Массовая доля золы, %	1,5±0,002	3,04 ±0,03	2,6 ±0,002
Кислотность, °Н	2,9±0,02	4±0,02	4,1 ±0,02
Пористость, %	73± 0,02	78± 0,2	77,5 ± 0,2
Калорийность, ккал	140±0,2	119±0,4	118±0,8

Результаты физико-химических исследований:

• С учётом нормы потребности β-каротина и процента функциональности образец № 3 восполняет 15% (0,75мг); С учётом нормы потребности в кальции и процента функциональности все образцы восполняют 15% (150 мг); С учётом нормы потребности в белке все образцы восполняют 14% от нормы [6].

• Пористость изделий составляет 78% (для образца №2), 77,5 % (для образца № 3). Это больше, чем у контрольного образца. Это связано с внесением яичной скорлупы и растительных порошков ИК-сушки, что улучшают структурно-механические свойства изделий.

• За счёт внесения в рецептуры изделий овсяных хлопьев, амаранта изделия являются обогащенными клетчаткой.

Разработанные рецептуры хлебобулочных изделий были внедрены в производство пекарни «Выпечка счастья». Была подсчитана себестоимость готовых изделий (Образец №2- 3,62 руб., образец №3- 3,71 руб.).

4. Выводы

В ходе данной работы были разработаны хлебобулочные изделия с амарантом, обогащенные белком, кальцием, β-каротином. Амарант обогащает готовые изделия белком, витаминами, минералами. Лизин в амаранте обуславливает актуальность использования порошка яичной и порошка ИК-сушки моркови в хлебобулочных изделиях с амарантом.

Благодаря биологической ценности изделия имеют высокий потенциал в производстве для повышения здоровья населения и профилактики заболеваний.

Литература

1. Коноков П.Ф., Гинс М.С. Амарант: Перспективная культура XXI века. М., 1999-109с.
2. Miranda- Ramos K, Sanz-Poncea N and Haros C 2019 Evaluation of technological of bread enriched with amaranth flour LWT 114
3. Buehler E.2014 Bread Science: The Chemistry and Craft of Making Bread (U.S.: Hillsboro) p 412
4. Brandt M.J. 2007 Sourdough products for convenient use in baking Food Microbiology 24 161–164
5. Могильный М.П., Тутельян В.А. Сборник рецептур на продукцию для обучающихся во всех образовательных учреждениях. СПб: Гидрометеоздат, 1998- 294 с.
6. Методические рекомендации 2.3.1.1915-04. Рекомендуемые уровни потребления пищевых и биологически активных веществ. М.: Федеральный центр Госсанэпиднадзора Минздрава России, 2004- 11 с.

АНАЛИЗ ОПЫТА ОРГАНИЗАЦИИ ПИТАНИЯ НА МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ. ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ И КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

М.М. Мальчугова, Л.Е. Чередниченко
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, malchugova.2020@stud.nstu.ru

В статье рассматривается анализ опыта организации питания на крупных массовых мероприятиях с международным участием, а также обеспечение безопасности и качества применяемой продукции. Отмечен уникальный опыт организации службы питания на Олимпийских играх разных лет. Рассматривается влияние пандемии коронавируса на организацию питания на предстоящем чемпионате мира по хоккею с шайбой среди молодёжных команд 2023г.

The article analyzes catering experience at mass events with international participation, ensuring the safety and quality of used products. The unique experience of organizing catering services at the Olympic games of different years was noted. The article examines the impact of the coronavirus pandemic on nutrition at the upcoming the 2023 World Junior Ice Hockey Championships.

С 26 декабря 2022г. по 5 января 2023г. в России пройдет 47-й чемпионат мира по хоккею с шайбой среди молодёжных команд. Учитывая специфику мероприятия, организаторам предстоит выполнить сложную задачу по обеспечению всех участников, болельщиков и работников полноценным питанием. Кроме того, данная задача осложняется разнообразием культуры, религии и особыми диетическими режимами участников

и гостей соревнований. А потому целью исследования является анализ опыта организации питания и обеспечения безопасности и качества продукции на крупных международных мероприятиях.

Проанализируем наиболее значимый вклад, внесенный организациями питания на Олимпийских играх разных лет.

На Олимпийских играх 1992г. в Барселоне была применена маркировка продуктов питания, что дало возможность кратко и емко информировать потребителей о составе блюда и содержании питательных веществ.

На Играх в Атланте в 1996г. впервые было заключено спонсорское соглашение со сторонней организацией (the Mcdonald'S Corporation), получившей право организовывать собственную точку реализации питания на мероприятии.

На следующих Играх, в Сиднее в 2000г., были реализованы предварительный анализ основного меню, более детальная маркировка продуктов питания, а также запущен веб-сайт, рекламирующий меню до проведения соревнований. Спортсменам были предложены услуги диетологов, которые постоянно находились на территории обеденного зала. [3]

Впервые об эпидемиологическом надзоре было упомянуто в докладе Комитета здравоохранения во время XXIII летних Олимпийских игр в 1984 году в Лос-Анджелесе. Под контроль были взяты продукты питания, питьевая вода, вода из бассейнов и стоки канализации. Проводились проверки лицензий на открытие точек питания, в случае ее отсутствия точка немедленно закрывалась. Автоматизация процесса сбора и хранения эпидемиологической информации была впервые применена при проведении XXVI летних Олимпийских игр в Сиднее. [1]

Интересен опыт организации службы питания на Играх в Пекине в 2008 г. Весь процесс продовольственного обеспечения был разделен на 4 этапа: 1) посадка и разведение; 2) переработка и производство; 3) хранение, транспортировка и распределение; и 4) услуги общественного питания. Оценка безопасности продуктов питания начиналась еще с момента их выращивания, чтобы выявить применение запрещенных веществ.

Обязательным стало соответствие стандартам безопасности ХАССП. Для контроля безопасности продуктов была введена система радиочастотной идентификации, которая отслеживала процесс передачи продуктов питания через каждое звено и позволяла отследить нахождение и стадию готовности любого продукта. Все транспортные средства, перевозившие данные продукты, в обязательном порядке должны были иметь маркировку и пломбы, а также специальные температурные датчики. Все продукты животного происхождения, и особенно экзотические про-

дукты, помещались на карантин. Любая компания, связанная с производством и/или распространением пищевой продукции была обязана иметь соответствующие сертификаты.

В городе была проведена масштабная кампания по уничтожению переносчиков заболеваний, таких как крысы и тараканы. [4]

Основными задачами государственного надзора и контроля исполнения требований законодательства РФ в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия человека в части, касающейся питания различных клиентских групп, были:

- профилактика массовых неинфекционных (отравлений) и инфекционных заболеваний, связанных с употреблением продуктов питания;
- подготовка нормативно-методической базы, включающей документы, регламентирующие организацию питания во время проведения массовых мероприятий;
- паспортизация объектов по критериям: производственная мощность, кадровый потенциал, источник поступления продукции, условия выработки, хранения блюд и доставки их до потребителя;
- назначение и закрепление за должностными лицами Роспотребнадзора предприятий пищевой промышленности (фабрики, кухни) и объектов общественного питания на время проведения мероприятий;
- разработка порядка лабораторного контроля (определение точек отбора, количества и видов отбираемых образцов и исследований на всех этапах движения пищевых продуктов от поставщика до стола потребителя);
- проведение мониторинга предприятий пищевой промышленности и объектов общественного питания с использованием современных экспресс-методов;
- проведение анализа меню для различных клиентских групп с целью контроля химического состава и энергетической ценности блюд.

Все продукты поставлялись только аккредитованными поставщиками, сертифицированными на соответствие требованиям стандарта ISO 22000:2005. Система пищевой безопасности использовала лучшие мировые стандарты, в частности систему требований безопасности пищевых продуктов (HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points). [2]

В декабре 2019г. китайскими учеными было объявлено об обнаружении нового РНК-вируса SARS-CoV-2, вызывающего болезнь COVID-19, также известную, как коронавирус. Директор программы ВОЗ по ЧС в области здравоохранения Майкл Райан на брифинге в Женеве заявил, что нет свидетельств того, что продуктовая цепочка участвует в передаче вируса. Глава техгруппы подразделения чрезвычайных заболеваний ВОЗ

Мария Ван Керкхове в свою очередь отметила, что вирус может оставаться на упаковке, если вирус находится в еде, то он может быть уничтожен, как и другие вирусы, при готовке. [5] Оргкомитет предстоящего чемпионата мира по хоккею в России должен предусмотреть возможность помещения всех продуктов на карантин, а также их обработку дезсредствами. Кроме того, для предупреждения распространения вируса во время приема пищи участниками необходимы особые меры при организации питания внутри обеденных зон.

Таким образом, в ходе исследования был проведен анализ мирового опыта организации службы питания и обеспечения безопасности и качества продукции на крупных мероприятиях с международным участием.

В 2021 г. в Токио будут проведены очередные Олимпийские игры. Эти Игры позволят получить неоценимый опыт организации мероприятия такого масштаба в условиях пандемии. Организаторам чемпионата мира по хоккею в России следует уделить большое внимание данному событию.

Литература:

1. Анализ зарубежного опыта обеспечения биологической безопасности при проведении Олимпийских игр / Г.Г. Онищенко, А.Ю.Попова, В.Ю. Смоленский, О.В. Малецкая, Т.В. Таран, В.М. Дубянский, О.В. Семенов, Д.С. Агапитов, Г.М. Грижебовский, Е.А. Манин, В.П. Клиндухов, В.Г. Оробей, А.Д. Антоненко [Электронный ресурс] // Журнал микробиологии, эпидемиологии и иммунологии. – № 2. – 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-zarubezhnogo-opyta-obespecheniya-biologicheskoy-bezopasnosti-pri-provedenii-olimpiyskih-igr> (дата обращения: 10.11.2020).

2. Организация питания клиентских групп в период проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 г. В городе-курорте Сочи / А.Ю. Попова, А.С. Гуськов, Г.Е. Иванов, Л.В. Чикина, В.П. Клиндухов, П.Н. Николаевич, Т.В. Гречаная, М.И. Балаева, Л.С. Вечерняя, Е.А. Вечерняя, И.И. Божко, Т.Г. Чаплыгина, В.В. Пархоменко, О.А. Куличенко, О.В. Тушина, Е.А. Манин, Т.В. Таран // Вопросы питания. – 2016. - № 85 (1). – С. 125-132. – doi: 10.24411/0042-8833-2016-00016.

3. Evolution of food provision to athletes at the summer Olympic Games / F.E. Pelly, H.T. O'Connor, G.S. Denyer, I.D. Caterson // Nutrition Reviews. – 2011. – Vol. 69, iss. 6. – P. 321-332. – doi: 10.1111/j.1753-4887.2011.00396.x.

4. Socio-technical innovations for total food chain safety during the 2008 Beijing Olympics and Paralympics and beyond / X. Wua, H. Wu, L. Xia,

K. Ji, Zh. Liu, J. Chen, D. Hu, Ch. Gao, Y. Wu // Trends in Food Science & Technology. – 2010. – Vol. 21. – P. 44-51. – doi: 10.1016/j.tifs.2009.10.010.

5. В ВОЗ оценили возможность передачи коронавируса через еду [Электронный ресурс]: РИА Новости. – Режим доступа: <https://ria.ru/20200813/1575757363.html>. – Загл. с экрана.

ПОВЫШЕНИЕ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ОСНОВАНИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГРИБНЫХ ПОРОШКОВ, ОБРАБОТАННЫХ ИОНИЗИРУЮЩИМ ИЗЛУЧЕНИЕМ

**Д.В. Моторина, Л.Н. Рождественская, А.А. Дриль
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, motorina_diana@mail.ru**

В статье представлена возможность использования культивированных и дикорастущих грибов для создания десертов с повышенной пищевой и биологической ценностью. Был выработан ассортимент десертов с добавлением грибной порошковой смеси в состав которой входят сушеные белые грибы, вешенки и лисички. В статье представлены методы, по которым были исследованы образцы десертов. Было выявлено, что при введении грибного порошка в десертах повышался аминокислотный скор, витамины, -макро и -микроэлементы, за счет их большого содержания в используемом сырье и инновационных методов (ионизирующим излучением) в технологии производства разрабатываемой продукции.

The article presents the possibility of using cultivated and wild-growing mushrooms to create desserts with increased nutritional and biological value. An assortment of desserts was developed with the addition of a mushroom powder mixture, which includes dried porcini mushrooms, oyster mushrooms and chanterelles. The article presents the methods by which the samples of desserts were studied. It was found that the introduction of mushroom powder in desserts increased the amino acid rate, vitamins, -macro and -microelements, due to their high content in the raw materials used and innovative methods (ionizing radiation) in the production technology of the products being developed.

На сегодняшний день все больше люди заботятся о своем питании и здоровье организма. На рынке все больше стали появляться продукты натуральные с полезными свойствами для организма. Роль грибной продукции в России набирает свои обороты. Грибы незаменимы для организма человека, оказывают восстановительные свойства на кожу, ногти и волосы. Благодаря повышенному содержанию витамина группы В их польза на организм увеличивается. Содержащиеся в грибах эфирные

масла придают особый аромат грибным блюдам, который усиливает отделение пищеварительных соков – повышает аппетит [1].

Грибы называют «лесным мясом», и это совершенно верно, потому что химический состав грибов довольно близок к продуктам животного происхождения и для человека польза грибов играет существенную роль. Грибы также являются богатым источником антиоксидантов и содержат определенные волокна, называемые *betaglucans*, не растворяются в воде и как стало известно повышают устойчивость к инфекциям. Хорошо функционирующая иммунная система важна для людей, она помогает нам защищаться от вредных воздействий на организм. Эти необыкновенные волокна обычно не встречаются в других пищевых продуктах. Благодаря своим иммуномодулирующим свойствам, грибы являются хорошим выбором в нашем рационе [2-4].

Грибы вешенка считается низкокалорийным продуктом, содержат от 16 до 25% белка с полным набором аминокислот, в том числе незаменимых. Содержание жиров в вешенке превосходит все овощи, причем в значительных количествах присутствуют стерины, фосфатиды, эфирные масла и полиненасыщенные жирные кислоты. По содержанию витаминов вешенка находится на уровне мясопродуктов. Плодовые тела вешенки содержат весь комплекс витаминов группы В, С, D2, Е; витамина В6 (пиридоксина) в них больше, чем в рыбе и овощах. В вешенке содержится до 7,0–8,0% минеральных веществ (калия, фосфора, железа, кальция, кобальта, меди, натрия и ряда других элементов).

Клеточные оболочки грибов содержат хитин, который не разлагается в желудочно-кишечном тракте, вешенку готовят таким образом, чтобы максимально освободить содержание клеток. Для этого грибы мелко нарезают, сухие — размалывают и обрабатывают, вследствие чего усвояемость содержащихся в них белков достигает 70% [6].

Несмотря на множество лечебных свойств, вёшенка может и навредить. Зависит все от индивидуальных особенностей организма, которые проявляются в виде аллергических реакций, бурления в желудке, диареи, метеоризма и даже тошноты с рвотой. Проблемы с перевариванием грибов часто возникают у пожилых людей и маленьких детей. Вёшенку желательно кушать не каждый день, а 1-2 раза в неделю, чтобы не перегружать желудок. Вёшенки нельзя есть в фазу обострения гастрита и язвы желудка, панкреатита и холецистита [7].

Существует диапазон облучения, приводящий к максимальному освобождению аминокислот и витаминов.

Целью данного исследования является поиск методов и доз повышения биологической активности веществ в новом ассортименте продукции общественного питания на основании использования грибных порошков.

Способы переработки вешенки: маринование; охлаждение, замораживание; соление; тепловая обработка (варка, бланширование, жарение) сушка; изготовление грибной пасты, изготовление грибного порошка.

Экспериментальная часть.

В Новосибирском государственном техническом университете, в лаборатории кафедры технологии и организации пищевых производств, из культивированных и дикорастущих грибов была выработана порошковая смесь. При добавлении порошковой смеси был разработан ассортимент продукции общественного питания с повышенной пищевой ценностью из сушеного белого гриба, вешенки и лисичек.

Десерты в системе питания обеспечивают необходимыми полезными веществами. За основу инновационного метода применяется ионизирующее излучение при разных дозах, которое повышает доступность белка в сушеных грибах, а при сверхдозе разрушает полисахариды до β -глюканов.

Исследование проводилось на образцах десертов с грибной порошковой смеси. В исследуемых образцах были проведены физико-химические исследования: определение влажности и сухих веществ, определение соли, хроматографическим методом определены витамины, аминокислотным анализатором определен аминокислотный скор и органолептические качества образцов были определены по пятибалльной системе [5].

В результате были получены десерты с высокими органолептическими показателями: приятный вкус, нежный цвет, хорошая воздушная однородная консистенция без примесей и высокая пищевая и биологическая ценность.

В целях пролонгации и повышения содержания свободного белка, и высвобождение аминокислот из белого гриба, вешенки культивируемой и лисичек использовался метод ионизирующего излучения.

Был проведен ряд экспериментов с дозами облучения от 3 до 9 кГр из полученных данных мы сделали вывод и выбрали наиболее благоприятные дозы для облучения сушеных вешенок, при котором скор лейцина составляет 100,7%. При дозе 9 кГр выяснили, что все аминокислоты, кроме триптофана, становятся лимитирующими. Повышается свободный белок, легкоусвояемые нутриенты и витамины группы B, PP, D, A, которые не разрушаются в процессе приготовления десертов и напитков [8]. При дозах 6 кГр и выше ионизирующее излучение разрушает содержащиеся в грибах витамины, и их содержание снижается.

По результатам испытаний ФБУН «Новосибирского научно-исследовательского института гигиены» были получены результаты микробиологических показателей сушеных белых грибов, лисичек и вешенки.

Исходя из полученных данных, также была выявлена оптимальная доза облучения для сушеных грибов которая составляет 5 кГр, так как при ней максимально высвобождаются аминокислоты, витамины, а количество, рост КМАФАнМ, дрожжей и плесеней снижается и по истечению 21 суток хранения не превышает допустимых показателей [9].

Литература:

1. Дудка И.А., Вассер С.П. Грибы: Справочник миколога и грибника. - К. Паукова думка, 1987. - 535 с.
2. Технология выращивания грибов вешенка // <http://vesys.ш>.
3. Промышленное культивирование съедобных грибов /Дудка И.А., Вассер С.П., Бухало А.С. и др. - К.: Паукова думка, 1978. - 262 с.
4. Тутельян В.А. Химический состав и калорийность российских продуктов питания: Справочник. – М.: ДеЛи плюс, 2012. – 284 с.
5. ГОСТ Р 54607.4-2015 Услуги общественного питания. Методы лабораторного контроля продукции общественного питания. Часть 4. Методы определения влаги и сухих веществ. – М.: Стандартинформ, 2016. – 7 с.
6. Carrasco-González J.A. Nutritional composition and nutraceutical properties of the *Pleurotus* fruiting bodies: Potential use as food ingredient / J.A. Carrasco-González, S.O. Serna-Saldívar, J.A. Gutiérrez-Uribe // *Journal of Food Composition and Analysis*. – 2017. – V. 58. – P. 69–81.
7. Vetter J. Biological values of cultivated mushrooms – a review / J. Vetter // *Acta Alimentaria*. – 2019. – V. 48, iss. 2. – P. 229–240.
8. 37 Бисько Н. А. Лекарственные грибы - для здоровья и красоты / Н. А. Бисько, Н. Ю. Митро-польская, Э. Ф. Соломко. - К.: Наукова думка, 2003. - 40 с.
9. Алексеев Е.Н. Пищевая, лечебная и Экологическая ценность грибов *Pleurotus ostreatus*/ Е.Н. Алексеев Т. М. Полишко, А. И. Винников// Вісник Дніпропетровського університету. Біологія. Екологія. - 2010. - Вип. 18, т. 1. - С. 3-9.

ТЕХНОЛОГИИ ИНКАПСУЛЯЦИИ ПОРОШКА РЯБИНЫ (SORBUS AUCUPARIA) ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ РЕЦЕПТУР ПРОДУКТОВ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

А.В. Мышеловская, А.И. Штеер, И.В. Мацейчик
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Amyshelovskaya@bk.ru

В данной статье представлена возможность инкапсулирования горьких растительных экстрактов для создания функциональных ингредиентов. Растительный экстракт получен из порошка ИК-сушки плодов рябины. Технология инкапсуляции проведена методом лиофильной сушки. Для оптимизации процесса инкапсулирования в качестве капсулирующей оболочки был применен пектин с низкой степенью этерификации (н/эт). Образцы исследованы по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям качества.

This article presented the possibility of encapsulating bitter plant extracts to create functional ingredients. The plant extract is obtained from the powder of the IR-drying of rowan fruits. The encapsulation technology was carried out by freeze drying. To optimize the encapsulation process, pectin with a low degree of esterification (n / a) was used as an encapsulating shell. The samples were examined for organoleptic, physicochemical and microbiological quality indicators.

Мировые тенденции в области питания связаны с созданием ассортимента продуктов с функциональной направленностью, способствующих улучшению здоровья при ежедневном их употреблении в составе рациона, ликвидации существующего дефицита незаменимых нутриентов. Поэтому в сфере создания пищевых продуктов прослеживается постоянная тенденция к использованию сезонного, дешевого, местного растительного сырья, которым является рябина. Основная проблема использования порошков рябины в качестве функционального ингредиента – горький вкус плодов, который обусловлен наличием значительного количества полифенолов [1].

Целью данного исследования является использование технологии инкапсуляции порошка рябины инфракрасной (ИК) сушки и новой матрицы в виде н/эт пектина с целью улучшения его органолептических свойств для оптимизации рецептур продуктов функционального назначения, в частности творожных десертов.

Задачами работы представлены научное обоснование применения растительной добавки, выбор метода инкапсуляции и его отработка на порошке ИК-сушки рябины, выбор материала капсулирующей матрицы и обоснование функционального назначения.

На кафедре технологии и организации пищевых производств Новосибирского Государственного Технического Университета (ТОПИ НГТУ)

ранее проводились работы с инкапсулированием порошка рябины. В качестве капсулирующей оболочки использовались полисахариды конжак-овая и гуаровая камеди. Данные оболочки не отличались низкой стоимостью, имели меньшую растворимость и низкую прочность на разрыв. Технология инкапсуляции осуществлялась двумя методами: распылительной и лиофильной сушкой. Первый метод связан с большим расходом электроэнергии, полученный сухой продукт имеет небольшой объёмный вес высушенного порошка [2].

Проведено использование более рациональной технологии инкапсуляции – лиофильной сушки. Продукты и растворы, которые подверглись лиофильной сушке, сохраняют свои органолептические свойства, хорошо растворяются, мало весят и имеют большой срок годности. Для оптимизации процесса инкапсулирования впервые в качестве капсулирующей оболочки был применен пектин с низкой степенью этерификации (степень этерификации ниже 50%), представляет собой мелкодисперсный порошок светло-кремового цвета.

Для лиофильной сушки порошок ИК-сушки рябины экстрагировали в ультразвуковой ванне SMC-3000. Затем центрифугировали для осаждения осадка. Для лучшего результата дополнительно фильтровали через воронку Бюхнера [3]. Низкоэтерифицированный пектин массой 10г растворяли в 250 мл дистиллированной воды при температуре 40°C с помощью магнитной мешалки. Растворы порошка рябины ИК-сушки и низкоэтерифицированного пектина перемешивали в ультразвуковой ванне SMC-3000 [4]. Полученный раствор залили в рабочую камеру и подвергли лиофильной сушке. Данная матрица хорошо растворяется в воде, имеет низкую стоимость, высокие структурно-механические показатели. Не образует вязкие растворы, что способствует более быстрой заморозке. При $T = -30\text{C}$ происходит мелкая кристаллизация, что повышает степень дисперсности и выход порошка. Такие пектины часто применяют при работе с молочными продуктами, а также со смесями с низким содержанием сухих веществ[5].

Учитывая полезные свойства растительного порошка ИК-сушки рябины и исследования инкапсулированного порошка, были разработаны технологии и рецептуры творожных десертов: творожный десерт (контрольный образец), десерт с порошком ИК-сушки рябины (2%), десерт с инкапсулированным порошком рябины (14%). Оптимальное содержание инкапсулированного порошка рябины составило 13 г на 100 г продукта.

7% ИК-порошка рябины обеспечивали функциональность творожного десерта на 15% от суточной физиологической потребности в витамине С, каротиноидах и флавоноидах.

2% ИК-порошка рябины позволяют создать продукт, обладающий лучшими органолептическими свойствами, по сравнению с первым, но обеспечивающим функциональность по лишь по содержанию витамина С. Для обогащения продукта каротиноидами и флавоноидами необходимо повысить процент содержания порошка [6].

14% инкапсулированного порошка обеспечивали функциональность по всем показателям.

Органолептическая оценка качества десертов, представлена на рисунке-1. Методом определения показателей качества является органолептическая оценка качества готовой продукции согласно ГОСТ 31986-2012.

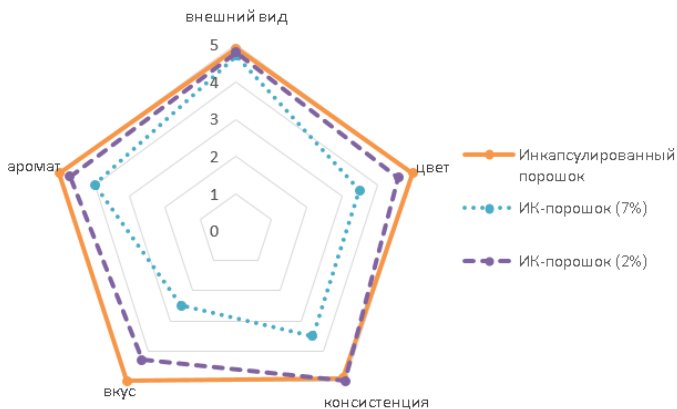


Рис. 1 – Органолептическая оценка качества десертов

Можно заметить, что десерт с инкапсулированным порошком рябины обладает наилучшими органолептическими показателями.

Был разработан инкапсулированный порошок из рябины обыкновенной с применением в качестве инкапсулирующей оболочки н/эт пектина с применением более рациональной технологии инкапсуляции - лиофильной сушки. Применение новой матрицы способствует более качественному результату, так как сокращается время инкапсуляции, выход порошка значительно больше, при более низкой стоимости, улучшаются органолептические и физико-химические свойства продукта функционального назначения. Использование технологии инкапсуляции позволяет нивелировать горечь плодов рябины [7]. Использование новой матрицы в виде н/эт пектина позволило увеличить содержание антиоксидантной активности на 12,5% и биофлавоноидов на 27% в инкапсулированном порошке и творожных десертах. Разработанный десерт обладает

высокими органолептическими показателями, а так же его можно рекомендовать для детского, диетического, геронтологического и профилактического питания, так как он содержит биологически активные вещества, витамин С, β -каротин и обладает высокой антиоксидантной активностью.

Литература:

1. ГОСТ Р 52349-2005. Продукты пищевые функциональные. Термины и определения. – Москва: Стандартинформ, 2005. – 6 с.

2. Инкапсуляция порошка рябины обыкновенной полисахаридами растительного происхождения / И. В. Мацейчик, А.И. Штеер, Е. Г. Мартынова, С. М. Корпачева, И.О. Ломовский // Техника и технология пищевых производств. - 2020. - Т. 50, № 1. - С. 52-60. - ISBN 2074-9414, ISBN 2313-1748

3. Использование рябинового поро (Sorbus Aucuparia) для оптимизации рецептур продуктов функциональной направленности / Е.С. Ступакова, А.И. Штеер, И.В. Мацейчик, С.М. Корпачева // Молодежь. Инновации. Технологии: сборник научных трудов IV Международной научно-технологической конференции студентов и молодых ученых/ под ред. Е.Г. Гуровой. – Новосибирск. - 2020. – С. 104-106 - ISBN 978-5-7782-3724-7

4. Использование технологии инкапсуляции порошка рябины (Sorbus Aucuparia) для оптимизации рецептур продуктов функциональной направленности / А.И. Штеер, А.В. Мышеловская, И.В. Мацейчик, И.О. Ломовский // Молодежь. Инновации. Технологии: сборник научных трудов IV Международной научно-технологической конференции студентов и молодых ученых/ под ред. Е.Г. Гуровой. – Новосибирск. - 2020. – С. 106-108 - ISBN 978-5-7782-3724-7

5. Мунтян В. В. Использование комплексных добавок в приготовлении мучного творожного полуфабриката функциональной направленности / В. В. Мунтян, Е. Г. Мартынова ; науч. рук. И. В. Мацейчик // Наука. Технологии. Инновации : сб. науч. тр. : в 10 ч., Новосибирск, 4–8 дек. 2017 г. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. – Ч. 7. – С. 685-689. - 100 экз. - ISBN 978-5-7782-3418-5, ISBN 978-5-7782-3425-3 (ч. 7).

6. Использование порошка инфракрасной сушки рябины для продукции функционального назначения / Е. Г. Мартынова, Н. А. Чернокульская, И. О. Ломовский ; науч. рук. И. В. Мацейчик // Наука. Технологии. Инновации : сб. науч. тр. : в 10 ч., Новосибирск, 4–8 дек. 2017 г. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. – Ч. 7. – С. 679-683. - 100 экз. - ISBN 978-5-7782-3418-5, ISBN 978-5-7782-3425-3 (ч. 7).

7. Разработка технологий и рецептур творожного полуфабриката функционального назначения / В. В. Мунтян, Е. Г. Мартынова ; науч. рук. И. В. Мацейчик, С. М. Корпачева // Молодежь. Наука. Технологии. Ч. 3. Транспортные системы и технологии. Мехатроника и автоматизация. Здоровьесберегающие инновации в питании : сб. науч. тр. междунар. науч.-техн. конф. студентов и молодых ученых. в 4 ч., Новосибирск, 18–20 апр. 2017 г. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. – С. 233–235. - 100 экз. - ISBN 978-5-7782-3196-2, 978-5-7782-3199-3(ч. 3).

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА БИСКВИТНОГО ПОЛУФАБРИКАТА, ОБОГАЩЕННОГО ПОРОШКАМИ ИЗ ВТОРИЧНОГО ЛИСТОВОГО РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ

П.А. Решетникова, А.В. Копылова, А.Н. Сапожников
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, reshetnikovapolina@ngs.ru

В работе представлены основные положения исследования по обогащению бисквитного полуфабриката порошками инфракрасной сушки из ботвы сахарной и столовой свеклы и их влиянию на качественные показатели и параметры технологического процесса производства полуфабриката.

The article presents the research guidelines on the enrichment of baked sponge cake semi-finished product with infrared-dried powders obtained from beetroot and sugar beet tops and their influence on quality characteristics and production process parameters of the semi-finished product.

Проблемная ситуация. Среди российских потребителей постоянным спросом пользуются мучные кондитерские изделия, у которых одно из лидирующих мест занимают бисквитные изделия.

Известно, что несмотря на высокие органолептические свойства, они являются высококалорийными и практически не содержат биологически активных веществ (витаминов, микроэлементов и пищевых волокон). Решением данного вопроса может быть обогащение бисквитного полуфабриката растительными добавками в натуральном [1] или переработанном [2] виде, в т. ч. с использованием вторичных продуктов переработки [3].

Предложенные рецептуры и технологии отличаются разнообразием применяемых ингредиентов и высокими органолептическими свойствами, однако среди используемых в рецептурах ингредиентов не использовалось листовое растительное сырье, в т. ч. в виде порошков, полученных в результате сушки сырья инфракрасными (ИК) лучами с по-

следующим тонким измельчением. Эти порошки могут не только повысить органолептические свойства бисквитного полуфабриката, но также обогатить его вышеуказанными биологически активными веществами.

С этой точки зрения интерес представляют порошки ИК-сушки из ботвы столовой и сахарной свеклы, которая, являясь вторичным продуктом при выращивании корнеплодов, содержит в себе в различных соотношениях витамины С, В₉, микроэлементы Fe, Co, Cu, Zn и пищевые волокна [5, 6].

Объект исследования. Порошки ИК-сушки из ботвы столовой и сахарной свеклы и обогащенные ими образцы бисквитного полуфабриката.

Достигнутый уровень исследований. Разработаны рецептуры и технологии производства бисквитного полуфабриката, с использованием порошков ИК-сушки, полученных из ботвы столовой и сахарной свеклы, с последующей отработкой рецептур, определением органолептических, физико-химических показателей и расчетом пищевой ценности образцов.

Новизна результатов. Впервые разработаны рецептуры бисквитных полуфабрикатов, обогащенных порошками ИК-сушки из ботвы сахарной и столовой свеклы, рассчитана их пищевая ценность и определены параметры технологического процесса их производства.

Область применения. Разработанные полуфабрикаты могут быть основным или дополнительным ингредиентом при производстве мучных кондитерских изделий и десертов, реализуемых через предприятия индустрии питания или розничную торговую сеть.

Литература:

1. Типсина Н.Н., Самитина Г.Г. Разработка мучных кондитерских изделий для здорового питания с применением кабачкового пюре // Вестник КрасГАУ. – 2018. – № 2. – С. 144–149.
2. Корячкина С.Я., Лазарева Т.Н., Кабанова Т.В., Гоудинов О.А., Холодова Е.Н. Использование нетрадиционного сырья в технологии бисквита // Хлебопродукты. – 2015. – № 6. – С. 44–45.
3. Мацейчик И.В., Сапожников А.Н., Рождественская Л.Н. Исследование качества бисквитов с продуктами переработки овса и ягодными порошками // ТППП АПК – продукты здорового питания. – 2015. – № 3. – С. 45–52.
4. Трухачев В.И., Злыднев Н.З., Стародубцева Г.П., Любая С.И., Сычева О.В. Использование свекольной ботвы на пищевые цели // Технология пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания. – 2015. – № 2. – С. 42–44.
5. Демидова Т.И. Биохимическая оценка порошковых продуктов столовой свеклы // Пищевая промышленность. – 2010. – С. 54–56.

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКТА, СОДЕРЖАЩЕГО СТАБИЛИЗИРОВАННЫЙ ВИТАМИН Д

П.А. Решетникова, А.Л. Бычков

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, reshetnikovapolina@ngs.ru

В работе представлены основные результаты исследования по получению пищевой добавки, обогащенной стабилизированным витамином Д. Разработанная добавка является перспективной для обогащения рационов питания космонавтов и других категорий людей, страдающих от дефицита кальция.

The article presents the main results of a study on obtaining a nutritional supplement enriched with stabilized vitamin D. The developed supplement is promising for enriching the diet of astronauts and other categories of people suffering from calcium deficiency.

Проблемная ситуация. Создание сбалансированного и высококачественного питания для космонавтов является одной из важнейших стратегических. Разработка современных рационов для космических полетов требует комплексного подхода не только работников пищевой отрасли, но и медиков, физиологов, химиков. Это связано с тем, что, находясь в космосе, человеческий организм испытывает колоссальный стресс и нагрузки. Компенсировать часть экстремальных воздействий возможно путем оптимального и своевременного снабжения организма эссенциальными нутриентами. Исходя из результатов исследований, проведенных на МКС, а также из анализа ассортимента продуктов питания космонавтов, можно заключить, каких именно продуктов не хватает современным космонавтам, а также экипажам, планируемых дальних миссий [1]. Так, рацион питания космонавтов обязательно должен быть обогащён соединениями кальция, кремния, меди, цинка, марганца, а также селена [2]. В частности, кремний, кальций и витамин Д необходимы для образования, а также нормального развития соединительной ткани, которая широко представлена во всех органах, но в большей степени в костях, хрящах и сухожилиях [3].

Объект исследования. Образцы продуктов питания, обогащённые биологически доступным кремнием, кальцием и стабилизированным витамином Д.

Достигнутый уровень исследований. Механохимическим методом и сублимационной сушкой получен опытный образец добавки, содержащей биологически доступный кремний и стабилизированный витамин Д. Проведены испытания образца с целью определения изменения концентрации витамина Д в процессе хранения. Планируются биологические

испытания на лабораторных животных с поражением костной ткани, а также разработка технологии и рецептуры продуктов питания, содержащих данную добавку.

Новизна результатов. В настоящее время получение стабилизированных форм витамина Д является общемировым трендом. Новизна данной разработки состоит в том, что впервые в мире удалось совместить стабилизацию витамина Д с получением важных для формирования костной ткани соединений кремния и кальция.

Область применения. Разработанный продукт может быть включен в рацион питания современных космонавтов, работающих на околоземной орбите, и экипажей, планируемых дальних космических миссий, которые гарантированно столкнутся с проблемой поражения костной ткани [4,5].

Литература:

1. Добровольский В.Ф. Использование современных технологий для разработки и обеспечения питанием космонавтов // Индустрия питания – 2016- N1- С. 33-36

2. Добровольский В.Ф., Агуреев А.Н. Медико-технические требования к базовому рациону питания экипажа пилотируемого транспортного корабля нового поколения и продуктам, обладающим радиопротекторными свойствами // Foodindustry. 2018. №2

3. Скрипникова И. А., Гурьев А. В. Микроэлементы в профилактике остеопороза: фокус на кремний // Остеопороз и остеопатии. 2014. №2

4. Berg HE, Eiken O, Miklavcic L, Mekjavic IB. Hip, thigh and calf muscle atrophy and bone loss after 5-week bedrest inactivity. Eur J Appl Physiol. 2007 Feb;99(30):289-9 p

5. Maupin KA, Childress P, Brinker A, Khan F, Abeysekera I, et al. Skeletal adaptations in young male mice after 4 weeks aboard the International Space Station. npj Microgravity. 2019 September 24;5(1):1-10. DOI: 10.1038/s41526-019-0081-4

ПРИМЕНЕНИЕ ВТОРИЧНЫХ ПРОДУКТОВ ПЕРЕРАБОТКИ ГРЕЧИХИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ДЕСЕРТОВ С ПОВЫШЕННОЙ АНТИОКСИДАНТНОЙ АКТИВНОСТЬЮ

К.Р. Серасутдинова¹, И.В. Мацейчик¹,
С.М. Корпачева¹, И.О. Ломовский²

¹Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск,

²Институт химии и механохимии твердого тела СО РАН,
г. Новосибирск e-mail: serasutdinovakristina@mail.ru

В данной работе представлена возможность использования оболочек зерна гречихи для приготовления десертов с повышенной антиоксидантной активностью. Установлено, что добавление тонкодисперсного порошка гречихи и меланина в рецептуру десертов повышает их антиоксидантную активность и обогащает их пищевыми волокнами. Замечено, что молочные белки ингибируют действие меланина, в следствие чего был разработан десерт без их содержания. Функциональные свойства разработанных десертов были подтверждены физико-химическими исследованиями.

This paper presents the possibility of using buckwheat grain shells for making desserts with increased antioxidant activity. It was found that the addition of fine buckwheat powder and melanin to the dessert recipe increases their antioxidant activity and enriches them with dietary fiber. It was noticed that milk proteins inhibit the action of melanin, as a result of which a dessert was developed without their content. The functional properties of the developed desserts were confirmed by physical and chemical studies.

Перспективным направлением в индустрии питания согласно Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности РФ является разработка рецептур и технологий приготовления продуктов питания с приданием им функциональных свойств путем использования функциональных ингредиентов растительного происхождения.

Целью данной работы является изучение возможности использования продуктов переработки гречихи для получения десерта с повышенным содержанием антиоксидантов и пищевых волокон.

Оболочки зерен гречихи являются ценным сырьем, содержащим кроме полисахаридов и лигнина биологически активные полифенольные комплексы, флавоноиды, микроэлементы (K, Na, Cu, Ag, Ca, Mg, Zn, Al, Fe, Cr, P), количество которых зависит от сорта гречихи, но для всех сортов гречихи характерно высокое содержание калия [1]. Согласно результатам многочисленных исследований установлено, что продукты перера-

ботки гречихи отличаются высокой пищевой ценностью, быстрой усвояемостью и ценными вкусовыми качествами, могут выполнять профилактические и лечебные функции [2].

Совместно с Институтом химии твердого тела и механохимии (ИХТТМ) СО РАН нами был получен тонкодисперсный порошок оболочек зерна гречихи, коричневого цвета с ярко-выраженным запахом и вкусом гречневой крупы. Измельчение проводилось на дезинтеграторе DESI-11. Размер частиц – 0,13-0,18 мкм. В результате определения химического состава порошка гречихи было установлено, что содержание клетчатки составляет 36,27%, сахара – 41,31%, белков – 4,83%, сырой золы – 6,82%, пектина – 3,74%, минеральных веществ (Na – 1000,0 мг%, K – 840,0 мг%, Ca – 260,0 мг%, Fe – 48 мг%). Антиоксидантная активность (АОА) составляет 2 мг кверцетина/г образца [3].

Известно, что в состав оболочек зерна гречихи помимо минеральных веществ, витаминов и пищевых волокон входит пигмент меланин, обладающий высокой АОА. Он участвует в процессах функционирования дыхательной цепи в клетке как акцептор электронов; нейтрализует продукты перекисного окисления липидов. Его используют в пищевой промышленности в качестве консерванта и красителя (краситель Е150с) [4]; в медицинской практике – для защиты от генетических последствий облучения лиц, подвергшихся длительному воздействию ионизирующей радиации, а также при дальнейшем его изучении в онкологической практике [5].

Меланин был получен нами совместно с ИХТТМ, способом, предусматривающим измельчение оболочек зерна гречихи, экстракцию, осаждение и фильтрацию. По внешнему виду – это порошок черного, либо темного коричневого цвета без запаха и вкуса. Выход меланина при получении составил 5%. АОА составляет 119 мг кверцетина/ г образца. Количество антиоксидантов установили на приборе для суммарного электрохимического определения антиоксидантов в исследуемом веществе – «Цвет Яуза-01-АА». Методика выполнения измерения водорастворимых антиоксидантов № 31-07 от 4 мая 2007 г. (№ 20706-05). В качестве стандарта использовался кверцетин (Б95% SigmaAldrich).

Учитывая полезные свойства тонкодисперсного порошка гречихи и высокую АОА меланина на кафедре ТОПП НГТУ была разработана линейка десертов с их использованием. Соотношение ингредиентов в рецептуре десертов было рассчитано в соответствии с МР 2.3.1.1915-04 по нормам потребления кверцетина и с учетом его токсичности [6].

Готовые десерты были исследованы по органолептическим и физико-химическим показателям. Десерты имели хорошую консистенцию, нежный вкус и приятный цвет. Десерты с добавлением тонкодисперсного

порошка гречихи имели незначительный привкус и запах гречневой крупы, но это не портило картины органолептического профиля. Физико-химические показатели десертов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Физико-химические показатели десертов

Наименование	Влажность, %	Кислотность, °Т	Общее содержание сахаров, %	Общее содержание клетчатки, мг%	Зольность, г	Общее содержание витамина С, мг	АОА, мг кверцетина/г образца
Шоколадный крем контрольный образец	30,5±0,2	40±0,1	22±0,15	1,765±0,01	0,2±0,01	-	0,09±0,01
Шоколадный крем с добавлением меланина	30±0,2	44±0,1	22±0,15	1,765±0,01	0,2±0,01	-	0,126±0,01
Шоколадный крем с гречишным порошком	25±0,2	42±0,1	23±0,15	2,305±0,01	0,26±0,01	-	0,12±0,01
Крем из ягод жимолости контрольный образец	44±0,2	60±0,1	17,1±0,15	0,025±0,001	0,45±0,01	37,94±0,9	0,13±0,01
Крем из ягод жимолости с добавлением меланина	44±0,2	60±0,1	17,1±0,15	0,025±0,002	0,45±0,01	37,94±0,9	0,11±0,01
Крем из ягод жимолости	35±0,2	58±0,1	17,5±0,15	0,565±0,01	0,47±0,01	37,94±0,9	0,15±0,01

лости с добавлением тонкодисперсного порошка гречихи							
--	--	--	--	--	--	--	--

Суточное потребление клетчатки~20 г, антиоксидантов (кверцетин) ~ 30 мг [6].

Как видно из результатов, добавление тонкодисперсного порошка гречихи в кремы увеличивает их АОА и содержание клетчатки по сравнению с контрольным образцом, однако добавление меланина в крем из ягод жимолости не показало положительный результат. В связи с этим было решено провести следующую серию экспериментов с последовательным введением компонентов крема и меланина. АОА была определена на каждом этапе введения меланина. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Антиоксидантная активность с последовательным введением компонентов

№	Наименование	АОА, мг кверцетина/г образца
1	Жимолость + меланин	0,841±0,018
2	Яйцо+сахар+меланин	0,042±0,001
3	Яйцо+сахар+молоко+меланин	0,029±0,001
4	Яйцо+сахар+молоко+меланин+жимолость+желатин	0,260±0,003

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что при введении меланина в яично-молочную смесь АОА резко уменьшается. Исходя из этого было решено разработать рецептуру десерта из жимолости не содержащего в своем составе яичного белка, а именно мусс. Результаты определения АОА мусса из ягод жимолости представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Антиоксидантная активность образцов мусса из ягод жимолости

№	Наименование	АОА, мг кверцетина / г образца
1	Мусс из ягод жимолости – контрольный образец	0,075±0,004
2	Мусс из ягод жимолости с добавлением меланина	0,160±0,011

Разработанный образец мусса из ягод жимолости с меланином удовлетворяет более чем на 15% суточную потребность в антиоксидантах.

Вывод. Определена АОА тонкодисперсного порошка гречихи и меланина. Разработаны рецептуры десертов с применением продуктов переработки гречихи, а именно крем шоколадный, крем и мусс из ягод жимолости. Добавление тонкодисперсного порошка в состав десертов не только повышает их АОА, но и обогащает их состав клетчаткой. Выявлено, что яичные белки ингибируют антиоксидантные свойства меланина, в связи с чем была разработана рецептура мусса из ягод жимолости без их содержания. Готовые десерты исследовали по органолептическим и физико-химическим показателям. По органолептическим показателям десерты имеют высокую оценку. Количество антиоксидантов удовлетворяет более чем на 15% от суточной потребности.

Литература

1. Язев, С.Г. Использование лузги гречихи в пищевом производстве // Наука и современность. – 2014. – №34. – С. 102-105.

2. Холодилина, Т.Н. Исследование возможности повышения питательной ценности гречневой лузги / Т.Н. Холодилина, С.В. Антимонов, В.П. Ханин // Вестник ОГУ. – 2004. – №10. – С. 153-156.

3. Перспективы использования продуктов переработки гречихи в качестве функциональных ингредиентов = Prospects for the use of products of processing of buckwheat as functional ingredients / И. В. Мацейчик, С. М. Корпачева, И. О. Ломовский, К. Р. Серасутдинова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов = Technology and the study of merchandise of innovative foodstuffs. - 2020. - № 2 (61). - С. 53-57. - DOI: 10.33979/2219-8466-2020-61-2-53-57.

4. Иванов, А.А. Фармакологические свойства фитомеланина / А.А. Иванова, И.Е. Андрианова, В.Н. Мальцев, А.Н. Абросимова, Т.М. Булынина, С.В. Ворожцова, Ю.С. Северюхин, Н.М. Ставракова // Медицина экстремальных ситуаций. – 2014. – №4 (50). – С. 66-72.

5. Девяткин, А.И. Рациональное использование кормов / А.И. Девяткин. – М.: Росагропромиздат, 1990. – 256 с.

6. МР 2.3.1.1915-04. Рекомендуемые уровни потребления пищевых и биологически активных веществ: Методические рекомендации. М.: Федеральный центр госсанэпиднадзора Минздрава России, 2004. – 46 с.

МИКРОКАПСУЛИРОВАНИЕ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНОЙ ДОБАВКИ ВЫСОКОЙ АНТИОКСИДАНТНОЙ АКТИВНОСТИ

А.Д. Син, Д.А. Белякова, Е.С. Бычкова

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, belyakovadayana@gmail.com

Разработана биологически активная добавка с высокой антиоксидантной активностью методом микрокапсулирования. Определены оптимальные соотношения структурных компонентов добавки. Наиболее подходящей жидкой основой для введения добавки являются морсы и соки с высокой концентрацией флавоноидов.

A biologically active additive with high antioxidant activity has been developed by the method of microencapsulation. The optimal ratios of the structural components of the additive have been determined. The most suitable liquid base for the introduction of the additive are fruit drinks and juices with a high concentration of flavonoids.

В настоящее время актуальным направлением в сфере индустрии питания является разработка пищевых продуктов функционального назначения, снижающих риск развития заболеваний от негативного влияния свободных радикалов. В связи с этим своевременным становится расширение ассортимента сегмента продуктов, обогащенных антиоксидантами [1].

Применение современных технологических решений позволяют получить пищевой продукт с высокими показателями антиоксидантной активности. Одним из эффективных методов является использование технологии микрокапсулирования [2, 3].

В последнее время технология инкапсуляции получила значительное распространение во многих областях промышленности: пищевой, фармацевтической, косметической, сельскохозяйственной и других. **Инкапсуляция** (от лат. capsula - коробочка) - заключение мелких частиц твердого тела, их агрегатов (гранул) или капель жидкости в тонкую прочную оболочку с различными заданными свойствами - проницаемостью, температурой плавления, способностью растворяться или не растворяться в различных средах и др [4].

На кафедре Технологии и организации пищевых производств совместно с Институтом химии твердого тела и механохимии СО РАН ведется разработка функциональных продуктов питания с использованием технологии микрокапсулирования.

Получена биологически активная добавка путем применения метода микрокапсулирования. В качестве основных компонентов добавки использованы зеленый чай, мальтодекстрин и гуммиарабик. Технология приготовления заключается в приготовление чайного экстракта с последующим его капсулированием гидроколлоидами с применением распылительной суши.

Путем физико-химических исследований определен оптимальный количественный состав микрокапсулированной добавки. Достигнута высокая степень капсулирования.

Важной частью исследования явилось определение оптимальной пищевой основы для микрокапсулированной добавки. Экспериментальным путем установлено, что чем больше в составе жидкого пищевого продукта флавоноидов, тем больше можно ввести чайной добавки. В безликой пищевой основе, такой как вода, яблочный сок уже при минимальных концентрациях добавки, ощущается горький и вязкий вкус соков, что ограничивает ее введение и, следовательно, обогащение антиоксидантами. В соках, обладающих терпким, горьким и вязким вкусом, добавки можно ввести в 7-10 раз больше нежели в жидкие пищевые продукты, не имеющими подобные сенсорные характеристики.

Также в эксперименте проведены сравнения введения УЗ-экстракта и микрокапсулированной добавки. Эксперимент показал возможность гарантировано большего введения микрокапсулированной добавки по сравнению с экстрактом. Этот факт дополнительно доказывает образование новых комплексов веществ при микрокапсулировании, которые не обладают вкусом, присущем флавоноидам.

Таким образом, разработана микрокапсулированная добавка с высокими показателями антиоксидантной активности. Произведен подбор оптимальной жидкой пищевой основы для биологически активной добавки.

Литература:

1. Antioxidants of Natural Plant Origins: From Sources to Food Industry Applications / Sofia C. Lourenço, Margarida Moldão-Martins, and Vítor D. Alves // *Molecules*. – 2019. – Vol. 24, iss. 7. - doi: 10.3390/molecules24224132.

2. Microencapsulation of antioxidant phenolic compounds from green coffee / Nivas M. Desai, Devendra J. Haware, K. Basavaraj, Pushpa S. Murthy // *Preparative Biochemistry & Biotechnology*. – 2019. – Vol. 49, N 4. – P. 400-406

3. Microencapsulation of microbial antioxidants from *Mucor circinelloides*, their physico-chemical characterization, in vitro digestion and releasing behaviors in food / Ahsan Hameed, Syed Ammar Hussain, Shaista Nosheen,

Zafarullah Muhammad, Yang Wu, Samee Ullah, Hafiz Ansar Rasul Suleria, Yuanda Song // Applied Biological Chemistry. – 2020. – Vol. 63. – DOI: 10.1186/s13765-020-00512-2

4. Encapsulated material based on polyphenols for manufacturing functional foods / I. O. Lomovskiy, E. S. Bychkova, M. S. Slavikovskaya, O. I. Lomovsky // Materials Today: Proceedings. - 2020. - Vol. 25, pt. 3. - P. 409-411. - DOI: 10.1016/j.matpr.2019.12.132.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОДУКТА ПЕРЕРАБОТКИ РЯБИНЫ ДЛЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕЦЕПТУР ПРОДУКТОВ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Е.С. Ступакова, И.В. Мацейчик

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, elizabet_25.08.97@mail.ru**

*Представлены результаты использования продукта переработки рябины обыкновенной (*Sorbus L.*) в сочетании с овсяными отрубями в качестве комплексной функциональной добавки в мучные кондитерские изделия и десерты. Разработаны технологии и рецептуры бисквитов и десертов функционального назначения. Образцы исследованы по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям качества. Разработанные изделия являются источником пищевых волокон, β -каротина, витамина С, антиоксидантов и могут использоваться в здоровом питании.*

*The results of using the product of processing of mountain ash (*Sorbus L.*) in combination with oat bran as a complex functional additive in flour confectionery and desserts are presented. Technologies and recipes for functional biscuits and desserts have been developed. Samples were investigated by organoleptic, physicochemical and microbiological quality indicators. The developed products are a source of dietary fiber, β -carotene, vitamin C, antioxidants and can be used in a healthy diet.*

В современном мире из-за неблагоприятной экологической обстановки, стрессов, экстремальных нагрузок и неправильного питания в организме человека образуется дефицит внутренних резервов для поддержания иммунитета, профилактики заболеваний. Важными аспектами в решении данной проблемы являются: научно обоснованный подбор источников сырья, использование современных технологий, повышение пищевой и биологической ценности готовой продукции и придание ей

направленных функциональных свойств. Рябина обыкновенная (*Sorbus L.*) широко распространена по всему Сибирскому региону [1].

Ее ягоды могут служить важным источником Р-активных веществ (биофлавоноиды) и β-каротина. Рябина занимает одно из первых мест среди плово-ягодных культур по содержанию Р-активных веществ.

Они представлены флавонами, биофлавоноидами, антоцианами, лейкоантоцианами и катехинами, которые обладают общим действием, а именно – капиллярно-укрепляющим. Плоды также содержат макро- и микроэлементы: К, Са, Mg, Zn, Cu, Fe, Mn и другие [2].

Целью данного исследования является разработка продукта функциональной направленности с использованием рябинового пюре.

Однако плоды красноплодной рябины обладают горьким вкусом за счет наличия в них дубильных веществ, что ограничивает их использование в качестве функциональных ингредиентов для введения в продукты питания, для того чтобы устранить горечь из ягод, подготовленные плоды рябины, подвергли бланшированию и измельчению затем вакуумировали с последующей глубокой заморозкой в шокере при температуре -25°С.

В результате получили пюре рябины, с хорошими органолептическими показателями и высокой биологической активностью. Физико-химический состав пюре рябины представлен (в таблице 1)

Таблица 1 – Физико-химические показатели пюре рябины

№	Наименование показателей	НД на методы испытаний	Значение
	Регистрационный №		
1	Влажность, %	ГОСТ 28561-90	34
2	Сырой жир, %	ГОСТ 13496.15	-
3	Сырой протеин, г/кг	ГОСТ 32044.1-	-
4	Сырая клетчатка, г/кг	ГОСТ 31675-	0,09
5	Сырая зола, г/кг	ГОСТ 26226-95	0,73
6	Сахара, %	ГОСТ 26176-91	11,77
Макро-микроэлементы:			
7	Кальций, %	ГОСТ 26570-95	0,05
8	Фосфор, %	ГОСТ 26657-97	0,01
9	Калий, г/кг	ГОСТ 30504-97	3,66
10	Натрий, - «-	ГОСТ 30503-97	0,03
11	Железо, мг/кг	ГОСТ 27998-88	1,0-3,0
12	Марганец, - « -	ГОСТ 27997-88	2,2

№	Наименование показателей	НД на методы испытаний	Значение
	Регистрационный №		
13	Медь, - « -	ГОСТ 27995-88	1,0
14	Цинк, - « -	ГОСТ 27996-88	1,4
15	АОА, мкг кверцетина на /г прод.	ГОСТ Р 54037-	1,05 ±
16	Витамин С, мг%/г	ГОСТ 24556-89	273
17	β-каротина, мг%	ГОСТ EN 12823-2-2014	10,5
18	Клетчатка (пищевые волокна) %	ГОСТ Р 54014-2010	6,65

Определение антиоксидантной активности плодов рябины проводили на приборе для суммарного определения антиоксидантов в исследуемом веществе. Методика выполнения измерения водорастворимых антиоксидантов № 31-07 от 4 мая 2007 (№ 20706-05).

Результаты определения антиоксидантной активности пюре рябины представлены в (таблице 2).

Таблица 2 – Результаты определения АОА

Образец	АОА, мкг кверцетина/ г продукта
Рябина исходная	4,2 ± 0,5
Пюре рябины	1,05 ± 0,08

Готовое пюре вводили в бисквит (рец№1), ягодный крем (рец№576) [3].

В бисквитное тесто комплексные добавки вводились вместе с мукой после взбивания сахаро-яичной смеси в следующих концентрациях: овсяные отруби – 25%, пюре рябины – 10% от массы муки пшеничной с соответствующим уменьшением её содержания. Оптимальное соотношение основных ингредиентов в рецептурах мучных кондитерских изделий определено на основе решения систем линейных уравнений и неравенств с использованием программного обеспечения MatLab.

При этом целевой функцией являлось определение содержания в готовых образцах пищевых веществ (пищевых волокон, β-каротина, витамина С, антиоксидантной активности) в количествах, обеспечивающих функциональность изделий [4].

На основе традиционных методик и с учётом коэффициентов значимости была проведена органолептическая оценка качества бисквита и ягодного крема с рябиновым пюре. (Рисунок 1),(Рисунок 2).



Рис. 1 – Профилограмма органолептической оценки качества бисквита с рябиновым пюре.



Рис. 2 – Профилограмма органолептическая оценка ягодного крема с рябиновым пюре.

Физико-химическая оценка качества готовых образцов представлена в (таблице 3).

Таблица 3 – Химический состав функциональных продуктов

Показатели	Бисквит с отрубями овсяными и пюре рябины	Ягодный крем с рябиновым пюре.
Массовая доля сухих	75,65±0,68	55,6± 0,27
Массовая доля золы, %	0,845±0,002	0,34± 0,3
Витамин С, мг%	0,528± 0,15	4,28± 0,2
β-каротин, мг%	0,98 ± 0,02	0,388±0,05
АОА, мг кверцетина/г	2,05 ± 0,08	1,750± 0,2
Флавоноиды, мг/г	4,48 ± 0,12	0,189± 0,2

Суточное потребление БАВ: витамин С ~ 90 мг, β-каротин ~ 5 мг, флавоноиды ~ 50 мг, антиоксиданты (кверцетин) ~ 30 мг [5].

Учитывая полезные свойства исследуемых образцов, на кафедре технологии и организации пищевых производств Новосибирского государственного технического университета (ТОПП НГТУ) были разработаны продукты функциональной направленности с использованием пюре рябины. Разработанные образцы обладают с хорошими органолептическими показателями и высокой биологической активностью, а так же

удовлетворяет более чем на 15% суточную потребность в антиоксидантах, витамине С, β -каротине.

Литература:

1. Типсина Н.Н. Новые виды хлебобулочных и кондитерских изделий с использованием нетрадиционного сырья. Красноярск: Изд-во Краснояр. гос. аграр. ун-та, 2009. 167 с.
2. Петрова Л.А., Батурина Н.А. Перспектива использования плодов рябины обыкновенной в производстве кондитерских изделий // Вестник ОрелГИЭТ, 2014, №3(29). 159-163 с.
3. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий. - СПб.:ПРОФИ – ИНФОРМ, 2005. – 296 с.
4. Автоматизированное проектирование сложных многокомпонентных продуктов питания [Текст]: учебное пособие / Е.И. Муратова, С.Г. Толстых, С.И. Дворецкий; ФГБОУ ВПО «ТГТУ». – Тамбов, 2011. – 80 с.
5. МР 2.3.1.2432-08. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации: методические рекомендации. М., 2008. – 41 с

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВОЙ ГАММЫ НА ПСИХОЛОГИЮ ПОКУПАТЕЛЕЙ

И.А. Адаев, К.В. Кабанова

Челябинский юридический колледж, г. Челябинск

adaev.vanya@mail.ru

В данной статье рассмотрены цветовые гаммы, которые используются в рекламных сообщениях. Благодаря взаимосвязи фирменного стиля компании, можно увеличить узнаваемость бренда, что способствует увеличению прибыли.

This article covers the colors used in promotional messages. Due to the relationship of the company's corporate identity, it is possible to increase brand recognition, which contributes to increased profit.

В современном мире, каждый день мы сталкиваемся с различными сферами жизни: культура, спорт и многие другие. В данной работе затронем такие сферы как дизайн и экономика.

Дизайн – специфический род проектной деятельности, объединивший художественно-предметное творчество и научно-обоснованную инженерную практику в сфере индустриального производства. Каждый год дизайн выходит на новый уровень, постоянно развиваясь и включая в себя новые элементы творчества, даже те, о которых мы и не догадываемся. У людей меняются вкусы, стиль, потребности. Задача же хорошего, современного дизайнера удовлетворить эти потребности, поэтому постоянно приходится привносить «экстравагантные» идеи в данные концепции.

Экономика - хозяйственная деятельность общества, а также совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления. Экономика существовала ещё с первобытных времён. Уровень развития дисциплины того времени был очень низким, но в будущем это послужило для появления земледелия, животноводства, развитию общества в целом. Через много лет стал развиваться товарообмен, а с появлением первых денег возникла и первая торговля. Естественно экономика сохранилась и в наши дни. В каждой стране экономическая деятельность своя, но это не мешает людям делать открытия, объединяться, вести общее дело, связывать другие науки, сотрудничать. Главная задача экономики - удовлетворение раз-

ных потребностей человека. Для этого многие науки, дисциплины объединяются, чтобы достиг общей цели.

«Художник пишет не то, что видит, а то, что будут видеть другие» - фраза известного французского поэта, эссеиста, философа Поля Валери об искусстве. С точки зрения дизайнера нужно выявить гармоничный баланс между эстетикой, безопасностью, практичностью, ценой и функциональными возможностями. Идеи дизайнера существовали всегда, так как цели дизайнера ценны и значимы. Они позволяют увидеть необходимые черты продукта в современном мире, а то есть: гуманность, эргономичность, полифункциональность, целесообразность, возможность превращения полезного и удобного в красивое и привлекательное, системность, экологичность.

«Мотивы экономического поведения в своей сущности определяют психологией толпы» - фраза Бернарда Маннеса Баруха американского финансиста, биржевого спекулянта, а также политического и государственного деятеля. Очень важным фактором при покупке того или иного продукта является не только потребность человека в приобретении какого-либо рода товара, но и социальная сфера. Человеку свойственно соответствовать стилю, не отставать от моды, не выделяться среди толпы, чтобы не быть «белой вороной». Это очень важный фактор для продажи какого-либо продукта, его рекламы, а самое главное получения прибыли с продажи.

Влияние цветовой гаммы на психологию человека. Взаимосвязь экономики с дизайном, как с другими науками. Многочисленные психологические и социологические исследования на эту тему дают в целом единообразную картину. С одной стороны, эмоциональное воздействие цветов обусловлено свойствами универсальных объектов (голубое небо, красная кровь, желтое солнце, зеленая трава и др.), с другой стороны — влиянием культуры, и неважно, осознаем мы ее влияние или нет.

Влияние цвета на продажи. Есть данные исследования, что 85% потребителей при покупке того или иного товара в первую очередь ориентируются на цвет. У него есть способность притягивать определенный тип покупателей и даже изменять их поведение.

Узнаваемость бренда напрямую влияет на доверие покупателей, а верно подобранный цвет повышает этот показатель на 80%. Так, цвет — один из сильнейших инструментов. Однако цветовая палитра может быть не везде одинаково почитаема (исходя из стран и континентов). Отчасти это связано с культурой почитания цвета. К примеру, в Китае красный цвет означает доброту и отвагу, черный - честность, а белый, в отличие от общепринятого европейцами символа чистоты и святости,

ассоциируется с подлостью и лживостью. Поэтому есть риск быть неправильно понятым, учитывайте это при разработке продукции.

Цвет влияет на психику человека, и при этом имеет ярко выраженный характер. ... Также он влияет на аппетит, поведение, давление, и в целом, на состояние человека. Например, когда светит яркое солнце, человеку становится гораздо легче и веселее, а когда пасмурная и серая — состояние ухудшается и падает настроение.

Если взять за основу три базовых цвета, от которых начинают работать художники это: жёлтый, красный и синий, то можно выявить первоначальные ассоциации.

Жёлтый цвет приносит тепло, прилив энергии, яркость, поднимает настроение. Цвет оптимистичный и молодёжный, привлекает внимание покупателя к витрине. Психология отмечает позитивное влияние жёлтой цветовой гаммы на интеллектуальную деятельность личности. Стимулируя участки мозговой коры, отвечающей за память человека, жёлтый спектр повышает умственную продуктивность. Почитатели жёлтой расцветки обладают хорошим логическим мышлением. Они склонны к самообразованию, легки на подъём. Красный очень возбуждающий цвет. На Руси говорили, что это положительный цвет яркости, теплоты, солнца, сейчас его ассоциируют с агрессией, злобой, цветом крови, ярости. Красные оттенки оказывают благоприятное влияние на повышение аппетита, но могут спровоцировать головную боль и переутомление. Очень часто используется для тотальных распродаж. Синий цвет расслабления, релакса, очень успокаивает, внушает прохладу, ассоциируется с зимой. Является цветом верности. Также цвет вызывает доверие и безопасность. Используется для банков, бизнеса, коммерческих организаций.

Исходя из этих цветов можно выявить у человека определённые чувства, добавляя в палитру больше или меньше того, или иного цвета при создании цветового решения нового, современного дизайна.

Цвет очень сильно влияет на аппетит и настроение человека. Также влияет и социум на поведение человека. Если же многие люди ходят на улице или стоят на кассе с новым дизайном товара, то у большинства появляется желание приобрести этот продукт, попробовать что-то новое. Так рождается потребность человека к удовлетворению своих внутренних потребностей, то есть желание не выделяться среди толпы, следовать стилю и тому подобное. С экономической же точки зрения выполняются задачи «Что делать?» и «Для кого производить?», при этом выполняя свою главную задачу «Удовлетворение потребностей людей». В данной работе экономика сотрудничает с дизайном, где первая развивает свои главные концепции, получает прибыль, а второй раз-

рабатывает что-то новое с точки зрения эстетики, функциональности, при этом следуя современным направлениям в поп-культуре, понимает человек это или нет.

Ведь как говорил величайший российский писатель Фёдор Михайлович Достоевский: «Искусство никогда не оставляло человека, всегда отвечало его потребностям и его идеалу, всегда помогало ему в отыскании этого идеала, - рождалось с человеком, развивалось рядом с его исторической жизнью».

Литература:

1. Гарольд Браэм. Психология цвета: Общая психология. - ISBN: 978-5-17-058934-0, 2009. – 158 с.

2. П. В. Яньшин. Психосемантика цвета: Учебное пособие. - ISBN: 5-9268-0485-X, 2006. – 368 с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

М.И. Бобрик, В.А. Назаркина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, mariaigorevnabobrik@mail.ru**

В соответствии с целью данного исследования, в работе отображены основные проблемы и перспективы развития предприятий туристского рынка. Описаны внутренние и экзогенные факторы, а также степень их влияния на рынок туризма. Рассмотрены реальные статистические данные, отражающие общее состояние рынка туристских услуг в прошедшие года и на сегодняшний день. Определено вероятное развитие событий касательно функционирования индустрии туризма и сервиса, выявлены основные тенденции в туризме на ближайшее десятилетие, а также проиллюстрированы общие изменения в сфере туризма и гостеприимства, связанные с пандемией коронавируса.

In accordance with the purpose of this report, the work reflects the key problems and the outlook for the development of tourism market companies. Internal and exogenous factors are described, as well as the extent to which they affect the tourism market. Real statistical data reflecting the general state of the tourist services market in the past years and today are considered. The probable development of events concerning the functioning of tourism and service industry is determined, the main tendencies in tourism for the next decade are revealed, and the general changes in the sphere of tourism and hospitality connected with the coronavirus pandemic are illustrated.

Сегодня туристский рынок представляет собой одну из самых перспективных и обширных отраслей мировой экономики. Индустрия включает в себя: туроператоров, турагентов, поставщиков транспортных услуг, развлекательные и досуговые услуги, услуги предприятий питания и т.д. Ведущую роль в функционировании туристского рынка играют туроператоры, создавая готовые турпродукты, предварительно подбирая комплекс услуг, маршрут и средство размещения для туриста. Таким образом, туристский рынок можно определить, как комплексную сеть, состоящую из оптимально взаимодействующих туристских предприятий, имеющих цель создать максимально ценный продукт или услугу для своего потребителя.

Функционирование туристских организаций, как правило, зависит от факторов внешнего окружения, что не дает им возможности осуществлять полный контроль над своей деятельностью даже при высоком уровне менеджмента, наличия квалифицированных кадров, тщательном планировании и проведении регулярных маркетинговых исследований. Особенно сильно туризм подвержен влиянию экзогенных факторов, таких как: изменения в экологии, снижение покупательной способности населения, нестабильность международных отношений, возникающие локальные войны, активное вмешательство консьюмеризма в экономику, а также болезни, ставящие под угрозу человеческую жизнь.

Целью данного исследования является определение проблем и перспектив развития предприятий туристского рынка. В соответствии с целью были поставлены следующие задачи: описать проблемы, с которыми сталкиваются в процессе своей деятельности предприятия туристской индустрии; рассмотреть состояние туристского рынка в 2020 году; проанализировать статистические данные по туристским потокам; определить перспективы развития и поддержания рынка туризма в РФ.

Обращаясь более подробно к влиянию коронавируса на сферу туризма, можно констатировать, что к апрелю 2020 года все туристские дестинации закрыли границы и приостановили туристскую деятельность, включающую в себя авиасообщение и ограничение функционирования коллективных средств размещения или же закрытие их под обсервацию. По мнению представителей, UNWTO, применение таких крайних мер еще никогда не происходило в истории туризма. Ввиду приостановки полетов и закрытия границ, индустрия стала одной из крупнейших жертв вспышки коронавируса. Такое внезапное падение спроса на туризм поставило под угрозу миллионы рабочих мест, приостановив процесс устойчивого развития самой сферы индустрии и гостеприимства.

Изучая состояние рынка туристских услуг прошлых лет, можно отметить, что наблюдался устойчивый рост индустрии в мировой экономике. Количество прибывающих международных туристов в 2018 году выросло на 5%, по сравнению с 2017 годом, и достигло 1,4 млрд человек. По официальным данным UNWTO в 2019 году количество международных туристских прибытий составило 1,5 млрд. Десятая часть трудоспособного населения Земли работала в 2019 году в сфере туризма, 10,3% мирового ВВП приходилось на данную отрасль экономики. Для Российской Федерации данная доля в 2017-2018 гг. составила 3,9%, на 0,9% превысив показатели США, Великобритании и Австралии. Об общих ожидаемых трендах в туристской индустрии можно судить, ссылаясь на исследование января 2020 года, предоставленное цифровой платформой для путешествий – «Agoda». Оптимизация процесса заселения прибывших в гостиницу за счет предварительной регистрации онлайн и скачивания ключа в мобильных приложениях приведет к росту потока туристов и персонализирует индустрию. Также туристы выбирают экологические путешествия и осознанные. В 2020 году ожидалось увеличение туристских поездок, причем 40% во всем мире отмечают, что хотят больше путешествовать именно внутри страны, в то время как международные туристские поездки ожидаются на уровне 35% [2, 3, 4].

Однако в связи с пандемией карантинными мерами, туристские потоки резко снизились. По данным UNWTO, на фоне глобальных ограничений на поездки, включая полное закрытие многих границ и мер, сдерживающих пандемию вируса COVID-19, международные туристские поездки за первые восемь месяцев с начала 2020 года упали на 70%, по сравнению с 2019 годом. Число международных прибытий упало на 81% в июле и на 79% в августе, что является двумя самыми загруженными месяцами года и пиком летнего сезона для территорий северного полушария. Данные, предоставленные Росстатом, показывают, что из-за ограничений, связанных с пандемией коронавируса, в 2020 году по сравнению со вторым кварталом 2019 года международные туристские поездки сократились в РФ на 99 %. Непосредственные доходы от международного туризма снизились в РФ на 95,2%. Общее снижение в январе-августе 2020 года показывает на 700 млн меньше международных туристических прибытий по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. Текущая ситуация на рынке превышает потери 2009 года более чем в восемь раз, которые понесла индустрия из-за глобального экономического кризиса [1, 5].

В ходе данного исследования был проведен опрос семидесяти восьми человек, среди российских туристов относительно их участия в международных и внутренних поездках до пандемии, а также ожидания ре-

спондентов от путешествий в 2020 году. Генеральную совокупность исследования составило люди, занятые в разных сферах деятельности, мужчины и женщины в возрасте от 17 до 69 лет. Большая часть опрошенных – 32,1% привыкли путешествовать один раз в год. Превалирующее число опрошенных – 65,4% привыкли путешествовать за границу, 21,8% предпочитают внутренний туризм по РФ, другие выбирают как внутренний, так и выездной туризм по воле случая. Из общего числа опрошенных 37,7% ответили, что путешествовали в летний и осенний периоды 2020 года, в то время как 62,3 % отказались от путешествий. Также 40,3% респондентов отметили, что готовы путешествовать после появления определенности в отношении к решению проблемы коронавируса в мире, 18,2% опрошенных готовы путешествовать сразу же как будут открыты границы, даже если будут определенные ограничения на въезд в страну пребывания и обратно. 11,7% - планируют путешествовать по России и дождутся полного снятия ограничений соответственно. Таким образом можно выделить опасение людей выезжать за границу в настоящее время, и наблюдается тренд самодетельного туризма, а также внутреннего организованного туризма по РФ.

Таким образом, ввиду карантинных мер, установление ограничений на туристские поездки заявлено в качестве основного барьера, сдерживающего восстановление привычного международного туризма наряду с медленным сдерживанием вирусов и низким доверием потребителей. По оценкам экспертов, спрос на международные туристские поездки останется низким в 2020 году, однако развитие внутреннего и экотуризма может спасти рынок туристских услуг. Также было отмечено, что у туристов снизился уровень доверия к туризму и турагентствами, в частности, так как многим не вернули деньги в весенний период. По прогнозам UNWTO оживление туристских потоков ожидается к третьему кварталу 2021 года, а возвращение к цифрам 2019 года примерно к 2023 году. Поэтому особенно важно развивать инфраструктуру, безопасность и повышать интерес у потребителя к собственной стране, показывая все многообразие и возможности для насыщенного отдыха, а также делать туризм более доступным, заботясь о потребителе, внедряя льготные системы, инклюзивный дизайн и технологии повсеместно.

Литература:

1. 27 сентября - День туризма. Росстат представляет данные о туристской индустрии в России и мире за 2020 год [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/100185>.
2. International tourism highlights [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421152>.

3. Market intelligence [электронный ресурс]. – Режим доступа: Unwto world tourism barometer -<https://www.unwto.org/market-intelligence>.
4. Travel Trend Expectations for the 2020s [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moderndiplomacy.eu/2020/01/01/travel-trend-expectations-for-the-2020s/>.
5. Yen Nee Lee. 5 charts show which travel sectors were worst hit by the coronavirus [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnbc.com/2020/05/06/coronavirus-pandemics-impact-on-travel-tourism-in-5-charts.html>.

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МУЗЕЙНОГО КОМПЛЕКСА НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЯ «ГАЛЕРЕЯ ВРЕМЕНИ»

М.И. Бобрик, Е.Ю. Воротникова
Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, mariaigorevnaobrik@mail.ru

Данная статья освещает возможности развития и продвижения современного музейного комплекса «Галерея времени». Целью работы задана разработка стратегии продвижения и монетизации современного музейного пространства. В ходе работы были рассмотрены такие аспекты современного музейного дела, как актуальные тенденции арт-бизнеса, современный облик творческого пространства, музея, описана оснащенность музея «Галерея времени», а также выявлены основные маркетинговые гипотезы и стратегии продвижения для данного музея.

This article is dedicated to the problem of a museum's adaptability to new technologies and the development of a contemporary museum complex. The aim of the work is to create a programme for promoting and monetising modern museum space. In the process of the research, such aspects of art business as the modern look of the creative space, museum development trends and museum marketing were considered, the equipment of the «Gallery of Time» museum was described, and the main marketing hypotheses and promotion strategies for this museum were identified.

Сегодня, перед специалистами сферы арт-бизнеса и туризма стоит множество целей и задач по созданию и продвижению музейных комплексов. Это обусловлено эпохой постмодернизма, постоянными изменениями в спросе на туристские и непосредственно музейные услуги, а также новым видением образа музейного пространства у современного посетителя. Вышеперечисленные факторы меняют привычный ранее облик музея, задавая новые тенденции развития творческих пространств. Поэтому, на современном этапе развития музейного дела,

необходимо уделять особое внимание гибкости музея к экспериментам, инновационным технологиям и методам вовлечения посетителя в глубинное взаимодействие с экспонатами. Среди них: обеспечение инверсии музейной практики, включение в экспозицию элементов дополненной и виртуальной реальностей, установка оборудования для проекций на экспозиции, подборка подходящей музыки и звуков, добавление QR-кодов и радиометриков. Кроме того, необходима постоянная деятельность по привлечению в музей разных категорий посетителей и туристских потоков.

Целью данной работы является разработка программы рекомендаций для продвижения и монетизации современного музейного пространства «Галерея времени». В соответствии с целью были поставлены следующие задачи: выявить потребности современного посетителя в музейном досуге, рассмотреть существующие стратегии продвижения современного музея, выявить проблемы и перспективы развития для творческого пространства музейного комплекса, а также описать конкретные маркетинговые методики применимые для продвижения музейных комплексов. Объектом исследования является маркетинг музея, предметом исследования является стратегия продвижения музейного комплекса «Галерея времени».

В данном исследовании был рассмотрен новый частный музейный комплекс «Галерея времени» открывшийся в Новосибирске в сентябре 2020 года. Построенный на средства предпринимателя Владимира Курдюмова и транспортной компании «Энергия». Комплекс находится достаточно далеко от центра города, на Мочищенском шоссе, и занимает территорию более 12 500 кв. метров. Здесь расположены 6 просторных ангаров, строится сцена для городских мероприятий, устроена уличная выставка ретротехники. В настоящее время под экспозицию заняты два ангара, в них находятся 60 отечественных автомобилей первой половины XX века и фонды «открытого хранения», с автомобилями, которым требуется реставрация и предметами быта дореволюционной и советской эпох. В перспективе здесь планируется создание интерактивных инсталляций на тему быта и жизни в СССР. Работа над созданием музея в данный момент продолжается, предполагается, что к 2022 году музей будет работать как событийная городская площадка, так как музей имеет возможность устраивать сменные.

«Галерея времени» является потенциально привлекательным туристским объектом, которому необходимо пройти ряд операций по усовершенствованию и инкорпорированию новых технологий и маркетинговых практик с целью преобразования в крупнейший музейно-выставочный комплекс в городе Новосибирске. Музейное пространство

в ангарах выглядит довольно отдалённо от привычного облика музея, что может как привлекать своей неординарностью и современным эксподизайном как современное поколение, так и посетителей старшего возраста. Согласно концепции музейной коммуникации, здесь есть масса возможностей стать подобным пространством событийных и визуальных практик. В этом контексте обозначим наши рекомендации, для раскрытия в перспективе ряда возможностей нового музея.

Для придания пространству соответствующей атмосферы развлекательного комплекса можно привлечь методы современного искусства и инсталляций, чтобы обыграть пространство снаружи, пока посетитель не видит экспонаты. Например, попросить помощи в украшении внешней поверхности ангаров художников уличного искусства г. Новосибирска, на территории установить тематические малые формы, арт-объекты или элементы развлекательного парка. Пространство экспозиции довольно вместительное, поэтому здесь можно проводить инклюзивные экскурсии для посетителей с особенными потребностями. На первых этапах функционирования музея, можно оснастить экспонаты видео с жестами и аудио сопровождением, использовать шрифт Брайля, создавать более удобные проходы и интерактивные экспонаты, удобные для людей разного роста, а уже в дальнейшем сотрудничать с проектом и брать пример с других инклюзивных музеев России.

Говоря непосредственно о маркетинге музея, каждое современное музейное пространство должно поставить перед собой задачу разработать долгосрочный маркетинговый план. Для этого необходимо провести конкурентный анализ, выявить слабые и сильные стороны музея, а также его уникальность для посетителей. Например, предложение образовательных программ, продажа эксклюзивных работ современных художников, показ раритетных фильмов в ограниченном издании, разработка удобной программы лояльности и т.д.

Одной из ведущих маркетинговых гипотез для музея «Галерея времени», ориентируясь на современную молодежь и людей среднего возраста, выделено взаимодействие с экологическими движениями г. Новосибирска, по причине общей тенденции к популяризации более осознанного и заботливого стиля жизни. А именно с такими объединениями как популярные площадки устойчивой моды «тот самый маркет», «charityshopgusto» и «garazhka.nsk», которые также взаимодействуют с эко-волонтерами «зеленая белка». Необходимо предложить сотрудничество - организовывать мероприятия в ангарах именно данного пространства, а также лекции, мастер классы, воркшопы по поводу эко-акций и просвещения аудитории об экологическом стиле жизни, в общем и целом. Подобное нововведение будет привлекать молодое под-

растающее поколение в ангары музея, а также тех, кто придерживается эко-парадигмы жизни.

Помимо данных стратегий необходимо повысить осведомленность и посещаемость музея за счет проработки всех социальных сетей. Для этого создаётся контент-план для каждой из площадок в зависимости от целевой аудитории музея. Например, в telegram можно завести канал об истории автомобилей, о ценовом диапазоне и моделях эпохи СССР, а также об автомобилях-героях войны. На youtube вести обзорный канал мероприятий, а также backstage подготовки к ним. В Instagram и VK работать над айдентикой музея, предварительно разработав визуал музейного бренда, а именно: логотип, фирменные цвета, шрифты и рекламные макеты в основных социальных сетях. В помощь дизайнеру музейного маркетинга могут прийти рекомендации института «Pantone», анализ деятельности успешных современных музеев, таких как «MoMA» и «CNAC», а также непосредственная работа с аудиторией, отслеживание общих тенденций дизайна в социальных сетях. Для глубинных взаимоотношений с посетителями, для вирального эффекта в сети «Интернет», для охвата новой аудитории и побуждению к посещению музея снова необходимо наладить пользовательский контент, размещая видео-отзывы посетителей и фото с фирменным знаком или хештегом музея в социальных сетях. За размещение пользовательского контента благодарить посетителей, например, сувенирной продукцией или абонементом на посещения выставок [2, 4].

Таким образом, в данной работе были описаны рекомендации для развития музея «Галерея времени». Было выявлено, что для продвижения музейного пространства «Галерея времени» важно работать с анонсами мероприятий, вовлекающими историями в социальных сетях, например, в формате игры, работать с трафиком сайта и лидами или с откликами на обновляющихся landing, создаваемых под мероприятия музея, а также постоянно отслеживать ценность музея для посетителей. Все практики необходимо включить в деятельность маркетинга музея, для предиктивного оказания услуг предиктивно, закрывая все потребности современного посетителя музея.

Литература:

1. Как современные технологии меняют музеи [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ad.theoryandpractice.ru/page6660200.html>/ свободный.
2. Ксения Самоткан. Что такое UGC: особенности, типы и способы применения пользовательского контента [Электронный ресурс] – Режим

доступа: <https://texterra.ru/blog/chto-takoe-ugc-osobennosti-tipy-i-sposoby-primeneniya.html/> свободный.

3. Принципы инклюзивного дизайна [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/skillbox/110874-principyu-inklyuzivnogo-dizayna/> свободный.

4. Julia Manoukian. Museum Marketing: Top Trends And Strategies for Success [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crowdriff.com/resources/blog/museum-marketing/> свободный.

РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОТЕЛЯ

М. Аль-жаби, Б. С. Касаев

**Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации, г. Москва, Maher.aljabi@gmail.com**

Сегодня мир переживает масштабную революцию в области информационных и коммуникационных технологий. Поскольку эта революция вызвала фундаментальные изменения и преобразования в деловом мире. Одним из последних достижений в мире информационных технологий является то, что маркетинг стал электронным. Различные коммерческие организации используют этот тип маркетинга из-за его простоты использования и широкого распространения, так что он может одновременно охватывать более одного рынка и более одной категории, в дополнение к его низким затратам по сравнению с традиционным маркетингом. А поскольку гостиничный сектор является одним из секторов бизнеса, он не может работать в отрыве от технологий и современных информационных и коммуникационных систем, поэтому отели прибегают к электронному маркетингу как к одному из наиболее важных средств маркетинга и продвижения.

The world today is undergoing a massive revolution in information and communication technologies. This revolution has brought about fundamental changes and transformations in the business world. One of the latest advances in the information technology world is that marketing has become electronic over the Internet. Various commercial organizations use this type of marketing because of its ease of use and widespread adoption, so that it can cover more than one market and more than one category at the same time, in addition to its low cost compared to traditional marketing. And since the hotel sector is one of the business sectors, it cannot operate in isolation from technology and modern information and communication systems, so hotels have resorted to e-marketing as one of the most important means of marketing and promotion.

Прежде чем заниматься электронным маркетингом, следует пролить свет на концепцию маркетинга, так как эта динамичная концепция, свя-

занная с внутренними и внешними факторами, поэтому ее трудно ограничить определенной структурой, поскольку она включает в себя различные и взаимосвязанные функции друг в друге.

Маркетинг определяется как процесс распространения и продвижения товаров, услуг и идей с целью удовлетворения желаний и потребностей клиентов. Что касается электронного маркетинга, он включает в себя различные методы и практики, связанные с наукой о маркетинге через Интернет, и его можно определить как процесс эффективного использования и развития ресурсов, инструментов цифрового маркетинга, доступных в интернете с целью достижения конкурентного преимущества для организации.

Важность электронного маркетинга:

- Электронный маркетинг позволяет организации улучшить свои конкурентные позиции на рынке, приближая организацию к потребностям потребителей.

- Преодолеть трудности географической удаленности, потребитель может знать какие товары и услуги доступны на рынке, а отель может взаимодействовать с клиентом в любой стране и обращаться к нему, чтобы удовлетворить его желания.

- Потребители могут просматривать услуги или продукты 24 часа в сутки с легкостью и без каких-либо трудности.

- Электронный маркетинг помогает сократить или устранить традиционные цепочки поставок до такой степени, что компонент информационных и коммуникационных технологий стал называться эрой дезинтермедиации, а новый термин появился как электронные каналы как альтернатива старым традиционным каналам (E-Channels).

- Цены на гостиничные продукты, ниже по сравнению с продуктами, которые продаются традиционными методами, потому что стоимость рекламы традиционных методов выше.

- Электронный маркетинг помогает в продвижении продуктов с помощью современных технологий, помогают потребителю более четко понимать характеристики продукта.

Цель использования электронного маркетинга в продвижении отелей заключается в:

- Увеличении доли рынка отеля.
- Увеличении доходов за счет увеличения заполняемости.
- Снижении затрат.
- Повышении узнаваемости бренда.
- Улучшении отношений с клиентами, общаясь с ними напрямую и быстро.

Электронный маркетинг направлен на то, чтобы доставить продукт в сознание клиента с использованием современных методов, таких как YouTube, Instagram и других, что дает клиенту предварительное впечатление об отеле. Он оказывает прямое влияние на посетителя, будь -то через официальный веб-сайт отеля или социальные сети, так как этот тип маркетинга предоставляет всю информацию, предоставляемую отелем, со всей достоверностью, поэтому он работает, чтобы привлечь внимание клиента и вызвать его интерес.

Литература:

1. *Шукаш М.* Роль электронного маркетинга в отличии гостиничного сервиса.- Магистерская работа: Университет Гельма. Алжир, 2012, - 86 с.
2. *Бурсим М.* Роль электронного маркетинга в развитии гостиничных услуг. - Магистерская работа: Университет Аль-Мустансирия. Ирак, 2017. - 363 с.
3. *Оскар Х., Педраса Р.* Маркетинговые стратегии интернационализации гостиничной индустрии в Морелии. - Социальные и поведенческие науки, № 148, 2014, - 272 с.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА РАБОТНИКОВ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Т.В. Дубынина, К.В. Кабанова
НОУ СПО «Челябинский Юридический Колледж»,
г. Челябинск, Toakmail@gmail.com

В статье рассматриваются исторический и теоретический аспекты профессиональной этики, рассмотрены основные её понятия и объясняется важность профессиональной этики, продемонстрирована её тенденция развития в гостиничных предприятиях по всему миру.

The article examines the historical and theoretical parts of the professional ethics, the basic concepts and its importance are explained, its tendency in the world enterprises is showed.

Гостиничное дело – быстро развивающаяся индустрия с богатой историей, главной целью которой является предоставление гостю или туристу питания, жилья, организации досуга и многого другого. Во всей этой деятельности незаменимы гостеприимные черты, позволяющие удовлетворить потребности гостя в чувстве радушного принятия, уюта на новом месте, позволяющего наиболее приятно провести запланиро-

ванное время вне своего дома, этика работников в такой деятельности основополагающая для всего сервиса особенностью, рассмотрим краткую историю гостиничного дела, чтобы постараться осмыслить эту черту и её развитие.

История индустрии начинается со времён Древнего мира, в междуречье Тигра и Евфрата, где было связано с торговлей государств, посещением целебных мест и познанием культур других стран через архитектуру, что актуально и в наше время.

Период XVIII-XX веков стал прорывным для гостиничного дела – формировались абсолютно новые требования к появившимся отелям и кофейням, ресторанам, другим заведениям гостеприимства – требования по площади и оснащённости гостиничных номеров, к обслуживающему персоналу, к системам управления, создавались специальные школы для будущего персонала. В период двух мировых войн сильно пострадали отели, но начинают существовать масштабные сети отелей Хилтона, Уилсона, Мариотта, Статлера и других. Данные представители отельеров стали «законодателями» своего дела, достигнув процветания в сложной конкуренции посредством введения требований к труду и мер поощрения, ярким примером данной деятельности может служить книга Статлера «Statler Service Code» [1].

В первую очередь по мере возникновения и развития индустрии закладывались стандарты обслуживания и управления, размещения и номеров, неотъемлемой частью которых является этика работников гостиничных предприятий, обеспечивающая должный уровень качества работ. Тенденции данной деятельности стоит рассматривать отдельно.

Этика представляет собой совокупность норм и принципов, принятых в конкретном обществе в определённое время. Эта наука связана с философией, а именно именами Платона и Аристотеля, которые связывали её с моралью и достижением абсолютного блага через альтруизм в том числе.

При рассмотрении этики необходимо отметить в её общем значении постоянное развитие, что делает её всё более актуальной темой. Данное суждение выводится через философию Декарта и Канта [2].

На данный момент этические требования можно прочесть среди информации на сайте ВТО в России, а основные положения для большинства специальностей по профилю туризма заключаются в добросовестной защите профессиональной чести через следование профессиональному долгу, в сохранении репутации, в том числе с её укреплением, а также немаловажными являются пункты про избегание конфликтов как среди сотрудников, так и при работе с клиентами, что помимо прочего

связано с несением ответственности за свои поступки не только индивидом, но и всей общностью людей данной сферы.

Профессиональная этика имеет постоянную основу и пользу, первой является безукоризненное осуществление своей работы, а второй – улучшение конечных продуктов, сервиса и продажи с целью получения большей выгоды для общества, выполнение общественного долга на высоком уровне.

Также стоит заострить внимание на таких понятиях, как:

- Профессиональный долг – в рассматриваемой индустрии — это весь объём обязанностей перед обществом, установленный уполномоченными организациями, которые сотрудники берутся исполнять в соответствии с внешними факторами.

- Профессиональная ответственность – понимание причинно-следственной связи в деятельности, принятие и должное исполнение обязанностей ради достижения лучшего результата с учётом всевозможных рисков.

- Профессиональная совесть – общность представлений, способных предотвратить ошибки из-за несерьёзного отношения к работе, стимулирующие достаточный уровень ответственности при совершении деятельности.

- Профессиональная честь – должное исполнение профессионального долга, представление и защита интересов представителей профессии, репутации сферы.

Исходя из вышеназванного вытекают также и необходимые, в некотором роде базовые качества сотрудника индустрии гостеприимства, такие как: порядочность, честность, коммуникабельность, точность, уважительность, внимательность, наблюдательность, терпимость, выдержка и самообладание, самокритичность, адекватность самооценки, коммуникабельность и т.д. Сотрудники гостиничной индустрии должны уметь улавливать настроения гостя, предоставляя индивидуализированный сервис, верно оценивать ситуацию и находить подходы, при этом оценивать здраво и собственную деятельность, уличая ошибки и совершенствуя навыки, правильно выражая свои мысли и указывая гостям необходимый путь, важен поиск новых путей осуществления и лучшей организации деятельности, собственной организации, работники должны быть гибкими и достаточно разумными для решения неординарных ситуаций как с гостями.

Всё вышеназванное является обязательным требованием к отличному сотруднику индустрии гостеприимства, так как плохая этика работника является прямой дорогой к потере клиента, его неудовлетворённости и стрессу, что скажется на всей, пошатнув репутацию, систему норм

и нарушив правила, заложенные в основание профессиональной деятельности в данной сфере при массовом нарушении.

Помимо данных постулатов профессиональной этики в гостиничном деле стоит отметить, что работа в данной индустрии всегда нацелена на взаимодействие с людьми, что формирует устойчивую тенденцию, которую можно выразить следующим образом: в достойных гостиничных предприятиях этика работников является самоценной, во многом определяющей для организации профессиональной деятельности, этика работников является приоритетным направлением тогда, когда она ведёт к повышению полученной прибыли от оказания услуг [3].

На данный момент этика работников гостиниц повышается, следуя международным стандартам, как это происходило и с обустройством подобных предприятий прежде, исходя из примера, описанного в источниках для исторической составляющей статьи. Необходимо понимание постоянного развития этики в гостиничном деле, что влечёт не уничтожение предыдущих норм, но их совершенствование, а также уточнение требований к личностным качествам работников, их ответственности и чести.

Из вышесказанного получаем, что до сих пор стоит конфликт доходов и этики, вопрос о сфере обязанностей и о идеале работы для сотрудника индустрии, что можно заметить, впрочем, и для всего продолжения и будущего развития истории данной деятельности, что обуславливает необходимость изучения этики и её необходимость. Также стоит в заключение отметить возможность развития профессиональной этики согласно мировым тенденциям на территории РФ.

Литература:

1. Мышьякова Н.М., Шкуропат С.Г. Гостиничное дело: учебник. В 2ч. Ч.1. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. - 27-72 с.
2. Солоницина А.А. Профессиональная этика и этикет. Ч.1. - Изд-во Дальневост. ун-та, 2005. - 7-20 с.
3. Скворцова В.Н. Профессиональная этика и этикет. Ч.1. – Изд-во ТПУ, 2002. - 14-38 с.
4. Хартия туризма. Официальное издание Всемирной Туристской Организации, 1985. - 1-6 с.
5. Канке В.А. Философия: исторический и систематический курс. Ч.1. – М.: Издательская корпорация «Логос», 1997. - 37-38 с. - 42-43 с.
6. Николенко П.Г., Шамин Е.А., Ключева Ю.С. Гостиничная индустрия: учебник и практикум для СПО. Ч.1. – Москва: Изд-во Юрайт, 2019. - 61-84 с.

7. Кусков А.С. Гостиничное дело: учебное пособие. Ч.1. – Москва: Изд-во Дашков и К°, 2010. - 90-94 с.

ПРИМЕНЕНИЕ МОДИФИЦИРОВАННОГО RFM-АНАЛИЗА ДЛЯ СЕГМЕНТАЦИИ КЛИЕНТОВ КОМПАНИИ

И.Г. Коваленко, В.Ю. Щеколдин
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, ivankovalenko789@mail.ru

В работе рассматривается проблема построения корректной сегментации потребителей, решение которой позволяет предоставлять клиентам адресные услуги и необходимый ассортимент, выстраивать наиболее эффективные отношения с ними. Для анализа клиентов крупной компании применен MRFM-анализ, позволяющий изучать историю покупательского поведения клиентов.

The problem of building the correct segmentation of consumers is a sore topic for many companies, since the ability to provide customers with targeted services and the required range allows you to build the most effective relationships with them. The paper considers MRFM-analysis that allows to study the history of customers' purchasing behavior.

Сегментация клиентов – это большая тема для множества компаний. Правильно проведенная сегментация позволяет выявить ключевых потребителей, взаимодействие с которыми очень важно, поскольку обеспечивает компанию стабильным потоком возобновляемых и прибыльных сделок [1]. Для решения этой проблемы существует большое число самых разнообразных подходов; в настоящей работе для этого был выбран метод многомерного статистического анализа – RFM-анализ [3].

Согласно этому подходу для получения наиболее корректных результатов требуется информация о том, когда клиент последний раз совершал сделку с анализируемой компанией, количество совершенных сделок за выбранный период и общая сумма сделок. Период может быть выбран достаточно произвольно. На взгляд авторов, вследствие принятой во многих отечественных компаниях отчетности, имеет смысл анализировать данные по годам. При этом проводя расчеты за несколько периодов, и изучая возникающую динамику сегментации клиентской базы, можно установить и проанализировать то, как с течением времени меняются отношения с клиентами разных групп и категорий.

Классическая методика RFM-анализа напоминает известным многим ABC-анализ, который позволяет группировать анализируемые объекты в группы в зависимости, например, от объема реализованной продукции

или суммарной прибыли от продажи. RFM-анализ позволяет проводить трехмерное разбиение по показателям времени с последней сделки (показатель R), частоте покупок (показатель F), а также сумме покупок (показатель M) [5]. При этом естественно считать, что: а) клиенты, которые приобретали продукцию недавно, с большей вероятностью осуществят повторную покупку, чем те, которые покупали достаточно давно; б) вероятность повторных продаж будет больше, если клиенты совершали большое число покупок; в) клиенты, потратившие на покупки существенные суммы, вероятнее всего потратят их снова.

Недостатком классического RFM-анализа является то, что строящиеся разбиения предполагают одинаковое число клиентов в каждой из групп, что не представляется корректным – очевидно, что число наиболее прибыльных и крупных клиентов всегда намного меньше числа малоприбыльных и небольших компаний. Для улучшения свойств разбиений применяется модификация RFM-анализа, предполагающая использование аппарата параметризации кумулятивных кривых. В работе рассматриваются различные параметризации кумулятивных кривых в виде функций Каквани-Поддера, Раше, Арнольда, Баллоу и Парето, из которых по методу наименьших квадратов выбирается наилучшая [4]. Анализ показал, что оптимальными оказываются разные параметризации: в 40% случаев – функция Раше, в 27% – функции Арнольда и Каквани-Поддера, и в 6% – функция Баллоу. Таким образом, был сделан вывод о том, что не существует универсального способа выбора кумулятивной кривой.

Далее в зависимости от выбираемого метода полученная кумулятивная кривая разбивается на нужное число частей. В классическом RFM-анализе значения каждого показателя объединяются в пять групп, при этом код «5» присваивается наилучшим с точки зрения показателя клиентам, а «1» – наихудшим, и тогда всего возможно получение 125 различных вариантов классификации клиентов [2]. Разрабатывать рекомендации для каждого из них нелогично, поскольку потребует больших объемов ресурсов, приведет к усложнению взаимодействий с клиентами и многим другим проблемам. Поэтому число групп необходимо сократить, для чего применяется кластерный анализ – многомерная статистическая процедура, основанная на упорядочивании анализируемых объектов и объединении их в сравнительно однородные группы [4].

Метод MRFM был применен для анализа данных за 2019 год о клиентах крупного промышленного предприятия г. Новосибирска, занимающегося производством и реализацией собственной продукции, которое имеет множество филиалов по России, обладает обширной и постоянно пополняющейся клиентской базой. С помощью кластерного анализа число возможных групп клиентов сократилось до шести. Кластерный

анализ было выполнен при помощи специализированного программного обеспечения Orange, разработанного в старейшем словенском университете – Университете Любляны [6]. Оценка качества кластерного анализа выполняется на основе метода силуэтов, предложенного P.J. Rousseeuw [8]. Пример применения кластерного анализа представлен на рис. 1.

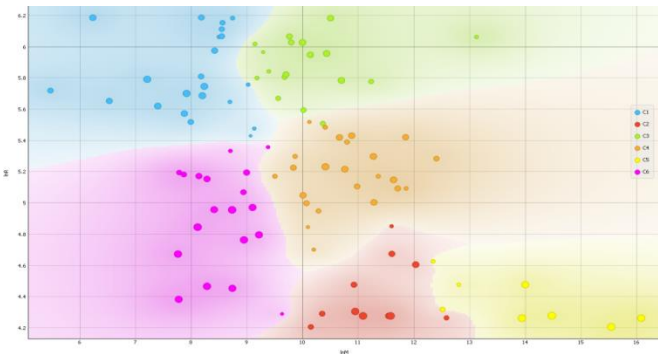


Рис. 1 – Графическое отображение кластеризации исходных данных

На рис. 1 по осям откладываются данные о показателях М и R, выраженные в логарифмических координатах для того, чтобы избавиться от присущего им эффекта масштаба. Размер точек на графике пропорционален коэффициентам силуэта, величины которых говорят о степени принадлежности клиентов к кластерам, в которые они попадают – чем больше соответствующая клиенту точка, тем более он соответствует тому сегменту потребителей, в который он попал.

Анализ данных о клиентах компании позволил выявить шесть однородных групп, характеристик которых представлены в табл. 1. Два затемненных кластера (№2 и 5) имеют наилучшие значения кодов по всем трем исследуемым показателям, следовательно, эти группы потребителей являются наиболее важными для компании, а потеря клиентов из групп №1 и 3 может пройти для компании совершенно безболезненно.

Клиентов каждой из групп нужно идентифицировать. Для этой цели можно воспользоваться матрицей выбора стратегии лояльности Рейнарца-Кумара (рис. 2), при сопоставлении которой и построенной в работе классификации (табл. 1) можно заметить очевидное сходство.

«Настоящими друзьями» считаются клиенты, которые долгое время сотрудничают с компанией, осуществляющие заказы с определенной периодичностью, для которых предлагаются специализированные условия сотрудничества. В нашем случае это представители кластеров №2 и №5, составляющие примерно пятую часть от всего числа клиентов.

Таблица 1 – Результаты кластерного анализа

Показатели Кластеры	R (код)	F (код)	M (код)	Количество клиентов	Доля от общего числа
C1	1	1	1	22	21,57%
C2	4-5	3	2-3	11	10,78%
C3	1	1-2	1	18	17,65%
C4	2-3	2	2	24	23,53%
C5	4-5	4	4-5	8	7,84%
C6	3	1	1	19	18,63%
Итого				102	100%

«Старые моряки» – это те, что имеет богатый опыт работы с компанией, но чьи объемы заказов нестабильны. Такие клиенты попадают в кластер №6, составляющий 18,63% от объёма клиентов компании. Группа «бабочек» состоит из клиентов, которые не так давно сотрудничают с компанией, но объём заказов свидетельствует о том, что они могут быть заинтересованы в плодотворном сотрудничестве. Эти клиенты объединены в кластере №4, их число – почти четверть всех клиентов. В группу «незнакомцев» относят клиентов, которые совершали одноразовые приобретения, они в кластеры №1 и 3, которые составляют наибольшую долю среди клиентов компании – 39,22%.

<i>Клиентская надежность</i>	Высокая	Бабочки	Настоящие друзья
	Низкая	Незнакомцы	Старые моряки
<i>Взаимоотношения с клиентами</i>			
		Краткосрочные	Долгосрочные

Рис. 2 – Матрица выбора стратегии лояльности клиентов [9]

Проведение MRFM-анализа позволяет с помощью статистических методов подтвердить или опровергнуть предположение о том, к какой группе стоит относить того или иного клиента, а также группировать покупателей по сегментам на постоянных, непостоянных и разовых. Систематическое проведение данного анализа позволяет проанализировать клиентскую базу в динамике и понять, меняются ли трехфакторные рейтинги (коды) клиентов. Данный метод может стать эффективным, для оценки работы торгового персонала, он позволяет определить сотрудников, которые недорабатывают при работе с клиентами.

Литература:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг / Учебник. - 2 изд., стер. - М.: ИЦ «Академия», 2002. – 208 с.
2. Титова Н.А., Щеколдин В.Ю. Разработка адресных маркетинговых стратегий на основе модифицированного RFM-анализа // Практический маркетинг. – 2015. – №4. – с. 8-16.
3. Хьюз А. М. Маркетинг на основе баз данных. – М.: Гребенников, 2008. – 448 с.
4. Щеколдин В. Ю. Выявление потребителей услуг интернет-магазинов на основе ABC-модификации факторного анализа // Логистика-евразийский мост: материалы 6 междунар. науч.-практ. конф. – Красноярск: КГАУ, 2011. – Ч. 2. – с. 186-192.
5. Щеколдин В.Ю., Долгих И.В. Применение концепции ABC при использовании факторного анализа в задаче оценки персонализации бренда // Логистика – евразийский мост: Сборник материалов 11 международной научно-практической конференции. Ч. 1. Красноярск, 2016. – с. 373-377.
6. Официальный сайт Orange Data Mining. URL: <https://orange.biolab.si/>
7. The Loyalty Guide. Volume II. – Wise Research Ltd, 2005.
8. Rousseeuw P.J. Silhouettes: A graphical aid to the interpretation and validation of cluster analysis // J. Comp. Appl. Math. 1987. V. 20. P. 53-65.
9. Reinartz W., Kumar V. The Mismanaging of Customer Loyalty // Harvard Business Review. 2002. P. 88.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ЛОГИСТОВ

А.А. Кутафина, И.Б. Адова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, adova.prof@gmail.com**

В статье проанализирован и обобщен перечень образовательных учреждений для обучения и развития логиста, значимость дополнительного образования и самообразования.

The publication studies various aspects of building and developing the professional skills of an international logistics expert. The author describes various options for the basic professional and higher education in logistics, as well as the opportunities for the further professional development through the qualification training and retraining courses.

В современных реалиях логистика является важной составляющей практически всех отраслей реальной экономики. Востребованность данной специальности крайне высока, поскольку работодатели понимают важность логистических потоков, а их эффективность во многом зависит от уровня компетенций сотрудников. Формирование, оценка и развитие профессиональных компетенций начинается с образовательного учреждения.

**Таблица 1 – Образовательные стандарты в отрасли логистики
(составлено автором по [1])**

Образовательный стандарт	Специализация	Образовательная организация
38.02.03 Операционная деятельность в логистике	Операционный логист	СПБ ГБПОУ «Колледж банковского дела и информационных систем»; ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»; АНО ПОО «Колледж администрирования и современных технологий»; ГБПОУ НСО «Новосибирский торгово-экономический колледж»; ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления».
38.03.02 Менеджмент	Логистика и управление цепями поставок	ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»
23.03.01 Технология транспортных процессов	Транспортно-экспедиционная деятельность; Транспортная логистика.	ФГБОУ ВО "Сибирский государственный университет водного транспорта"; ФГБОУ ВО "Сибирский государственный университет путей сообщения».
38.05.02 Тамо-	Таможенное	ФГБОУВО "Сибирский гос-

женное дело	дело	ударственный университет путей сообщения"
38.03.01 Экономика	Экономика логистических систем и интермодальных перевозок	ФГБОУВО "Российский университет транспорта"
23.05.04 Эксплуатация железных дорог	Транспортный бизнес и логистика	ФГБОУВО "Сибирский государственный университет путей сообщения"
38.04.02 Менеджмент	ОПОП «Логистика»	ФГБОУВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»
38.06.01 «Экономика» направленность программы	«Логистика и управление качеством»	ФГБОУВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Оставаться востребованным специалистом сейчас возможно только постоянно развиваясь, получая новые актуальные знания. Вебинары, тренинги, деловые игры, конференции и выставки помогают овладеть этими знаниями (например, TransRussia – международная выставка по грузоперевозкам, транспорту и логистике ТрансРоссия, Первый SCM Online-Саммит руководителей логистики и цепей поставок, «PRO//Движение.1520» – Международный транспортно-логистический форум).

Один из трендов в образовании, формирующих будущее логиста, является постулат «обучение как главная повседневная активность и обучение в течение всей жизни», которые так же реализуются через самообразование, изучение специальной литературы.

В настоящее время достаточно часто в область логистики приходят люди, не получившие базовое образование по направлению «логистика», поэтому очень востребована услуга по подготовке и переподготовке по направлению «транспортная логистика и ВЭД» [2]. Организации, осуществляющие подготовку, переподготовку, повышение квалификации сотрудников, предлагают курсы и корпоративные программы, разработанные под потребности конкретной коммерческой организации. Так, например, в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете (СПбГЭУ) за 2017-2019 годы программы повыше-

ния квалификации, разработанные для ОАО «РЖД»: «Логистика и управление цепями поставок» (72 часа), «Логистика, маркетинг и управление клиенто-ориентированностью на железнодорожном транспорте»(80 часов), прошли 85 железнодорожников.

Таблица 2 – Дополнительное образование в области международной логистики (составлено автором по [3])

Организатор	Наименование курсов	Развиваемые ключевые навыки
Сибирский центр логистики и таможенного дела, ООО	"Обучение по логистике, ВЭД, таможенному делу для специалистов и руководителей"	Логистика, все виды перевозок, ВЭД, Инкотермс, коды ТН ВЭД, таможенное оформление, закупки.
Российский институт дополнительного профессионального образования «ИПО» (г. Москва), обучение online	"Транспортная логистика"	Логистика, все виды перевозок, ВЭД, Инкотермс, коды ТН ВЭД, таможенное оформление, закупки.
Институт профессионального образования (г. Москва), обучение online	"Транспортная логистика", "Логистика и снабжение"	Логистика, все виды перевозок, ВЭД, Инкотермс, коды ТН ВЭД, таможенное оформление, закупки.
Международный центр подготовки кадров в области логистики	«Логистика ВЭД»	Таможенное дело и страхование грузов, международные перевозки грузов и экспедирование, оформление импорта-экспорта, информационное обеспечение логистики ВЭД

Помимо профессиональных компетенций работодатель желает видеть в своей организации сотрудников, которые разбираются не только

в логистическом деле, но и владеют технологией цифровых сервисов, имеют активную жизненную позицию, широкий кругозор, умеют смотреть за пределы своей отрасли, понимать взаимодействие данной отрасли с другими областями экономики, на сегодняшний день и в будущем. Для успешного роста в профессии логист должен обладать рядом личных качеств: аналитическое и логическое мышление, развитая интуиция, коммуникабельность, уравновешенность и самообладание, хорошая память, концентрация внимания и находчивость, умение убеждать, активность и целеустремлённость [2].

Спрос на грамотных специалистов, особенно узких направленностей, сегодня высокий. На сайтах и биржах труда спрос на работников часто больше числа соискателей на должность. Учитывая актуальность специальности, все больше и больше образовательных учреждений всех уровней образования вводят в свои направления подготовки логистику.

Литература:

1 Учеба.ру: каталог учебных заведений и программ в России и за рубежом [Электронный ресурс]: URL: <https://www.uceba.ru/> (дата обращения 15.10.2020)

2 HeadHunter: кадровое агентство [Электронный ресурс]: URL: <https://hh.ru/> (дата обращения 15.10.2020)

3 Бизнес обучение в Новосибирске [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bonsk.ru/> (дата обращения 15.10.2020)

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

Е.В. Макарова, И.М. Синяева

**Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации, г. Москва, e.v.makarova@mail.ru**

В докладе раскрыты особенности маркетинговых коммуникаций на фармацевтическом рынке. Здоровье - самое ценное, что есть у человека и то, какими лекарствами он будет лечиться во многом повлияет на исход заболевания. Именно поэтому маркетинговые коммуникации на фармацевтическом рынке приобретают большую важность. Применение цифровых технологий помогает в этих коммуникациях, они становятся более удобными и быстрыми, чем классические инструменты в маркетинговых коммуникациях.

The article shows us features of marketing communications in the pharmaceutical market. Health is the most valuable thing a person has. The choice of therapy will influence on the results of disease. That is why marketing communications in the pharma market are very important. Digitalization helps in the transmission of infor-

mation and becomes more convenient and quicker than the classical methods in marketing communications.

Каждый из нас хочет быть здоровыми, иметь хорошее качество жизни и получать качественное и полноценное лечение в случае болезни. Что же мы знаем о мире фармы, кроме того, что есть аптеки и лекарства, поликлиники, больницы и врачи. Что же такое фармацевтический рынок и из чего он состоит?

Фармацевтический рынок – это совокупность заинтересованных в производстве, продаже и потреблении лекарственных препаратов и медицинских изделий лиц: компании–производители, дистрибьюторы, персонал аптек, врачи и руководство поликлиник и стационаров, и сами пациенты.

Российский фармацевтический рынок состоит из двух основных частей:

- 1) Коммерческий сегмент. Это продажи лекарств в аптеках непосредственно потребителям.
- 2) Сегмент государственных закупок. Закупка медикаментов Министерством здравоохранения, региональными ведомствами и больницами для льготных категорий пациентов.

С точки зрения получения прибыли рынок в деньгах растет за счет рецептурных препаратов (Rx), по упаковкам несколько другая ситуация - здесь драйвером выступает сегмент безрецептурных препаратов (OTC).

Остановимся более подробно на фармацевтических компаниях и рассмотрим, как же происходят маркетинговые коммуникации. Фармацевтические компании очень разные – они могут быть российские и зарубежные (представительства); производство на территории России, локализация, либо поставки; Big Pharma или небольшие компании; специализация на небольшом количестве терапевтических направлений, либо удовлетворяющие большее количество; оригинальные или дженериковые.

Модель коммуникационного процесса состоит из нескольких ключевых элементов (рис. 1).

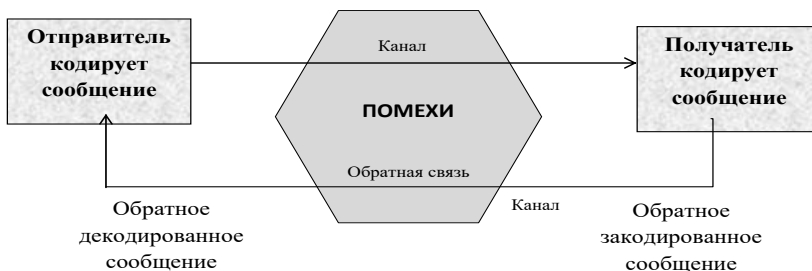


Рис. 1 - Модель коммуникационного процесса [1]

Маркетинговые коммуникации фармацевтической компании направлены на донесение до целевой аудитории (ЦА) информации о продукте (препарате): его показаниях, свойствах, противопоказаниях, побочных эффектах, совместимости с другими препаратами, доказательной базе, клинических исследованиях. Ведь именно эта информация позволит принять правильное решение в подборе терапии.

И если с ОТС сегментов все понятно – здесь часто используют рекламу на конечного потребителя – покупателя, то для Rx препаратов возможности коммуникации ограничены [2]. Rx препараты нельзя продвигать классическими способами, здесь вступает в силу закон о запрете рекламы. Это обуславливает специфику фармацевтического рынка. Поэтому для информирования о рецептурных препаратах используются образовательные мероприятия для работников здравоохранения (врачи + работники аптек) в формате:

1. Face-to-face визиты.
2. Офлайн и он-лайн образовательные мероприятия.
3. Электронные рассылки и др.

Фарма старается использовать не только личные контакты, а также взаимодействие посредством цифровых коммуникаций – быстрый, удобный и более бюджетный способ доставки информации до целевой аудитории. И здесь, в качестве поддержки, можно привести закон о телемедицине ФЗ от 29.07.2017 № 242-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья" [3], который положительно сказывается на развитие диджитал в медицине, т.к. Минздрав активно использует возможности цифровизации и проверяют здоровье россиян дистанционно, используя телемедицину.

Применяя возможности цифровизации можно построить логистическую цепочку: врач – пациент – аптека, которая будет основана на удаленной коммуникации:

- С помощью дистанционных и телемедицинских технологий врач общается с пациентом и делает назначение.
- Врач ведет пациента и может сделать назначение препаратов и пациенту будет сразу направлен электронный рецепт.
- Здесь может быть связка с интернет-аптеками и площадками.

Но применение диджитал инструментов требует ускорения и развития. Многие врачи и пациенты – консерваторы, они не используют те возможности, которые дает нам цифровизация. И здесь большую роль сыграла пандемия COVID-19. Продление изоляции заставило людей научиться коммуницировать дистанционно. Приемы в поликлиниках, которые не были переделаны под COVID, перешли на он-лайн прием и врачам и пациентам пришлось освоить этот формат [4]. Сейчас, спустя несколько месяцев с начала пандемии, многие оценили преимущества цифровых каналов коммуникации:

- Это понятно. Множество платформ для взаимодействия похожи по интерфейсу, нужно лишь один раз попробовать.
- Это безопасно. В условиях присутствия вируса, он-лайн коммуникации являются самыми безопасными для людей.
- Это удобно и экономит время. Не нужно никуда ходить.

Можно выделить основные digital инструменты маркетинговых коммуникаций на современном фармацевтическом рынке:

- Электронная рассылка.
- Образовательные вебинары.
- Профессиональные платформы, сети.
- Удаленная детализация (remote detailing).
- Мобильные приложения.
- Программы поддержки пациентов.

Если объединить технологии, Минздрав, фармацевтические компании и игроков в IT-индустрии, то можно выстроить процесс, который включает в себя: поиск препарата, электронные назначения и выписку, получение препарата из аптеки, напоминание о приеме лекарства с помощью различных информационных технологий и мобильных гаджетов, первоначальную и повторную доставку этого препарата с помощью подписки на препарат, если пациенту он выписан на длительный прием.

Фармацевтические компании, обладая большим опытом работы в системе здравоохранения и создавая бизнес в разработке различных современных информационных решений, станут серьезными драйвера-

ми в развитии информационных технологий и диджитализации фармацевтического рынка. И в скором будущем появятся новые технологии, которые еще предстоит научиться использовать в повседневной жизни.

Литература:

1. *Дафт Р.* Менеджмент. - СПб: Питер, 2007. - 864 с.
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «О рекламе». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/8fbc3d05dbc778e17bfc1b45fb7339df525c1985/. Дата обращения 17.10.2020.
3. Федеральный закон от 29.07.2017 № 242-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья". URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201707300032>. Дата обращения 17.10.2020.
4. Указ Президента РФ от 28 апреля 2020 г. N 294 «О продлении действия мер по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» / URL: <https://base.garant.ru/73964751/> Дата обращения 17.10.2020

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК ЗЕРНА НА ЭКСПОРТ

Д. С. Манзурова, Д. Ю. Гришкова
Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, manzurova-1998@mail.ru

В условиях обостряющейся конкуренции на мировом рынке весьма актуальна проблема убыточности экспорта зерна, особенно для Сибири. К альтернативным способам транспортировки грузоотправители обращаются в основном в периоды дефицита зерновозов, тогда как применение этих способов в определенных случаях может быть выгоднее, чем традиционных. В качестве решения данной проблемы предлагается построить альтернативные существующим цепи поставок зерновых с разными видами подвижного состава.

In the face of increasing competition in the world market, the problem of loss-making of grain exports, especially for Siberia, was very urgent. Alternative modes of transport were generally used by shippers during periods of cereal deficiency, whereas the use of those methods in certain cases might be more advantageous than traditional ones. As a solution to this problem, it is proposed to build alternative grain supply chains with different types of composition.

Для решения многокритериальной задачи оптимизации экспорта зерна используется метод идеальной точки:

$$A = \sum_{i=1}^k \alpha_i \left(\frac{x_i(A_j) - x_{i \text{ опт}}}{x_{i \text{ опт}}} \right)^2 \rightarrow \min,$$

где A – совокупный критерий оценки выбора подвижного состава; $i=1 \dots k$ – параметры оценки; α_i – коэффициент значимости критерия; x_i – значение i -ого параметра; $x_{i \text{ опт}}$ – значение i -ого параметра в локальном оптимуме.

Ниже представлен пример применения модели по четырем критериям при выборе подвижного состава для экспорта пшеницы:

- 1) потребное число вагонов, $\alpha_1=0,25$ (\rightarrow min);
- 2) возможность отправки больших партий, $\alpha_2=0,28$ (\rightarrow max);
- 3) стоимость перевозки, $\alpha_3=0,32$ (\rightarrow min);
- 4) срок доставки, $\alpha_4=0,15$ (\rightarrow min).

В расчетах учтены процентные отношения в структуре парков вагонов, а также результаты анкетирования на тему дефицита определенных типов подвижного состава. Аналогичным образом производятся расчеты для разных зерновых культур (рисунок 1).

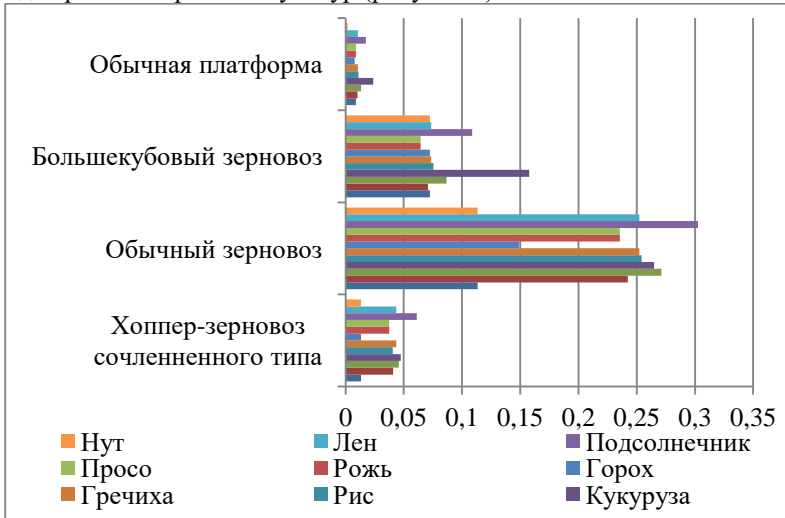


Рис. 1 – Выбор подвижного состава по методу идеальной точки для разных зерновых культур

Анализируя диаграмму можно сказать, что при заданных коэффициентах значимости критериев для всех видов зерновых самым оптимальным вариантом является контейнерная перевозка. Вторым по оптимальности выступает хоппер-зерновоз сочлененного типа. Наихудший вариант – транспортировка в обычном зерновозе.

С точки зрения надежности доставки важно оценить финансовые потери при возникновении случаев задержки в любом элементе логистической цепи. Их можно определить как сумму грузовой массы «на колесах» и арендной платы за вагон. Эти интерпретируются и как экономия Э, млн. р./год, при верном выборе подвижного состава:

$$\text{Э} = \frac{\sum P \cdot \text{Ц}_{\text{гр}}}{365} t_3 + c_{\text{ар}} \cdot t_3 \cdot \frac{\sum P}{P_{\text{ст}}},$$

где $\sum P$ – годовой объем перевозок, т; $\text{Ц}_{\text{гр}}$ – цена перевозимого груза, р./т; t_3 – время задержки, сут.; $c_{\text{ар}}$ – ставка арендной платы за вагон, р./сут.; $P_{\text{ст}}$ – статическая нагрузка, т/ваг.

Для пшеницы сутки задержки могут составить:

$$\text{Э} = \frac{11828000 \cdot 16672}{365} + 1492 \cdot 1 \cdot \frac{11828000}{60} = 637 \text{ млн.р./год.}$$

Необходимо отметить, что конкретный грузоотправитель или любой другой участник цепи поставок способен оценивать важность факторов выбора перевозки с учетом собственных интересов.

Эффективность выбора подвижного состава с точки зрения компании-оператора может быть оценена как экономическая эффективность инвестиционного проекта; рассчитывается во всех случаях для одного вагона. Внутренняя норма доходности установлена на уровне 0,25. Оценка чистого дисконтированного дохода (ЧДД) и индекса доходности дисконтированного (ИДД) представлена на рисунке 2.

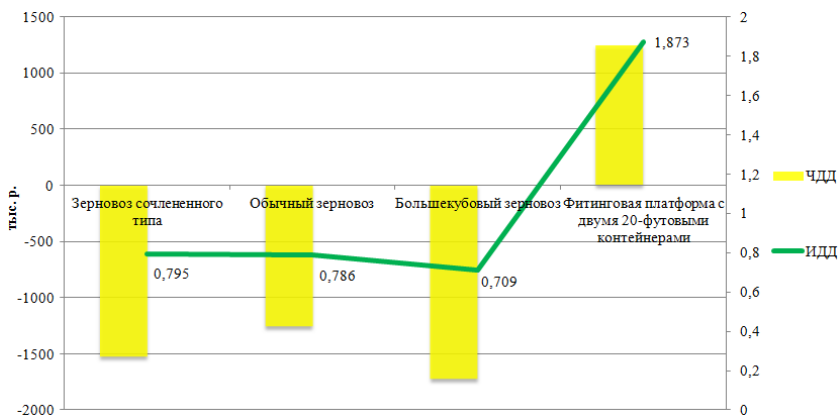


Рис. 2 – Оценка ЧДД, ИДД вариантов оперируемого подвижного состава на горизонт расчета в 10 лет

Таким образом, самым выгодным вариантом в операторском бизнесе является фитинговая платформа с контейнерами (доказана экономическая эффективность как по статическим, так и по динамическим показателям). Срок окупаемости составил 3,05 года в отличие от зерновозов в 6,73-7,94 года. В долгосрочной перспективе видится целесообразным контейнеризация грузов, в т. ч. зерновых, в условиях явно выраженной глобальной тенденции на контейнеризацию. Необходимо отметить перспективу загрузки контейнеров и платформ попутными грузами, что приводит к сокращению порожнего пробега. Для выбора фитинговых платформ в качестве оперируемого подвижного состава проведен SWOT-анализ (таблица 1). Примечательно, что в целях достижения максимальной эффективности всей цепи поставок необходима глубокая интеграция процессов доставки как промежуточного звена в глобальных цепочках добавленной стоимости.

Таблица 1 – SWOT-анализ операторской деятельности парком фитинговых платформ с контейнерами для экспорта зерна

<p>Возможность построить завершённую цепь поставок «от двери до двери»</p> <p>Высокая скорость доставки в составе контейнерных поездов на большие расстояния</p> <p>Снижение проблемы дефицита подвижного состава в пиковые периоды перевозок</p> <p>Высокое качество доставленного груза</p> <p>Предоставление дополнительных услуг клиентам</p>	<p>Низкая скорость доставки по сравнению с автотранспортом на короткие расстояния</p>
<p>Осуществление импорта через попутную загрузку порожних контейнеров, обращающихся по кольцевому маршруту</p> <p>Выстраивание логистики на новых маршрутах, в т. ч. на новые рынки сбыта</p> <p>Применение перевозочных документов международных стандартов</p> <p>Готовность к осуществлению экспорта продукции более глубокой переработки (мука и т. д.)</p>	<p>Конкуренция с операторами хопперов-зерновозов различного типа</p> <p>Конкуренция с крупными контейнерами операторами на рынке РФ</p> <p>Профицит платформ и контейнеров на рынке услуг операторских компаний</p> <p>Отсутствие развитой портовой инфраструктуры</p> <p>Конкуренция с автомобильным транспортом на относительно короткие расстояния</p> <p>Недостаточная мощность пунктов формирования поездов</p> <p>Отсутствие необходимого технического оснащения погрузки на элеваторах</p>

Литература:

1. Доклад Директора Департамента стратегического маркетинга АО «Русагротранс» Игоря Павенского «Основные тенденции в экспортных перевозках в первой половине сезона 2019/20 и прогноз на вторую половину сезона» // [Электронный ресурс] «Горная Зерновая Ассамблея 2020». Сайт АО «Русагротранс». URL:

<https://www.rusagrotrans.ru/upload/Русагротранс%20ГЗА%202020.pdf>
(дата обращения: 15.09.2020).

2. Сочлененный вагон как способ повысить эффективность перевозок [Электронный ресурс] / Сайт ПАО «НПК ОВК». URL: https://www.uniwagon.com/multimedia/media_about_us/sochlenennyj-vagon-kak-sposob-povysit-effektivnost-perevozok/ (дата обращения: 16.04.2020).

3. Перспективы грузовых железнодорожных перевозок в 2020 году: результаты опросов ИПЕМ [Электронный ресурс] / Сайт АНО «Институт проблем естественных монополий». 2020. URL: <http://www.ipem.ru/news/ipem/1899.html> (дата обращения: 02.11.2020).

4. Стандарт ОАО «РЖД». Вагоны грузовые инновационные. Правила оценки экономической эффективности. СТО РЖД 10.002-2015. Утвержден Распоряжением ОАО «РЖД» от 26.04.2016 № 768р.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ ИЗУЧЕНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

М.М. Мубаракзянова, В.Ю. Щеколдин
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, marina.mubarakzyanova@mail.ru

Работа посвящена изучению методов выявления факторов, которые влияют на интернет-пользователя в процессе совершения покупки, и построения моделей лояльности. Предлагается сравнительный анализ существующих методов и их модификаций.

The work is devoted to the study of methods for identifying factors that affect the Internet user in the process of making a purchase, and for loyalty models construction. A comparative analysis of existing methods and their modifications is offered.

Введение. Активное развитие цифровой экономики набирает обороты на российском рынке, как в центральной части страны, так и в регионах. Дополнительно рост российского рынка интернет-торговли спровоцировала пандемия коронавируса COVID-19. Специалисты Data Insight представили прогноз динамики интернет-торговли на 2020-2024 год. Согласно их исследованию, средний рост интернет-торговли с 2011 по 2019 год составил 28% в год. За эти годы рынок продаж материальных товаров вырос с 235 млрд руб. до 1,72 трлн руб. С учетом влияния коронакризиса прогноз динамики демонстрирует средний рост интернет-торговли с 2019 по 2024 год – 33,2% [5].

В настоящее время на рынке наблюдается рост числа пользователей интернет-сервисов. Данные Ассоциаций компаний интернет-торговли (АКИТ) показали, что крупнейшей категорией на рынке e-commerce стали одежда и обувь (30,2% от локального рынка), опередив цифровую и бытовую технику (29,5%). На третьем месте находится продажа продуктов питания онлайн, ее доля составила 14,1% [6].

В связи с этим на российском рынке существует плотная конкуренция между интернет-магазинами, которая требует от компаний постоянной коррекции маркетинговой стратегии и работы над привлечением новых и повышением лояльности имеющихся покупателей.

Сбор информации. Сбор данных проводится по двум направлениям – при помощи качественных и количественных исследований.

На первом этапе чаще всего проводят фокус-групповое исследование, представляющее собой неструктурированное интервью с небольшой группой респондентов. Проведение фокус-группы среди постоянных интернет-покупателей позволяет составить список факторов, характеризующих поведение покупателей в сети интернет.

На следующем этапе эти факторы используются для разработки анкеты для опроса покупателей, которые приобретали товары или заказывали услуги в интернет-магазине хотя бы один раз в течение определенного временного периода. В исследовании критерий выбора респондентов включает в себя накопленный опыт совершения покупок в интернете.

На сегодняшний день в маркетинге успешно применяется огромное число методов выявления особенностей поведения интернет-покупателей. Рассмотрим и проанализируем наиболее популярные из них (табл.1).

Анализ соответствий. Целью анализа соответствий [7] является переход от исходной матрицы факторов к новой, более простой матрице, при условии потери наименьшего объема информации. Анализ соответствий позволяет представить полученные результаты графически, что существенно облегчает их интерпретацию. Категории двух или более исследуемых дискретных переменных представляются в виде точек в пространстве малой размерности. При этом категории, имеющие сходные характеристики, будут представлены точками, лежащими близко друг к другу; и, напротив, категории с сильно различающимися свойствами будут отображаться далеко лежащими точками. Кроме того, есть возможность обнаружения выбросов и построения сегментации потребителей.

Совместный анализ. Отличительной чертой этого подхода является выявление предпочтений отдельных характеристик продукта (атрибу-

тов) и их возможных значений (уровней) на основе совместного оценивания в рамках определенного профиля, под которым понимается описание продукта с помощью выбранных атрибутов [4]. Цели совместного анализа очень разнообразны: сегментирование потребителей на основе сходства их предпочтений; определение комбинации нескольких атрибутов продукта, наиболее всего подходящей для удовлетворения запросов потребителей; оценка относительной важности отдельных атрибутов продукта для потребителей; определение рыночной доли продуктов, различающихся уровнями своих атрибутов и др. Этот метод можно применять в интернет-маркетинге для сбора необходимой информации в качестве альтернативы или дополнения к традиционным способам проведения эксперимента, а также использовать для сегментирования аудитории по определенным признакам с целью привлечения/удержания покупателей.

Комбинация факторного и кластерного анализов. В данном подходе предполагается использование двух подходов [1]. Проведение факторного анализа помогает выявить скрытые факторы (латентные переменные), которые оказывают решающее воздействие на процесс покупки, исследовать структуры взаимосвязей факторов. Кластерный анализ позволяет объединить многочисленные объекты в однородные группы. В частности, это могут быть группы интернет-покупателей с различными поведенческими характеристиками. Данная комбинация методов используется в психологических, маркетинговых исследованиях.

Таблица 1 – Сравнительный анализ методов

Название	Цель	Ограничения	Где используется
Анализ соответствий	Исследование структуры данных на основе таблиц сопряженности, построение графической интерпретации	Необходимость проверки валидности разбиения на классы, обеспечение репрезентативности выборки	Социологические и маркетинговые исследования: анализ данных, визуализация, выявление зависимостей
Совместный анализ (конджойнт)	Исследование потребительских предпочтений. Выявление атрибутов и их уровней на основе совместного	Количество атрибутов не более 7-8, большее их количество излишне для	В процессе разработки/тестировании товаров/услуг

Название	Цель	Ограничения	Где используется
	оценивания	восприятия респондента	
Комбинация факторного и кластерного анализов	Сжатие информации, анализ структуры групп потребителей, выявление групп со сходными переменными	Состав и количество кластеров зависит от выбираемых критериев разбиения. Могут возникнуть искажения	В маркетинге, социологии, психологии, экономике
АВС-модификация факторного анализа	Определение латентных факторов, группировка потребителей	Корректный выбор параметрического семейства функций	При разработке маркетинговой стратегии интернет-магазинов
Модифицированный RFM-анализ	Сегментация клиентов, наглядная визуализация результатов	Обеспечение полноты данных	Разработка адресных программ лояльности

АВС-модификация факторного анализа. Часто компании для выявления покупателей услуг интернет-магазинов прибегают к АВС-анализу и его различным модификациям. Одна из возможных схем, представленная в [2], следующая: в результате проведения факторного анализа и применения аппарата кумулятивных кривых получают наиболее информативные группы латентных факторов, обладающих хорошей объясняющей способностью. В терминах этих факторов и проводится дальнейшая сегментация потребителей. Данный метод рекомендуется на практике использовать владельцам интернет-магазинов для повышения своей конкурентоспособности.

Модифицированный RFM-анализ. Управление лояльностью клиентов позволяет выстраивать с покупателями длительные и эффективные отношения, поэтому при разработке программы лояльности необходим анализ типов покупательского поведения. Среди существующих решений стоит отметить RFM-анализ и его модификацию типа M-RFM [3]. Он предполагает построение сегментации клиентов на основе истории их покупательского поведения. С целью подтверждения правильности сегментации клиентов и выбора стратегий лояльности для адресных групп можно совместить результаты M-RFM-анализа и матрицы выбора

стратегии лояльности Рейнарца-Кумара [8]. Модифицированный анализ позволяет строить удобные визуализации получаемых результатов.

Выводы. В работе были изучены наиболее популярные методы выявления особенностей поведения интернет-покупателей. В результате сравнительного анализа можно сделать вывод, что тщательное сегментирование потребителей товаров и услуг получается в результате исследования интернет-потребителей с помощью модифицированного RFM-анализа. Метод дает понимание, какой из сегментов является наиболее привлекательным и прибыльным, а какие из клиентов требуют повышенного внимания. Благодаря совмещения M-RFM-анализа и методики Рейнарца-Кумара исследователь получает наглядное представление результатов. Данную модификацию можно предложить интернет-магазинам, которые имеют историю покупательского поведения, т.к. исследование проходит на основе клиентской базы. Модификация позволяет разработать эффективную программу лояльности для каждого из сегментов. Для компаний только входящих на рынок или владельцам существующих интернет-магазинов эффективно использование ABC-модификации факторного анализа. Он позволит определить какую категорию клиентов привлекать и к каким требованиям владелец должен удовлетворить для успешного запуска своего проекта.

Каждый из методов требует повторного исследования через определенное время чтобы соответствовать конкуренции на рынке.

Литература:

1. *Давий А.О., Ребязина В.А., Смирнова М.М.* Барьеры и драйверы при совершении интернет-покупок в России: результаты эмпирического исследования // Вестник СПбГУ. Менеджмент. – 2018. Т. 17. Вып. 1. С. 69-98.

2. *Щеколдин В.Ю.* Выявление потребителей услуг интернет-магазинов на основе ABC-модификации факторного анализа // Логистика-евразийский мост: материалы 6 междунар. науч.-практ. конф. (Красноярск, 2–3 марта 2011 г.). – Красноярск: Изд-во КГАУ, 2011. – Ч. 2. – С. 186–192.

3. *Цой М.Е., Щеколдин В.Ю., Лежнина М.Н.* Построение сегментации на основе модифицированного RFM-анализа для повышения лояльности потребителей // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18. – №21. – С. 3113-3134.

4. *Лысенко М.Ю., Щеколдин В.Ю.* Совместный анализ как метод оценки потребительских предпочтений и его применение для формирования эффективных рекламных объявлений // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18. – №21. – С. 3274-3288.

5. Электронная торговля 2020 – 2024, прогноз Data Insight // Data Insight [Электронный ресурс]. – URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020_2024 (дата обращения: 27.10.2020).

6. Доля интернет-торговли впервые превысила 10% от оборота ритейла в России // Retail.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.retail.ru/news/dolya-internet-torgovli-vpervye-prevysila-10-ot-oborota-riteyla-v-rossii-10-sentyabrya-2020-197614/>

7. Шафур М.А. Анализ соответствий: представление метода // Социология: 4М. – 2009. №28. – С. 29-44.

8. Reinartz W., Kumar V. The Mismanaging of Customer Loyalty // Harvard Business Review. – 2002. – P. 88.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО МЕТОДИКЕ ФАТХУТДИНОВА Р.А. (НА ПРИМЕРЕ ПАО «АКРОН»)

**В.И. Показилов, Д.Б. Батуев, В.В. Колочева,
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, big-arbiter@mail.ru**

Статья посвящена особенностям оценки конкурентоспособности предприятий по методике Фатхутдинова Р.А. В качестве примера, выполнена оценка конкурентоспособности ПАО «Акрон» по данной методике.

The article is devoted to the specifics of assessing the competitiveness of enterprises using the method of Fatkhutdinov R.A. As an example, the competitiveness of PJSC «Acron» was assessed using this method.

В рыночных условиях важнейшим показателем, обеспечивающим экономический успех и процветание любого коммерческого предприятия, является его конкурентоспособность.

Конкурентоспособность предприятия складывается из множества факторов: качества производимой продукции; себестоимости производимой продукции; разработки новых видов продукции, имеющей признаки «ноу хау»; наличию высококвалифицированных кадров; созданию и поддержанию требуемого уровня имиджа компании; стабильности поставок сырья по оптимальным ценам и т.д.

Конкуренция на российском рынке минеральных удобрений очень сильная. Так, в настоящее время, вместе с ПАО «Акрон» на российском рынке присутствуют еще четыре крупных производителя химических удобрений [1]: «Еврохим», «Фосагро», «Уралкалий», «Уралхим». Со-

гласно годовым отчетам ПАО «Акрон» за последние 3 года (2017-2019 гг.), стратегическими приоритетами компании являются решение вопросов усиления собственных конкурентных преимуществ.

В настоящее время имеется большое количество различных методов оценки предприятия, которые выбирают на основании специфических особенностей предприятия, его перспектив развития и возможностей маневра для адаптации под требования рынка.

Рассмотрим особенности оценки конкурентоспособности предприятий по методике Фатхутдинова Р.А. [2], относящейся к продуктовым методам оценки. Этот автор рассматривает конкурентоспособность предприятия как относительную категорию. Выбор в качестве базы сравнения одного или нескольких конкурентов позволяет ранжировать конкурентные позиции анализируемых предприятий. Данная методика будет использоваться далее при оценке конкурентоспособности предприятия ПАО «Акрон».

В методике предусмотрен расчет уровня конкурентоспособности как средневзвешенной величины по показателям конкурентоспособности конкретных товаров на конкретных рынках. Для интегральной оценки конкурентоспособности предприятия в статике (фактическая конкурентоспособность) предлагается формула, учитывающая весомость товаров и рынков, на которых они реализуются:

$$K_{ф.орг} = \sum_{i=1}^n a_i b_j K_{ij} \rightarrow 1 \quad (1)$$

где a_i – удельный вес товара в объеме продаж за анализируемый период (определяется долями единицы $i = 1, 2, 3, \dots, n$); b_j – показатель значимости рынка, на котором представлен товар организации (для промышленно развитых стран: США, Японии, стран Евросоюза, Канады и др. значимость рынка рекомендуется принимать равной 1,0; для остальных стран – 0,7; для внутреннего рынка – 0,5); K_{ij} – конкурентоспособность i -го товара на j -м рынке.

Для расчета интегрального показателя конкурентоспособности предприятия, была собрана необходимая информация с сайта ПАО «Акрон» [3], используя в первую очередь данные годового отчета. Структура выручки ПАО «Акрон» за 2019 г. по видам продукции и по регионам мира представлена на рисунке 1.

Структура выручки по видам продукции в 2019 году, %



- 47 ● Азотные удобрения
- 34 ● Сложные удобрения
- 5 ● Продукция неорганической химии
- 4 ● Продукция органического синтеза
- 4 ● Аммиак
- 3 ● Апатитовый концентрат
- 3 ● Услуги и прочее

Структура выручки по регионам в 2019 году, %



- 25 ● Латинская Америка
- 20 ● Европа
- 15 ● Россия
- 15 ● США и Канада
- 11 ● Азия (не вкл. Китай)
- 6 ● Китай
- 3 ● СНГ (не вкл. Россию)
- 5 ● Африка и прочие страны

Рис. 1 – Структура выручки ПАО «Акрон» за 2019 г. по видам продукции и по регионам мира

Из приведенных данных видно, что взятые для расчета интегральной оценки конкурентоспособности предприятия товары А и Б (азотные и сложные удобрения) в составе выручки предприятия составляют 81 % от общей суммы выручки. По этим двум ключевым продуктам и был произведен расчет интегрального показателя.

Распределение выручки ПАО «Акрон» по регионам мира в 2019 г. приведено на рисунке 2 [4].

Регион	2019 год	2018 год	Изменение [%]
Латинская Америка	28 547	22 291	+28
Страны Евросоюза	22 707	20 890	+9
Россия	17 179	19 937	-14
США и Канада	17 395	13 598	+28
Азия (не включая КНР)	12 373	12 931	-4
КНР	7 133	7 242	-2
Другие регионы	6 271	5 197	+21
СНГ	3 230	5 976	-46
Итого	114 835	108 062	+6

Рис. 2 – Распределение выручки ПАО «Акрон» за 2019 г. по регионам мира

На основании выше приведенных данных, полученных из годового отчета ПАО «Акрон» за 2019 г. [4], была составлена таблица с исходными данными для расчета интегрального показателя конкурентоспособности предприятия (табл 1).

Таблица 1 – Исходные данные для расчета интегральной оценки конкурентоспособности предприятия ПАО «Акрон»

Показатели	Товары предприятия						Сумма
	Товар А			Товар Б			
Рынок, на котором представлен товар	Развитые страны	Остальные страны	Внутренний рынок	Развитые страны	Остальные страны	Внутренний рынок	
Показатель значимости рынка	1,0	0,7	0,5	1,0	0,7	0,5	
Уровень конкурентоспособности товара на данном рынке	0,98	1,18	0,99	1,18	1,31	1,24	
Объем продаж товара на данном рынке, млн. руб.	18 840	27 038	8 071	13 643	19 580	5 844	93 016
Удельный вес товара в объеме продаж	0,20 25	0,29 07	0,08 68	0,146 7	0,210 5	0,062 8	1,0

Был выполнен расчет интегрального показателя фактической конкурентоспособности предприятия ПАО «Акрон» по формуле (1):

$$K_{ф.орг} = (0,2025*1,0*0,98) + (0,2907*0,7*1,18) + (0,0868*0,5*0,99) + (0,1467*1,0*1,18) + (0,2105*0,7*1,31) + (0,0628*0,5*1,24) = 0,89$$

Анализ представленных в таблице 1 данных и рассчитанного интегрального показателя конкурентоспособности предприятия ПАО «Акрон» по итогам 2019 г. позволяет сделать следующие выводы:

1) Конкурентоспособность предприятия ПАО «Акрон» находится на достаточно высоком уровне в секторе производства минеральных удобрений.

2) В структуре товарной массы ПАО «Акрон» 85% продукции реализуется на внешнем рынке. Из них 35% – на рынках высокоразвитых стран, 50 % – на рынках развивающихся стран и 15% реализуется на внутреннем рынке России.

3) ПАО «Акрон» делает акцент на производство передовых и высокомаржинальных видов минеральных удобрений – сложных комплексных удобрений (НПК). Эти удобрения все более востребованы как на рынках технологически развитых стран, так и на рынках развивающихся стран (страны Юго-Восточной Азии).

Проведенная оценка конкурентоспособности ПАО «Акрон» по методике Фатхудинова Р.А. позволяет дать рекомендацию данному предприятию максимально увеличивать объемы производства и продаж сложных комплексных удобрений, как более высоко маржинального продукта, имеющего все увеличивающийся спрос на мировом рынке.

Литература:

1. 200 крупнейших частных компаний России по версии Forbes за 2019 год [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.ru/rating/383547-200-krupneyshih-chastnyh-kompaniy-rossii-2019-reyting-forbes> (дата обращения: 23.09.2020 г.).
2. Фатхудинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.
3. Сайт ПАО «Акрон» [Электронный ресурс] URL: <https://www.acron.ru/> (дата обращения: 25.09.2020 г.).
4. Страница сайта Центра раскрытия корпоративной информации по ПАО «Акрон» [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=357&type=2> (дата обращения: 25.09.2020 г.).

МАРКЕТИНГ 4.0 КАК РЕАКЦИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ МОДЕЛИ

А.Я. Потемкин, А.Е. Архипов

**Сибирский государственный университет водного транспорта,
г. Новосибирск, archi-197@mail.ru**

В статье рассмотрены этапы эволюции маркетинговой концепции с точки зрения изменения потребительских предпочтений. Делается вывод о необходимости для компаний формирования инновационного маркетингового инструментария, в наибольшей степени учитывающего трансформацию информационной и коммуникационной рыночных сред.

The article discusses the stages of the evolution of the marketing concept from the point of view of changing consumer preferences. The conclusion is made about the need for companies to form innovative marketing tools that take into account the transformation of information and communication market environments to the greatest extent.

Формирование устойчивых коммуникаций с носителями реального или потенциального спроса может рассматриваться компаниями в качестве одной из приоритетных проблем развития своего бизнеса сегодня.

Маркетинг как рыночная концепция производственно-сбытовой и научно-технической деятельности предприятия, основанный на изуче-

нии рынка и рыночной конъюнктуры, зародился в конце XIX века в США. Эволюция маркетинговой концепции является одним из наиболее популярных направлений исследований теории и практики маркетинга, позволяющая определять целевые ориентиры и инструментарий, применяемый предпринимателями для завоевания целевого рынка. Канонически выделяют пять этапов формирования маркетинговой концепции:

- 1) производственная концепция;
- 2) продуктовая (товарная) концепция;
- 3) сбытовая концепция (концепция интенсификации коммерческих усилий);
- 4) концепция традиционного (чистого) маркетинга;
- 5) концепция социально-этического маркетинга.

Переход от одной концепции к другой определялся тем, что ресурс повышения эффективности коммерческой деятельности на том или ином этапе исчерпывался. Например, кризис перепроизводства в США в конце 1920-х годов предопределил смену ориентира предпринимательства: от стремления снизить издержки производства за счет увеличения объемов выпуска продукции переориентировались на повышение качества продукции. Либо на функционирование субъектов бизнеса накладывались некие ограничения. Например, в 1980-х годах развернулась активная борьба за сохранение природных ресурсов, что послужило причиной перехода к концепции социально-этического маркетинга [1].

В 2011 году в нашей стране вышла книга Филипа Котлера, Айвена Сетиавана и Хермавана Картаджая «Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе». Авторы предложили рассматривать эволюцию маркетинговой концепции с несколько иных позиций. Маркетинг 1.0 концентрировался на проблемах производства и практически полностью совпадал с этапами производственной и продуктовой концепций маркетинга. Стремление компаний производить лучший товар по приемлемой цене оправдан в том случае, когда унификация и стандартизация процедур производства и распределения совпадает с унификацией и стандартизацией потребительского поведения. Генри Форд, часто упоминаемый как лучший бизнесмен XX века, создав «автомобиль столетия» Ford-T, сформулировал и лозунг, наиболее точно отражающий концепцию Маркетинга 1.0. Его слова: «Цвет автомобиля может быть любым, при условии, что он черный» по существу лишали потребителя выбора.

Повышение уровня жизни населения предопределило усложнение потребительского поведения. Дифференциация спроса требовало дифференциации предложения. Как ответ на вызов времени в 1960-х годах возникли предпосылки формирования новой концепции, которую Фи-

лип Котлер назвал Маркетингом 2.0. Потребительский выбор, ориентированный на товары с оптимальным, на взгляд покупателя, соотношением «цена – качество» потребовал от производителей поиска путей удовлетворения этого спроса. Ситуация для компаний была абсолютно безальтернативной: «Потребитель всегда прав!» [2].

Основоположником концепции, которую Филип Котлер назвал Маркетинг 3.0, можно назвать американского экономиста индийского происхождения Коимбатура Кришнарао Прахалада. Именно он в начале XXI века в своей книге, написанной в соавторстве с Венкатом Рамасвари, «Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности с потребителем», призвал рассматривать потребителя не «пассивной мишенью для маркетинговых стрел», а полноправным партнером в «мире двусторонних связей» [3]. Филип Котлер делает вывод о том, что в рамках Маркетинга 3.0 потребители, наделенные мыслями, идеями и душой, стремятся выбирать товары, «способные улучшать мир» [2].

В 2019 году в России вышла книга Филипа Котлера, Айвена Сеттивана и Хермавана Картаджая «Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернет». Авторы убеждены, что цифровизация экономике требует от маркетинга оптимального сочетания on-line и off-line технологий взаимодействия рыночных субъектов. В условиях, когда бизнес становится прозрачнее, а потребители – лояльнее, технологии должны дополняться «душой» для формирования устойчивых моделей обменов между производителями и покупателями [4].

В этой связи любопытно проследить трансформацию потребительского поведения с точки зрения формирования потребительских страт, характеризующихся принадлежностью к различным возрастным категориям. Смена поколений, происходящая каждые 20 лет, характеризовалась сменой приоритетов, которыми руководствовались покупатели при совершении коммерческих сделок.

Люди, родившиеся в 1940-1960 годы, принадлежат к поколению «бэби-бумеров». Для них в качестве основных жизненных ценностей можно отметить идеализм и оптимизм, а также стремление обладать товарами, подчеркивающими их статус. Они были мотивированы на достижение личностного роста и заботой о здоровье. Сегодня этим потребителям от 60 до 80 лет, они до сих пор активны и в экономической и социальной сферах. Вместе с тем, они являются «уходящей натурой». Экстраполируя жизненный цикл покупателей на теорию жизненного цикла товара, их можно назвать «неудачниками», значимость которых для компаний-производителей ежегодно резко снижается. Цель компа-

ний по отношению к ним можно сформулировать в терминах «получение остаточной прибыли» и «цивилизованный уход с рынка».

Поколение, родившееся в 1960 – 1980 годах (поколение X), люди которым от 40 до 60 лет, принципиально другие. Для них характерны прагматичность и склонность рассчитывать всегда только на себя. Они всегда информированы, не разграничивают «личное и общественное». Этим потребителей можно назвать «потребителями-занудами». Они в наибольшей степени соответствуют парадигме Маркетинг 2.0, оценивая все плюсы и минусы товара, стремятся к «лучшему выбору». С точки зрения этапов жизненного цикла потребителей – зрелость. Они призваны стабилизировать прибыль компаний-производителей. Именно эту группу потребителей Ф. Котлер назвал «дойными коровами» и «деревьями плодоносящими золотыми яблоками».

Поколение Y (родившиеся в 1980 – 2000 годах) уверено в себе и нацелено на получение немедленной награды. Они прекрасно разбираются в технике, вместе с тем, они в погоне за «потребительской выгодой», и, рискуя, могут совершать довольно наивные покупки. Именно они сегодня занимают топ-позиции в среднем и малом бизнесе, отличаются наивысшей покупательской способностью и приносят основные прибыли компаниям-производителям. Именно эти «потребители-мечтатели» являются «звездами» и «цветами». Для них характерно следование принципу «Время – деньги», они руководствуются идеей, сформулированным Ф.Котлером: «Кому я доверяю собрать для меня информацию и, по сути, сделать выбор».

Поколение, идущее на смену всем и всему, - поколение Z. Они только появились не только на потребительском рынке, но и на белом свете вообще. Им от 20 и меньше. Для них характерно стремление, уйдя в виртуальную реальность, реальному общению предпочитать общение в социальных сетях. Вместе с тем, для них характерно построение исключительно крепких социальных связей, исключающих включение в «круг посвященных» чужих. Ими трудно манипулировать, материальным ценностям они склонны предпочитать нематериальные (признание авторитета, личный моральный комфорт, принадлежность к субкультуре). С точки зрения жизненного цикла потребителей, они «трудные дети» или «дикие кошки». Влияние авторитета потребителей поколения Y с каждым годом для них неуклонно снижается [5]. Именно эти потребители, число которых будет ежегодно многократно возрастет, и станут в самом недалеком будущем основным объектом маркетинга 4.0. Именно на них будет направлено основное внимание компаний, которые при продвижении своих продуктов будут использовать такие, например, инструменты маркетинговых коммуникаций, как рекламу с использова-

нием Facebook и Instagram; интерактивный видео контент с круговым обзором; Веасон-технологии и т.д.

Литература:

1. *Архипов А.Е., Севрюков И.Ю.* Приоритетность маркетинговых коммуникаций в условиях глобализации экономики // Проблемы современной экономики. – 2015. - №1 (53). – С. 163 – 165.
2. *Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А.* Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. – М.: Эксмо, 2011. – 240 с.
3. *Прахалад К.К., Рамасвами В.* Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями. – М.: Олимп-Бизнес, 2006. – 352 с.
4. *Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А.* Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете. – М.: Бомбора, 2019. – 224 с.
5. *Архипов А.Е., Масленников С.Н., Севрюков И.Ю.* Моделирование бизнес-процессов компании: подходы, принципы, влияние глобализации // Проблемы современной экономики. – 2019. - №1 (69). – С. 59 – 62.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В РАБОТЕ С ДЕТЬМИ С РАССТРОЙСТВОМ АУТИСТИЧЕСКОГО СПЕКТРА (РАС)

**В.Д. Проскурина, Л.М. Загорская,
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, victoriya.prosckurina@yandex.ru**

Статья посвящена актуальной проблеме – работе культурно-досуговых учреждений с особенной аудиторией – детьми с расстройством аутистического спектра (РАС). Актуальность работы с данной целевой аудиторией подтверждена статистическими и аналитическими данными, обоснована эффективность услуг КДУ в развитии коммуникативных способностей таких детей. Поставлены цель и задачи разработки маркетингового инструмента для продвижения подобных услуг в г. Новосибирске. В качестве основной выбран виртуальный канал коммуникации. Приводятся результаты исследований ЦА по определению эффективности виртуальных экскурсий как способа продвижения услуг КДУ в условиях пандемии, включая детей с РАС.

The article is devoted to the actual problem of cultural and leisure institutions - working with a special audience - children with autism spectrum disorder (ASD). The

relevance of work with this target audience is described, the effectiveness of KDU services in the development of the communication skills of such children is substantiated. The task is to develop a marketing strategy to promote such services in Novosibirsk. The virtual strategy of mass communications was chosen as the main one. As an example, the effectiveness of virtual excursions is proved as a way to promote KDU services in a pandemic, including children with ASD.

В последнее время в России актуализируется процесс социально – культурной реабилитации людей с различной степенью инвалидности, позволяющий таким людям адаптироваться и нормально функционировать в окружающей социально-культурной среде, также функционирует разветвленная инфраструктура учреждений и организаций, предназначенная для социальной и социально-культурной реабилитации. Один из трендов современного сервиса – персонализация услуг, индивидуальный подход к каждому человеку. Соответственно, потребность в инклюзивных технологиях как раз формируется под влиянием особенностей личности, индивида. Работа с инклюзией – учет различных особенностей, в том числе психофизиологических особенностей восприятия, мышления и способов коммуникации у аутистов. Просвещенность в вопросе инклюзии и инклюзивного театра, а также социально-культурной реабилитации в России довольно низка. В Новосибирске этот рынок практически не развит и не освещен в информационных источниках, научной литературе и СМИ. Рынок культурно-досуговых учреждений, работающих с детьми с РАС в Новосибирске также только, начинает свое развитие. Необходимо расширение информативного поля и общение культурно-досуговых учреждений с потенциальными зрителями, не только с посетителями с РАС (детьми с РАС и их родителями), просвещение другой аудитории в области инклюзии и инклюзивных проектов.

Для этого возникает необходимость разработки специального инструмента социального маркетинга для продвижения услуг культурно-досуговых учреждений в отношении данной целевой группы и всех заинтересованных лиц.

Объектом данного исследования стали культурно-досуговые учреждения, использующие альтернативные технологии для работы с детьми с расстройством аутистического спектра (РАС). Предметом – маркетинговый инструмент для продвижения услуг КДУ для данной целевой аудитории. Об актуальности темы свидетельствуют данные статистики аутизма в России: в 2015 году было зарегистрировано около 18 тыс. детей, в 2016 - 22 тыс., а в 2018 уже 31 415 человек. В Новосибирской области, по данным на 2018 год, один аутист приходится на 3304 жителя. Из расчета, что 1% детей имеет РАС, а общее количество детей

в Новосибирской области — 587 639 человек, то всего детей с РАС 5876 человек (на 2019 год). По данным ВОЗ (2019 года) в среднем в мире 1 ребенок из 160 имеет РАС. Кроме того, в современных условиях пандемии спрос на виртуальные услуги (в частности, гейминг) увеличился. Страх ходить в людные места, особенно у нашей целевой аудитории возрос.

В работе с детьми с расстройством аутистического спектра деятельность КДУ направлена на понятие, принятие и развитие индивидуальности и неповторимости каждого такого ребенка с использованием культурно-творческих и сервисных технологий.

Исследование данной проблемы идет поэтапно, на первом этапе (2018-2019 год) были проведены следующие исследования: в социальной сети Instagram был проведен опрос на предмет знакомства аудитории, а также исследование поисковых запросов по наименованию «инклюзия», «инклюзивный театр», «аутизм», «работа с аутистами», «работа с аутистами в КДУ». Результаты опросов продемонстрировали низкую осведомленность в вопросе инклюзии и инклюзивного театра, а также социально-культурной реабилитации в России в целом и Новосибирске, в частности. Анализ рынка культурно-досуговых услуг в Новосибирске показал, что подобных услуг для детей с РАС мало, а некоторые проекты единичны и непостоянны.

Второй этап – это исследование и поиск наиболее эффективных в условиях пандемии каналов продвижения услуг для данной целевой аудитории.

Нами был проведен опрос на тему «Использование виртуальных технологий как инструмента маркетинговых коммуникаций для продвижения услуг по работе с детьми с расстройством аутистического спектра (РАС) для культурно-досуговых учреждений г. Новосибирска» с целью поиска наиболее эффективной технологии коммуникации с детьми с РАС. В опросе приняли участие 27 человек, среди которых 7 человек – родители ребенка с РАС или ухаживают за таким ребенком, также ответили на вопросы работники сферы культуры и представители других профессий, в том числе и волонтеры, которые, в частности работали с детьми с РАС.

Было отмечено, что 18 человек являются пользователями услуг культурно-досуговых учреждений, 15 из них узнают о мероприятиях из интернета и социальных сетей, другие от знакомых. В связи с пандемией все ответившие стали посещать культурные мероприятия реже. 11 человек стали пользоваться виртуальными культурно-досуговыми услугами. 33,3% ответивших смотрят записи спектаклей, концертов и т.д., 29,6% посещают мероприятия онлайн, 18,5% становятся участниками

виртуальных мастер-классов, 11,1% наравне смотрят виртуальные экскурсии и участвуют в онлайн-играх. 24 из 27 человек знакомы с понятием «Расстройство аутистического спектра». 10 человек из 27 являются пользователями услуг культурно-досуговых учреждений для детей с РАС. Узнают о подобных мероприятиях из интернета, социальных сетей и от знакомых. 7 из них (43,8%) хотели бы посетить виртуальную экскурсию, другие увидеть прямую трансляцию событий (25%), а также онлайн-игру (18,8%). 17 человек считают эффективным использование виртуальных технологий для ребенка с РАС. Среди представителей КДУ только один ответ из двух «ДА» на вопрос «Являетесь ли вы представителем КДУ, предоставляющим услуги для детей с РАС?». Среди технологий, которые используются отмечены онлайн-игра и развивающие занятия.

Мы предлагаем остановиться на разработке виртуальных экскурсий по КДУ для детей с РАС, которая будет включать знакомство со спецификой культурно-досугового учреждения, развивающих платформ с использованием игр, прямые эфиры событий с использованием специальных технологий показа для детей с РАС.

В целом, подобные экскурсии должны строиться на «офлайн» законах построения события для детей с РАС. А именно: до начала экскурсии каждому ребенку на доступном для него уровне следует объяснить правила поведения в музее. Простым и понятным языком (можно включить это как игру с выбором ответа, мультфильм или графика на тему «Я иду сегодня в...»). Не менее важной является подготовка культурного пространства. Для детей с аутизмом в КДУ должна быть предусмотрена комната сенсорной разгрузки, предпочтительнее с приглушенной световой и звуковой стимуляцией. Организацию экспозиции следует по возможности адаптировать для потребностей людей с аутизмом. То есть и виртуальное пространство необходимо выстраивать с учетом цветовой, световой и аудио нагрузки на ребенка с РАС.

Так, ребенок может испытывать страх посещения людного места, особенно в период пандемии. Виртуальная реальность и компьютерный мир могут стать выходом для тренировки социальных навыков, перед ребенком может быть смоделирована ситуация похода в культурное учреждение, а виртуальная экскурсия поможет погрузиться в то или иное мероприятие. Ребенку будет менее страшно, но тем и интереснее. Кроме того, такая виртуальная тренировка подготовит ребенка к реальному походу в КДУ. Конечно, создание виртуальной реальности, как таковой, требует больших денежных затрат. В этой статье мы предлагаем начать с разработки простых виртуальных экскурсий для детей с

РАС с использованием элементов компьютерных, преимущественно развивающих игр и виртуальной реальности.

Индустрия виртуальной реальности играет огромную роль в развитии коммуникативных способностей, ориентации и социализации детей с РАС, а также это поможет обычным людям узнать больше об аутизме.

Литература:

1. Альтернативные культурно-досуговые технологии: монография / Л.М. Загорская, В.А. Назаркина ; отв. ред. Л. М. Загорская. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017.- 152 с.

2. Lisa Campisi, Nazish Imran, Ahsan Nazeer, Norbert Skokauskas, Muhammad Waqar Azeem. (2018). Autism spectrum disorder. British Medical Bulletin. 127, 91-100;

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ

К.А. Соколова, М.Е. Цой

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, socolova97@mail.ru**

В работе проведен анализ подходов эффективности рекламных кампаний в среде интернет и выделены основные проблемы, связанные с этим вопросом. Рассмотрены основные метрики инструментов интернет-маркетинга и предложены варианты оптимизации оценки эффективности рекламных инструментов.

The paper analyzes the approaches to the effectiveness of advertising campaigns on the Internet and highlights the main problems associated with this issue. The main metrics of Internet marketing tools are considered and optimization options are proposed for evaluating the effectiveness of advertising tools.

Для предприятия совершенно любой сферы и бизнеса реклама подразумевает окупаемость вложений, поэтому оценка эффективности онлайн и офлайн рекламы является одной из важнейших задач, стоящих перед маркетологом. Именно оценка эффективности позволяет определить насколько результативна была проведена реклама, какие рекламные площадки и инструменты принесли наибольший результат, оптимально ли был использован рекламный бюджет, как повысить эффективность рекламных мероприятий в дальнейшем.

Еще Филип Котлер писал [5, с. 602]: «Правильное размещение рекламы и управление рекламной кампанией во многом определяются

оценкой их эффективности. Однако фундаментальных исследований по оценке эффективности рекламы крайне мало».

Проведенный нами анализ подтвердил данное высказывание. Не смотря на многообразие различных публикаций, методик оценки эффективности рекламы, действительно, недостаточно. При изучение данного вопроса были выделены следующие проблемы:

- Отсутствие единых общепризнанных методов оценки эффективности рекламных кампаний в Интернете.
- Существующие методики оценивают отдельные показатели инструментов интернет-маркетинга, чего недостаточно для общей оценки эффективности. При этом, не прослеживается зависимость показателей друг от друга, их значимость, отсутствуют нормы значений. Существующие методики позволяют, главным образом, оценить количественные показатели, забывая о качественной информации и ее оценке для эффективности рекламных кампаний.

Данные проблемы вызывают следующие последствия - многие фирмы мало используют интернет-рекламу, так как имеют только смутное представление о способах оценки эффективности рекламы в Интернете, что тормозит развитие и ослабляет позицию компании на рынке. [6].

На сегодняшний день существует распространенный метод оценки эффективности рекламных кампаний в среде интернет. Метод основывается на контроле основных KPI. (Ключевые показатели эффективности (англ. Key Performance Indicators, KPI) — это числовые показатели деятельности, которые помогают измерить степень достижения целей или оптимальности процесса, а именно: результативность и эффективность) [7]. В Таблице 1 представлены основные KPI по разным видам деятельности инструментов интернет-маркетинга.

Таблица 1 – Основные метрики для каждого вида деятельности

Инструменты интернет-маркетинга	Основные KPI
Реклама с оплатой за показы.	Reach, Views, CPM, CPV, CR.
Реклама с оплатой за клик по объявлению .	CPC, CPV, CTR, CPA.
Поисковая оптимизация	Organic traffic, CPC, Visibility, Backlinks, CR.
Юзабилити сайта	TSS, PPV, BR, процент брошенных корзин.
SMM и YouTube	Followers, Love Rate, Talk Rate, Amplification rate, Social traffic, Audience growth rate, Engagement Rate.
Email-маркетинг	Open Rate, UR, Forward Rate, CTOR.
Контент-маркетинг	TSS, PPV, BR, readability, Likes, Comments, Shares, Engagement Rate, Traffic, Backlinks, CR.

В таблице представлены только основные показатели. Рассмотрим с оплатой за клик по объявлению. показателями данного инструмента являются:

- Cost Per Click (CPC) – стоимость клика по рекламной записи. Соотношение бюджета рекламной кампании и кликов по рекламной записи.

- Cost per view (CPV) - стоимость одного просмотра. Частное бюджета рекламной кампании и общего числа просмотров.

- Click-through rate (CTR) - соотношение числа сделанных кликов к количеству показов (кликабельность), т.е. означает, сколько процентов посетителей перешли по рекламе из общего числа просмотров.

- Cost Per Action (CPA) – цена за целевое действие. Частное бюджета рекламной кампании и количества целевых действий.

Однако, при анализе рекламы по данным показателям сложно адекватно оценить ее эффективность, так как отсутствует понимание оптимального значения каждой метрики и важности показателей. Для каждого инструмента интернет-маркетинга эксперты выделяют более 20 видов метрик. Как среди них выделить наиболее важный? - сделай предложение без вопроса, потому что это уже конец статьи и на вопрос не успеешь ответить.

В условиях динамичного развития кризиса и сложной эпидемиологической ситуацией использование инструментов интернет маркетинга для продвижения становится необходимостью современных компаний. Они вкладывают деньги в рекламу, оплачивают услуги специалиста, но многие так и не знают, как оценить эффективность этих вложений. На сегодняшний день отсутствует, какая-либо комплексная методика, по которой можно было бы оценить эффективность инструментов интернет-маркетинга. Поэтому необходимо изучить инструменты интернет-маркетинга, их особенности, основные показатели и на основе полученной информации разработать интегрированный подход к оценке эффективности рекламных кампаний в среде интернет.

Литература:

1. Березин, И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение [Текст] / И.С. Березин. - М.: Вершина, 2010. - 480 с.
2. Биленко, А.А. Оценка результатов рекламной кампании [Текст] / А.А. Биленко // Управление развитием. - 2014. - № 5. - С. 21-2
3. Мудров, А.Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2018. - 416 с.
4. Егорова, О.В. Анализ методов оценки эффективности рекламной

кампании [Электронный ресурс] / О.В. Егорова. - Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/327/1402>

5. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент. – СПб.: «Питер», 2000.

6. Интернет-реклама: меньше навязчивости // Эксперт. – 2001. – №28.

7. Разбор показателей для отслеживания эффективности интернет-маркетинга Электронный ресурс.- Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/razbor-pokazateley-dlya-otslezhivaniya-effektivnosti-internet-marketinga.html>

ОБОСНОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА: «СТРОИТЕЛЬСТВО ВНУТРИКВАРТАЛЬНОГО ТОРГОВОГО ЦЕНТРА В НОВОСИБИРСКЕ»

Д.П. Соловцова, С.Б. Спирин, Ушакова Е.О.
Сибирский государственный университет геосистем и технологий,
г. Новосибирск, eo_ushakova@mail.ru

В статье рассмотрен процесс обоснования инвестиционного проекта: «Строительство внутриквартального торгового центра в Новосибирске». Проведен анализ рынка недвижимости г. Новосибирск, определены показатели эффективности инвестиционного проекта.

The article discusses the process of justifying the investment project: "Construction of an intra-quarter shopping center in Novosibirsk." The analysis of the real estate market in Novosibirsk is carried out, indicators of the efficiency of the investment project are determined.

Актуальность темы обусловлена необходимостью формирования социальной инфраструктуры новых жилых комплексов в городе Новосибирск для обеспечения комфортных условий проживания в городской среде, а также повышения престижности и инвестиционной привлекательности строительных объектов.

Следует отметить, что строительство торгового центра, расположенного внутри нового или строящегося жилого комплекса, или микрорайона, является одним из ключевых элементов развития социальной инфраструктуры. Именно поэтому важной задачей девелопера является грамотный подбор местоположения для строительства торгового центра, его концепции и ключевых арендаторов.

Основная цель настоящего научного исследования заключается в анализе рынка недвижимости города Новосибирск и проведение обоснования инвестиционного проекта строительства нового торгового ком-

плекса.

В рамках обозначенной цели были поставлены и решены следующие задачи:

- осуществление анализа рынка недвижимости г. Новосибирск, выявление локаций с максимальным спросом при недостаточном предложении;
- построение экономической модели для объекта исследования;
- определение экономической эффективности строительства нового торгового комплекса и его инвестиционной привлекательности.

Социальная инфраструктура рынка недвижимости – это совокупность отраслей и предприятий, функционально обеспечивающих нормальную жизнедеятельность населения [2]. В статье речь идет об объекте коммерческой недвижимости, созданном для обеспечения комфортной жизнедеятельности населения.

Новосибирск – третий город страны, который активно развивается. Здесь ежегодно возводится много жилых кварталов с высокой плотностью населения, но при этом наблюдается дефицит отдельно стоящих объектов торговой недвижимости. Чаще всего, застройщики размещают коммерческие помещения только на первых этажах зданий с неудобными планировками, высотой потолков, рекламными конструкциями. Данные площади не отвечают соответствующим требованиям к инженерным коммуникациям и действующим законодательным актам Российской Федерации в области управления недвижимостью. Все это делает подобные помещения некомфортными для арендаторов.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что рынок недвижимости города Новосибирск в последние годы развивается высокими темпами и занимает второе место в России по объему ввода новостроек в эксплуатацию и шестое место по качеству строящегося жилья. Помимо этого Новосибирск характеризуется большим количеством действующих застройщиков (58 компаний), что значительно отличает его от других городов.

Стремительными темпами формируется инфраструктура новостроек в отдаленных районах города. Например, ЖК «Южно-Чемской жилмассив» Новосибирск расположен на окраине города в Кировском районе. Удаленность от центра города характеризуется более комфортными экологическими условиями, но, в то же время, поездка от жилого массива до центра города может занять около одного часа. До ЖК «Южно-Чемской жилмассив» можно добраться на общественном транспорте. В проекте строительства заложено строительство новой дороги и транспортных развязок с основными магистралями района.

Жилой комплекс «Южно-Чемской жилмассив» хоть и расположен

удаленно, но располагает необходимой инфраструктурой (магазинами, детскими садами, школой и поликлиникой). В ближайшем будущем планируется мощное и полноценное обустройство жилого района.

Класс строящейся жилой недвижимости относится к категории «Эконом», материалы, используемые при строительстве – кирпич, бетонные панели. Основной застройщик – ГК «Дискус» [2].

Для строящегося микрорайона идеально подходит внутриквартальный торговый центр малой этажности. Было принято решение построить два отдельно стоящих одноэтажных здания, общей площадью 1744 м². Учитывая потребности жилого комплекса, ключевыми арендаторами будут являться супермаркет, магазин хозяйственных товаров, аптека, зоомагазин, ресторан быстрого питания, кофейня, магазин сопутствующих товаров.

На основе результатов, полученных в процессе анализа рынка недвижимости г. Новосибирск и расчетов эффективности строительства торгового комплекса на территории ЖК «Южно-Чемской жилмассив», выявлено, что средняя ставка аренды в исследуемом объекте составляет 1700 руб./м², ежемесячные издержки на содержание зданий 341,07 тыс. руб. Реальная стоимость строительства составит 122763,8 тыс. руб. (70392 руб./м²). Ежемесячная выручка при полной загрузке здания составит 2964,8 тыс. руб. (1700 руб./м² × 1744 м²). Чистая годовая выручка составит 2 249,93 тыс. руб. Анализируя полученные результаты, срок окупаемости проекта составит 4 года и 6 месяцев.

Таким образом, строительство внутриквартального торгового центра является быстро окупаемым инвестиционным проектом. При создании коммерческой недвижимости такого рода необходимо учитывать потребности населения.

Литература:

1. ЖК «Южно-Чемской жилмассив «Просторный» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.yuga-build.ru/novosibirsk/kirovskiy/zhk-yuzhno-chemskoy-zhilmassiv-prostornyy>.
2. Социальная инфраструктура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [ru.wikipedia.org > wiki > Социальная_инфраструктура](http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_инфраструктура).

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ В ЛОГИСТИКЕ

А.В. Солоха, И.А.Соболева

**Новосибирский государственный университет экономики
и управления, г. Новосибирск, solokha.nastya@yandex.ru**

В статье рассмотрено понятие цифрового двойника, который является одним из факторов цифровой трансформации предприятий в ближайшем будущем. Приведены примеры применения технологии в логистике, а также рассмотрены преимущества применения данной технологии для складского бизнеса.

The article discusses the concept of a digital twin, which is one of the factors in the digital transformation of enterprises in the near future. Examples of the application of the technology in logistics are given, as well as the advantages of using this technology for the warehouse business.

Актуальность исследования вопросов взаимодействия реального и виртуального секторов экономики вызвана кардинальными переменами в наукоемких производствах. Сегодня эволюция датчиков, развитие таких технологий, как интернет вещей (IoT), анализ больших данных, распределенные облачные вычисления, искусственный интеллект и виртуальная реальность позволяют связывать ранее недоступные физические объекты с цифровыми моделями. Таким образом, изменения, происходящие с физическим объектом в течение его жизни, отражаются в цифровой модели, и это позволяет предсказать, как и будущее данного объекта, так и будущее состояние системы, в которой он взаимодействует с другими объектами и на которую он оказывает влияние. Данная технология получила название «цифровые двойники».

Суть цифрового двойника проста для восприятия и базируется на взаимном обмене данными между реальной моделью и ее виртуальным, цифровым двойником. Виртуальная модель может описывать как реально существующий объект, так и может быть копией вновь создаваемого объекта. Иначе говоря, понятие «цифровой двойник» (Digital twin) – это цифровое представление реального объекта или системы [2].

Главная цель использования цифровых двойников – это точное прогнозирование, предотвращение проблем до их возникновения и эффективное планирование на будущее.

Применение технологии цифровых двойников можно разбить на три группы:

1. Цифровой двойник города. Виртуальная модель города позволит органам городской администрации моделировать любые планы по

улучшению, прежде чем физически их реализовывать, проверяя потенциальные проблемы до их появления. С его помощью можно спланировать и проанализировать такие архитектурные аспекты: антенны беспроводных сетей, солнечные батареи, общественный транспорт.

2. Цифровой двойник предприятия. В электронном дубликate предприятия интегрированы процессы по вертикали во всей организации, от разработки продуктов и закупок до производства и логистики. Все данные о процессах, их эффективности и управлении качеством, а также о планировании операций доступны в режиме реального времени. Горизонтальная интеграция выходит за пределы внутренних операций от поставщиков до клиентов и всей цепочки создания стоимости.

3. Цифровой двойник изделия. Это сложная виртуальная модель, которая является точным аналогом физической вещи. Изделием может быть автомобиль, мост или даже реактивный двигатель. Датчики на физическом объекте собирают данные, которые могут быть сопоставлены с виртуальной моделью. Электронный дубликат нужен, чтобы выявить потенциальные неисправности, устранить неисправности издалека и, в конечном итоге, повысить степень удовлетворенности клиентов.

Наиболее подробно рассмотрим вторую группу, а именно: применение технологии двойников в логистической сфере. Логистическая цепочка представляет собой сложную систему. Это совокупность физических объектов, например, складов или распределительных центров, транспортных потоков и политик обслуживания, которые ими управляют. Набор этих политик достаточно широк: от правил, по которым товары отгружаются со склада, размеров грузового транспорта и частоты его рейсов до тарифов на погрузку и транспортировку [3].

На рисунке 1 представлены области применения технологии двойников в логистике.

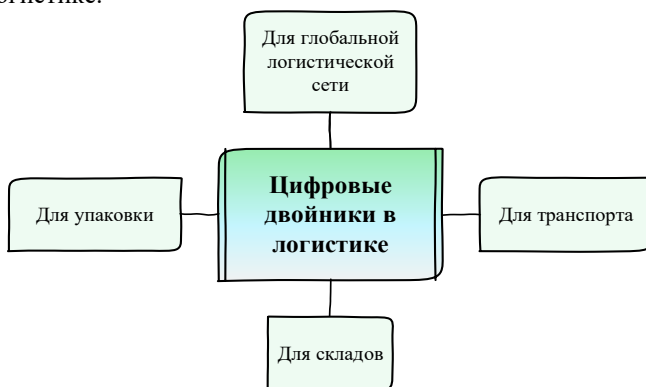


Рис. 1 – Области применения технологии двойников в логистике

Поток товаров до пункта назначения зависит от организации множества элементов цепочки поставки, включая корабли, грузовики и самолеты, системы заказов и информации и, прежде всего, людей. Сегодня проблема эффективной работы усугубляется несовершенными системами обмена информацией, причем многие участники полагаются на автономные процессы, которые могут быть подвержены ошибкам и задержкам. В логистике цифровой двойник будет моделью всей сети, включающей не только логистические активы, но железнодорожные линии, шоссе, улицы, а также дома и рабочие места клиентов. Идея такого всеобъемлющего двойника, в настоящее время во многом является стремлением для логистической отрасли.

В логистической отрасли используется большое количество одноразовой упаковки вместе со специализированными или универсальными многоразовыми контейнерами. Рост электронной торговли стимулирует спрос и разнообразие видов самой упаковки. Это, в свою очередь, приводит к увеличению отходов и снижению операционной эффективности из-за неэффективного использования объема. Применение технологии цифровых двойников может помочь в разработке компостируемых пластиков и материалов с высоким процентным содержанием вторичного сырья после потребления.

Если цифровой двойник отправляемого товара уже ранее создан, то данные, описывающие его геометрию, могут быть легко получены. В качестве альтернативы, данные о товаре могут быть сгенерированы при подготовке поставки с использованием трехмерного сканирования. Объединение данных о продукте и упаковке поможет компаниям повысить эффективность, например, за счет автоматизации выбора упаковки и стратегий заполнения контейнеров или автомобилей.

Цифровые двойники могут оказать значительное влияние на проектирование, эксплуатацию и оптимизацию логистической инфраструктуры, такой как склады, распределительные центры и перегрузочные устройства. Они могут объединять трехмерную модель объекта с данными IoT, собранными на подключенных платформах хранилища, а также с данными инвентаризации и эксплуатации, включая такие характеристики, как размер, количество, местоположение и спрос для каждого объекта.

Цифровые двойники складов с точностью до 97% учитывают физику процессов и проверяют гипотезы по изменению топологии, технологии, стеллажных проходов, расстановке товаров, что позволяет компаниям оптимизировать использование пространства и моделировать перемещение продуктов, персонала и погрузочно-разгрузочного оборудования.

На рисунке 2 наглядно представлен пример цифрового двойника на складе.

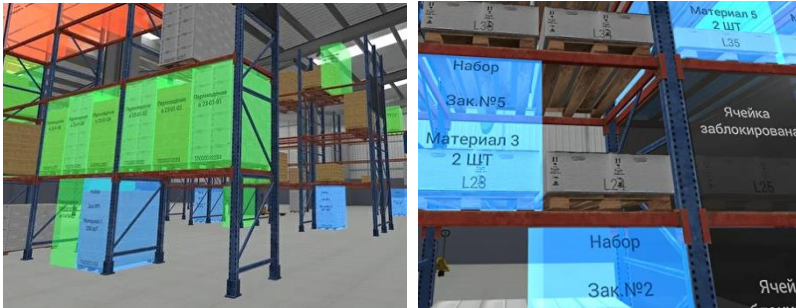


Рис. 2 – Пример цифрового двойника на складе

Итак, применение технологии на складах позволит:

- обучать новых сотрудников на виртуальном складе;
- сократить дистанции пробега техники и сотрудников до 50%;
- рационализировать использование объема склада, тем самым увеличивая пропускную способность склада;
- сэкономить время ключевых сотрудников.

Таким образом, технологии двойников предлагают инновационные возможности для отслеживания, мониторинга и диагностики запасов. Они изменяют традиционные представления логистической сферы, предлагая широкий спектр возможностей для облегчения принятия решений и совместной работы на основе данных, оптимизированных бизнес-процессов и новых бизнес-моделей. Ожидается, что рынок цифровых двойников будет расти более чем на 38 процентов каждый год, преодолев отметку в 26 миллиардов долларов к 2025 году [4].

Литература:

1. Братко, А. Г. Искусственный разум, правовая система и функции государства: монография / А.Г. Братко. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 282 с.
2. Уколов, В. Ф. Цифровизация: взаимодействие реального и виртуального секторов экономики: монография / В.Ф. Уколов, В.В. Черкасов. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 203 с.
3. Цифровые двойники в логистике: как математика помогает экономить [Электронный ресурс]: [веб-сайт.] – РБК. URL: <https://pro.rbc.ru/news/5db3050e9a7947c856d8477d> (дата обращения: 10.10.2020).

4. Reji J.A. Digital twins for logistics [Electronic resource] // Indian Transport & Logistics News. – 2019, august. – URL: <https://www.itln.in/digital-twins-for-logistics> (accessed 10.10.2020).

ИЗУЧЕНИЕ ВОСПРИЯТИЯ БРЕНДА МАГАЗИНА ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА ПОКУПАТЕЛЯМИ

А.А. Тунгусова, М.Е. Цой
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, anya.tungusova11@mail.ru

В работе представлено изучение процесса восприятия бренда магазина товаров для дома покупателями до и после проведения ребрендинга. Описаны результаты проведенных маркетинговых исследований и на основе их сделаны выводы.

The paper presents a study of the process of perception of a brand of a home goods store by buyers before and after rebranding. The results of the conducted marketing research are described and conclusions are drawn based on them.

Одним из основных маркетинговых инструментов на данный момент можно назвать бренд-коммуникацию, т.к. она обеспечивает дифференциацию и позиционирование товара. Для маркетологов становится очень важным как потребители воспринимают бренды, т.к. от этого восприятия зависит их дальнейшее покупательское поведение.

Ряд зарубежных и отечественных авторов как Д. Аакер, К. Келлер, Ж.-Н. Капферер, В. Н. Домнин, М.О. Макашев и др. в своих исследованиях выявляли, что потребители выбирают товар на основе целостного образа бренда, который формировался у них в результате взаимодействия их представлений о значимых качествах для данной товарной группы, информации из рекламы, общения с другими людьми, цены, доступности товара и т.д. [1, 2, 3].

Однако в процессе деятельности бренда на рынке он проходит определенные этапы жизненного цикла, начиная от рождения и вывода на рынок до стагнации и ухода с рынка. Это связано с рядом причин, среди которых может быть старение аудитории, появление новых игроков, изменение потребностей клиентов, мода и т.д. Безусловно, на эти факторы нужно обращать внимание, ведь они нам могут подсказать, что наш бренд изживает себя и нужно предпринимать действия для сохранения позитивной динамики его развития.

Бренд магазинов товаров для дома «Посуда Центр» создан в 2001 году и находится на рынке 19 лет. Это одна из крупных федеральных

сетей магазинов товаров для дома в России, количество торговых объектов которой ежегодно растет и уже достигло 60.

Долгое время концепция бренда оставалась неизменной, и на данный момент она несколько устарела и потеряла свою актуальность из-за усиления конкуренции и растущих запросов потребителей. Чтобы вернуть положение на рынке и улучшить коммуникационные связи с потребителями необходимо сделать позиционирование бренда более современным и ориентированным на разные возрастные когорты покупателей, создать новую атмосферную рекламу для их привлечения и систематизировать выкладку товара, для того, чтобы она «цепляла», и др.

Для того, чтобы изучить насколько изменилось восприятие потребителей в отношении бренда магазина товаров для дома, были проведены маркетинговые исследования. В конце 2019 года была проведена серия фокус-групп для определения позиции магазина относительно конкурентов в сознании потребителей. В результате проведенных фокус-групп было выявлено то, что магазин ассоциируется у респондентов только с посудой, и не все потребители знают, что в нем представлены и другие товарные категории. Основным стимулом посетить «Посуда Центр» являются купоны и возможность использовать бонусы «Спасибо от Сбербанка». В качестве сильных сторон респонденты отмечали ассортимент представленных товаров и соотношение цена-качество. Интересным трендом оказалось то, что дочери идут за покупками в «Посуда Центр» по совету своих матерей. Участники фокус-групп выделили, что расположение у магазинов неудобное, также сама обстановка магазина не вызывает приятных эмоций.

В декабре 2019 года руководство федеральной сети магазинов объявило об изменениях, касающихся позиционирования бренда. С января 2020 года все рекламные кампании сети выходят в новом фирменном стиле, а именно новый логотип, скорректированный ассортимент, выкладка товара, реклама и т.д.

С целью выявления изменений в восприятии потребителей относительно бренда магазина товаров для дома, было проведено онлайн анкетирование постоянных потребителей, в ходе которого были получены соответствующие результаты. Большинство покупателей заметили проведенные изменения, и они остались ими довольны. У потребителей нет каких-либо нареканий по поводу новой выкладки, доступности товара и скорости обслуживания. Однако новые рекламные ролики не были замечены.

Также можно отметить, что «Посуда Центр» предпочитают покупательницы более зрелого возраста, молодежь выбирает товары для дома в магазинах-конкурентах, например, в «ИКЕА», «Zara Home» и др. Это

говорит о том, что восприятие бренда находится в некоей зависимости от возраста потребителей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, чтобы сохранить положительную динамику развития бренда необходимо учитывать все возрастные категории, меняться и четко следить за конкурентами и за изменением предпочтений потребителей, их восприятием.

Литература:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов: конспекты, - 2012.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебник. Изд-во «Вильямс» (5-е европейское издание), - 2012.
3. Цой М.Е. Маркетинговые исследования: учебное пособие в 3 ч. / М.Е. Цой, В.Ю. Щеколдин. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2018.

ОБЗОР ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ

В.И. Федоренко, Б.С. Касаев

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, vifed95@gmail.com

В данной статье авторами представлены основные положения существующих теоретико-методологических подходов к управлению поведением потребителя на рынке, а также приведена собственная концепция технологии «3D», посредством которой можно достичь трёхкомпонентного синергетического эффекта при управлении поведением потребителя на рынке.

In this article, the authors present the main provisions of existing theoretical and methodological approaches to managing consumer behavior in the market, as well as their own concept of «3D» technology, through which it is possible to achieve a three-component synergistic effect in managing consumer behavior in the market.

Управление поведением потребителя на рынке является достаточно актуальной темой на сегодняшний день. Первая теоретическая концепция, позволяющая понять особенности управления поведением потребителя, возникла в середине прошлого столетия. Тогда её автор, Л. Густ, пытался представить особую значимость исследуемой проблемы, показать необходимость разработки теоретико-методологических подходов к управлению поведением потребителя на рынке [0].

В условиях становления цифровой экономики в российской действительности появилось такое понимание, что управление поведением потребителя на рынке возможно через технологию «3D», поскольку такой

подход может учесть не только границы потребительских предпочтений и ожиданий, но и особенности их формирования во взаимодействии с продавцом товаров либо услуг.

Границы или грани поведения потребителя на рынке затрагивались и в более ранних, и в современных научных работах. Если говорить о ранних трудах, то управление поведением потребителя на рынке отождествлялось с брендом, продвигаемым компанией. Тогда существовало только два направления для измерения лояльности потребителя к той или иной компании: бренд данной компании лидирует в рейтинге брендов аналогичных ей организаций; доля бренда этой компании в рыночном сегменте достаточно высока в сравнении с другими конкурирующими организациями [0].

Несмотря на то, что множество полученных результатов датировалось серединой прошлого столетия, они явились основой для понимания значимости управления поведением потребителя на рынке с помощью бренда в социальных сетях. К тому же, безусловно, что потребительское поведение и отношение клиента к бренду имеют определённую взаимосвязь, поскольку лояльность формируется при соблюдении обоих направлений, которые представлены выше.

Если сравнивать ранние и современные работы по выдвинутой в исследовании проблеме, то в последних уже можно увидеть научное обоснование тому, как управление поведением потребителя на рынке оказывает влияние на эффективность конкретного бренда. Такой подход в дальнейшем может способствовать появлению базиса для создания программ лояльности в компании, что будет стимулировать клиента обратить внимание именно на неё в социальных сетях [0].

Так, к показателям эффективности бренда какой-либо компании, использующей социальные сети, следующие: количество подписчиков в аккаунте или сообществе; портрет потребителя с выделением совокупности факторов: традиционных маркетинговых, цифровых и факторов использования социальных сетей; действия потребителя в аккаунте или сообществе, созданном компанией; симпатия/антипатия потребителя к оформлению аккаунта и размещаемых текстово-графических постов.

На современном этапе понимание поведения потребителя на рынке усложнилось, а соответственно количество его граней увеличилось и стало соответствовать определённому типу поведения потребителя на рынке (Рисунок 1).

Исходя из рисунка 1, существует разнообразие типов поведения потребителя на рынке, соответственно и граней может быть множество. Та информация, которая была приведена на рисунке 1, должна натолкнуть руководство компаний, использующих социальные сети, к тому, что

стоит проработать теоретико-методологический подход к эффективно-му управлению поведением потребителя на рынке. При этом необходимо учитывать грани поведения в зависимости от его типа, что уже представляет собой специфическую особенность исследуемой проблемы. Однако не только поведение потребителя на рынке поддается дифференциации, но и его индивидуальные свойства (характеристики).

К такому мнению пришёл Р. Бест, когда появились исследования о классификации поведения потребителя на рынке [1]. Если провести дифференциацию потребителей на рынке по определённым индивидуальным факторам, то подход к управлению их поведением сводится к пониманию компанией их ценности для её дальнейшего функционирования. Таким образом, здесь имеет место быть синергия «экономического» и «социального»: для компании важно постоянно получать прибыль (экономическую выгоду), но вместе с тем этого практически невозможно достичь, если потребитель не удовлетворён какими-либо действиями компании по отношению к нему.

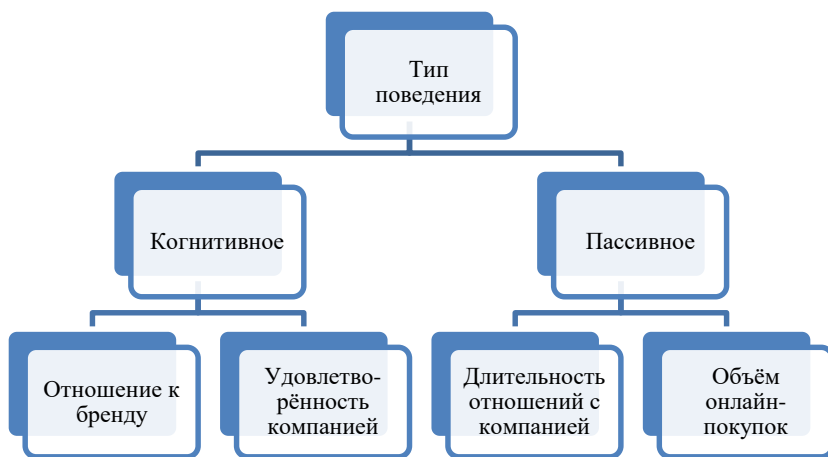


Рис. 1 – Грани поведения потребителя по типам (на примере когнитивного и пассивного поведения) [0, с. 75]

В таком случае технология «3D» в условиях цифровизации российской экономики должна включать три взаимосвязанные составляющие: экономическую, социальную и цифровую либо «онлайновую» (онлайн-инструменты, позволяющие компании продвигать свой бренд). Схематично данная трёхсторонняя синергия будет выглядеть так, как изображено на рисунке 2.



Рис. 2 – Авторская концепция технологии «3D» в управлении поведением современного потребителя на рынке

Таким образом, управление поведением потребителя на рынке – достаточно многоаспектная категория, предполагающая, что каждая сторона взаимодействия (клиент и компания) получает определённую выгоду (в первом случае – больше социальную, во втором случае – больше экономическую). При этом в условиях цифровизации национальной экономики необходимо обратить внимание на то, что инструменты управления поведением потребителя на рынке и выстраивания взаимоотношений с ним трансформировались от традиционных к цифровым (онлайн-инструментам). Поэтому в теоретико-методологическом подходе стоит учесть трёхкомпонентный синергетический эффект, появляющийся в силу управления поведением потребителя на рынке.

Литература:

1. Бест Р. Маркетинг от потребителя. – М.: Изд. «Манн, Иванов и Фербер», 2019. – 696 с.
2. Старов С.А. Управление брендами. – СПб.: Изд. «Высшая школа менеджмента», 2017. – 499 с.
3. Некоторые обобщенные модели рыночного равновесия [Электронный ресурс] / С.В. Юдин, В.Г. Степанов, Т.В. Степанова, И.И. Румянцева, И.К. Архипов, Д.И. Якушин, В.И. Абрамова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. - № S6. – С. 31-35. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75103.htm> (дата обращения: 22.10.2020).
4. Подходы к управлению потребительской лояльностью: перспектива «3D» / А.В. Муравская, К.С. Головачева, М.М. Смирнова, О.Н. Алка-

нова, Д.В. Муравский // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2019. – Т. 18. - № 1. – С. 70-93.

5. Карпова С. В., Рожков И. В. Классификация рекламных стимулов, направленных на изменение потребительского поведения в условиях цифровизации общества // Трансформация предпринимательской деятельности: новые технологии, эффективность, перспективы. – 2020. – с. 202-210.

6. Карпова С. В., Рожков И. В., Воронина В. С. Критерии и признаки сегментации потребителей банковских услуг //Практический маркетинг. – 2020. – №. 6 (280).

СТРУКТУРА РЕКЛАМНОГО РЫНКА РОССИИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

А.В. Шабина, К.Д. Мокроусов, М.Е. Цой
Кемеровский Государственный университет, г. Кемерово,
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, shabina.2000@gmail.com

В статье раскрыто значение маркетинговых коммуникаций в современных условиях деятельности предприятий, проведен анализ рынка рекламы в России, приведена структура и динамика развития рынка в период с 2016 по 2019 года, проанализировано влияние пандемии на рынок рекламы, разработаны рекомендации по эффективному размещению рекламы для отечественных компаний.

The article reveals the importance of marketing communications in the modern conditions of enterprise activity, analyzes the advertising market in Russia, provides the structure and dynamics of the market development in the period from 2016 to 2019, analyzes the impact of the pandemic on the advertising market, and elaborates recommendations for effective advertising placement for domestic companies.

Эффективность стратегии маркетинговых коммуникаций компании напрямую зависит от того, сколько в этой компании уделяется внимания исследованиям рекламного рынка. Важность маркетинговых коммуникаций неопровержима, поскольку они выполняют множество функций, начиная с формирования имиджа компании в сознании потенциальных покупателей и заканчивая убеждением покупателя совершить покупку. При этом важно понимать, какой канал продвижения продукции будет наиболее эффективен в рамках этой стратегии. Отсюда и возникает потребность в структурном анализе рынка рекламы, а также выявлении современных тенденций в этой сфере.

Развитие рынка рекламы началось в 90-х годах прошлого века после распада СССР. После этого в нашу страну начали поступать новые движения (снятие «железного занавеса», снятие цензуры и др.). Начал появляться частный бизнес, а для увеличения продаж предприниматели начали пользоваться рекламой. Но поскольку никто не знал, как правильно составлять рекламную компанию, а законодательство было слабым, многие решения бизнесменов были случайными. Но за последние 30 лет произошли значительные изменения. Многие процессы стали фундаментом тенденции глобализации рекламного рынка, обусловленной множеством факторов, таких как: активная деятельность международных корпораций в масштабе всего мира, рост монополизации, ускорение развития глобальных медиаканалов и увеличение скорости обмена информацией [2].

По данным ассоциации коммуникационных агентств России за три квартала 2020 года суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС составил более 315 млрд. руб., что на 8% меньше, чем в прошлом году. [4]

По прогнозу холдинга GroupM в конце 2020 года ожидается сокращение российского рекламного рынка на 11%. Данный прогноз основан на ожидании стагнации в экономике страны. Прогнозируется снижение объема ВВП России до 4-6% по итогам года и на накопленных данных по реакции рекламного рынка на внешние стрессовые факторы и события. [3]

Для выяснения тенденций рекламного рынка рассмотрим данные исследований АКАР за период 2016-2019 гг. [6]

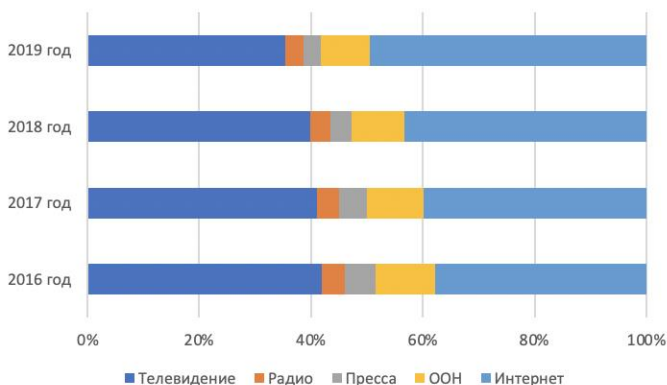


Рис. 1 – Структура рекламного рынка 2016-2019 гг.

По рисунку 1 можно увидеть несколько важных моментов. В 2016 году большую долю рынка (около 41,9%) все еще занимает реклама по телевидению, но к концу 2019 года этот показатель сокращается до 35,43% (на 6,47%). Доли реклам через прессу, радио и наружной рекламы не претерпевает серьезных изменений за 4 года. Данные показатели сокращаются примерно на 1-2%. Реклама через Интернет становится все более и более популярной. За последние 4 года ее доля в рынке увеличилась с 37,79% до 49,4%, тем самым, она завоевала почти половину всего рынка рекламы России. Также важно отметить, что это единственный сегмент, который получает положительный прирост доли рынка (11,61%). Таким образом, можно предположить, что все больше рекламодателей стараются уйти в Интернет, поскольку, он позволяет находить новых клиентов на разных интернет-площадках (социальные сети, маркетплейсы, контекстная и таргет реклама).

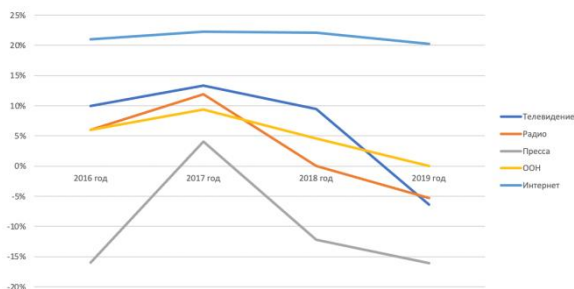


Рис. 2 – Динамика рекламного рынка 2016-2019 гг.

На данном рисунке показаны темпы прироста в секторе рекламы. В 2017 года наблюдается положительная динамика в секторе по всем сегментам. Но уже в 2018 году прирост идет на спад. Это можно объяснить внешнеполитическими действиям. Прирост интернет-рекламы находится на стабильном уровне (20%-22% каждый год). Максимальное снижение прироста наблюдается в сегменте рекламы через прессу. Этот показатель составил -15% в конце 2019 года. Сегменты радио- и телерекламы снизили свой прирост с 6% и 10% до -5,33% и -6,42% соответственно. Следовательно, можно констатировать факт, что эти сегменты в 2019 году немного превысили показатели за 2016 год, что говорит о постепенной стагнации этих сегментов. Прирост расходов на наружную рекламу к концу 2019 года составило 0%. Тем не менее, существует вероятность того, что этот сегмент разделит участь сегментов радио- и телерекламы [7].

В соответствии с исследованием Министерства цифрового развития, трафик ведущих СМИ за март суммарно увеличился на 65 млн пользователей. Но он не был монетизирован в полном объеме.

Отсутствие роста продаж на фоне взлетевшего трафика во многом связано с тем, что главным инфоповодом стал коронавирус. Люди все чаще просматривали новости о распространении вируса, а рекламодатели не хотели, чтобы их бренды ассоциировались с болезнью. Чтобы защитить бренд, они ставили запрет на размещение рекламы рядом с таким контентом. [5]

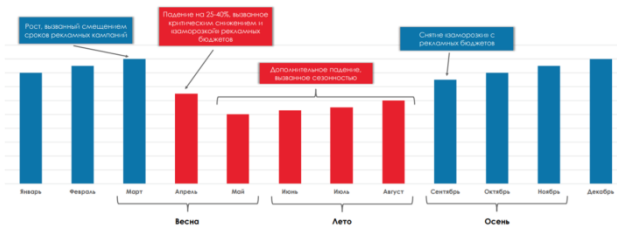


Рис. 3 – Анализ влияния пандемии на рекламный рынок

По данным рисунка 3 видно, что падение начинается в апреле, что совпадает с введением режима самоизоляции 31 марта. Таким образом, число людей, которые могли бы видеть наружную, радио и рекламу в прессе сократилось в несколько раз. Многие компании стали переходить в сегменты теле- и интернет-рекламы. Уже в сентябре ситуация начинает нормализоваться и в декабре планируется возврат к докарантинным бюджетам.

В итоге можно сказать, что сегодня реклама через Интернет является самым популярным способом. С каждым годом растет доля этого сегмента в рынке рекламы России. И несмотря на пандемию, этот рынок довольно быстро вернулся в норму, что говорит о его гибкости. Отечественным компаниям рекомендуется в своих компаниях развивать свои рекламные компании в необходимых сегментах для увеличения прибыли.

Литература:

1. Васильев С.А., Веселов, С.В., Назаров М.М. Медиарекламное пространство в России: состояние, тенденции, перспективы. К принятию новой редакции закона РФ «О рекламе» // Реклама. Теория и практика. 2006. № 05 (17). С. 302–316.
2. Поляков В., Микуляк М. Концепция рынка рекламы в модели глобализации // Маркетинг. 2008. № 4. С. 53–60.

3. GroupM: рекламный рынок в России сократился на 11% – [Электронный ресурс]. – режим доступа <https://adindex.ru/news/researches/2020/06/2/282380.phtml>.

4. За три квартала 2020 года объем рекламного рынка в России сократился на 8% – [Электронный ресурс]. – режим доступа <https://www.sostav.ru/publication/akar-predstavil-itogi-reklamnogo-rynka-za-9-mesyatsev-2020-goda-46034.html>.

5. Как пандемия повлияла на бизнес и продаж рекламы – [Электронный ресурс]. – режим доступа <https://www.sostav.ru/publication/iab-russia-45165.html>.

6. Официальный сайт АКАР. – [Электронный ресурс]. – режим доступа https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size.

7. Финансово-экономические кризисы последних десятилетий и их влияние на экономику России – [Электронный ресурс]. – режим доступа <https://lprime.ru/sience/20190402/829858467.html>.

АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ, ИЗУЧАЮЩИХ ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДОВ И ТОРГОВЫХ МАРОК ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

П.С. Шатилова, М.Е. Цой

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, shatilovapp@yandex.ru**

В данной статье представлен обзор методов и инструментов, позволяющих выявить восприятие потребителей в отношении позиционирования брендов различных отраслей рынка с учетом российской специфики.

This article provides an overview of research methods and tools that allow us to study consumer perception of brand positioning in various market sectors, taking into account Russian specifics.

В современном мире каждый индивид сталкивается с множеством брендов и торговых марок любых отраслей экономики (далее – брендов): в телевизионной рекламе, баннерах на автобанах, контекстной рекламе в интернете, в социальных сетях, журналах, книгах, кинематографе. Современный потребитель, сам того не замечая, подсознательно считывает и формирует восприятие атрибутов брендов и настолько привык к ним, что просто не представляет своей жизни без них (даже, если не является прямым пользователем).

В условиях высокой конкуренции каждый производитель заинтересован в том, чтобы выбрали именно его продукт, товар, услугу (недаром, современного потребителя называют «выбирателем»)[4]. Сегодня,

чтобы создать уникальное позиционирование бренда, необходимо учитывать не только потребности, желания, боли, интересы потребителя, фактор дифференциации бренда от конкурентов на том же рынке, но и внутреннее восприятие бренда индивидуумом.

Восприятие бренда потребителем – это некая идея, ценность, модель, которая существует в его сознании. Оно формируется за счет считывания атрибутов, параметров бренда, которые доносит сам производитель, а также своего личного восприятия, которое он переносит «на себя» и опыта использования данной услуги, продукта [4]. Необходимо отметить, что параметры, которые ценит потребитель, или на которых акцентирует своё внимание, меняются вместе с тем, как человек меняет своё представление о жизни.

Так что же именно влияет на восприятие бренда потребителем? Какие инструменты необходимо использовать, чтобы оценить это восприятие и как на него повлиять? Эти вопросы были изучены в работах отечественных и зарубежных авторов, как Д. Аакер, Ж.Н. Капферер, К. Келлер, Н.В. Антонова, Н.В. Домнин. Например, Ж. Н. Капферер (1986) рассматривал восприятие бренда через призму модели «идентичности бренда». Данная модель (Brand Identity Prism) состоит из таких элементов, как: физические данные, индивидуальность, культура, взаимоотношения потребителя с брендом, желаемый образ потребителя в глазах других (самообраз) и сама суть бренда [3].

В свою очередь, Д. Аакер (1995) также рассматривал восприятие бренда, основываясь на модели «идентичности бренда», но посредством уникального набора марочных ассоциаций, которые стремится создать (и/или поддержать) разработчик бренда (Brand Identity System). Эти ассоциации представляют собой атрибуты бренда и обещания, которые даются потребителям членами организации [3]. Неоспоримым является тот факт, что сегодня потребитель требует участия в создании бренда, когда он активен в своих коммуникациях с брендом, например в социальных сетях – он участвует в его создании [4].

Более поздние исследователи, например, ученые Ф. Хью и Р. Триверди (2019) рассматривали позиционирование бренда и конкурентную среду отрасли, базируясь на предпочтениях клиентов и их восприятием после использования услуг [2]. Для этого в качестве метода они использовали объединенные контент-анализ и анализ репертуарной сетки (Repertory Grid) Джорджа Келли [5].

Стоит отметить, что Д. Аакер (1995) в своем исследовании восприятия потребителями брендов по личностным характеристикам в различных товарных категориях также использовал репертуарную сетку и разработал вышеописанную модель идентичности бренда.

Использование анализа Repertory Grid, который раскрывает личные конструкции (убеждения) используемые человеком для интерпретации всяческих событий и объектов в различных контекстах (взаимосвязь) позволяет маркетологам извлечь информацию о бренде, сформированную в «голове» потребителя и определить позицию бренда [5].

Например, в [2] репертуарная сетка, объединенная с контент-анализом (отзывы пользователей с сайта «TripAdvisor») состоит из трех частей, представленных на рисунке 1.

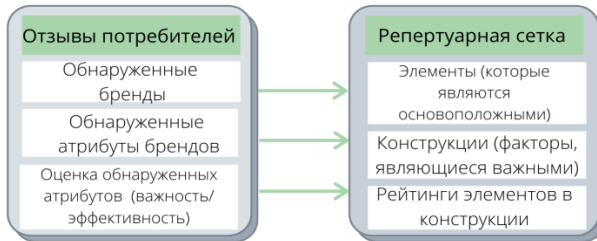


Рис.1 Соответствие элементов репертуарной сетки факторам, позволяющим оценить восприятие бренда потребителем

Этот анализ позволил исследователям оценить взаимосвязь и силу связи между восприятием бренда потребителем и реальным позиционированием бренда, который проецировал сам бренд, а также определить уровень конкуренции среди исследуемых брендов и составить рекомендации по стратегии позиционирования в условиях конкуренции.

Кроме этого, важным теоретическим вкладом данного исследования является то, что помимо анализа восприятия потребителем услуг на основе пережитого опыта, оценивалось непосредственное ожидание потребителя от услуг бренда, что соответствует когнитивной модели удовлетворенности Р. Оливера (1980). Данная модель основывается на том, что эффективность бренда и последующее поведение потребителя определяется минимальным разрывом в разнице между ожиданием и реальным восприятием [1].

Как отмечают исследователи, в работе не использовался метод сбора данных опрос, так как опросы заведомо ограничивают ответы респондентов (на это влияют предварительно заданные вопросы, предложенные варианты ответов и ограниченная выборка потребителей) и, тем самым, не позволяют сделать точные выводы касательно восприятия бренда. Благодаря анализу контента, который оставляют сами пользователи, маркетологи могут сделать и выявить заключения о том, что для потребителя действительно важно, даже не подозревая об этом в начале анализа.

Однако в исследовании проводился контент-анализ только на основе англоязычных отзывов пользователей, то есть не были учтены оценки потребителей других этнических групп, в частности, населения территории бывшего СССР в отношении эмоциональной окраски восприятия, вкусовых предпочтений, отношения к тем или иным атрибутам позиционирования, уровня ценностей, предпочтений и проч. Также не рассматривался фактор «статусного потребления» Торстейна Веблена (1899), в том числе переход от «статусного потребления» к «культурно-познавательному», где императивом является выделение своей индивидуальности. Акцент на индивидуальности, подчеркивание своего статуса у некоторых потребителей является определяющим в выборе того или иного бренда и его покупательском поведении.

На российском рынке исследования поведения потребителей на основе использования Repertory Grid ещё не получили должного внимания и проводятся редко, а использовать результаты трудов иностранных маркетологов для продвижения, улучшения конкурентных преимуществ брендов не вполне корректно. В то же время, в российской практике вопросы, связанные с изучением восприятия потребителей становятся крайне важными и актуальными. Используемые на отечественном рынке методы для сбора и анализа информации в виде опросов, интервью, наблюдений не обеспечивают полного понимания данной проблемы. Поэтому разработка модели восприятия бренда покупателями в зависимости от особенностей менталитета и этнической принадлежности, изучаемой отрасли экономики, факторов «статусного» и «культурно-познавательного» потребления, основывающаяся на объединении контент анализа, репертуарной сетки и вышеперечисленных инструментов исследования, зарубежных и отечественных авторов, требует дальнейшего изучения и апробации на российском рынке.

Литература

1. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions [Электронный ресурс] // JSTOR – платформа научного обмена– URL: <https://www.jstor.org/stable/3150499?seq=1> (дата обращения 08.11.2020)

2. Feng Hu. Rohit H. Trivedi Mapping hotel brand positioning and competitive landscapes by text-mining user-generated content [Электронный ресурс] // ResearchGate - платформа научного обмена – URL: <https://www.researchgate.net/> (дата обращения: 20.09.2020);

3. Ihsbm - Идентичность бренда – ключевое понятие бренд-менеджмента [Электронный ресурс]. - режим доступа:

https://www.ihsbm.ru/upload/article/identichnost_brenda_klyuchevoe_ponyatie_brend_menedzhmenta.pdf (дата обращения: 28.10.2020);

4. Marketing.by – Маркетинг выбора [Электронный ресурс]. - режим доступа: <https://marketing.by/mnenie/kotlerovskiy-marketing-umer-imeyte-delo-s-vybiratelyami/> (дата обращения: 20.09.2020)

5. Psychosearch.ru – Теория личностных конструктов Джорджа Келли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psychosearch.ru/teoriya/determin/425-teoriya-lichnostnykh-konstruktov-dzhordzha-kelli#:~:text=Личностный%20конструкт%2C%20по%20теории%20американского,на%20собственном%20опыте%20%5B1%5D> (дата обращения: 27.10.2020).

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСОВ

В.А. Шевцов, А.Ю. Тютрина
Новосибирский Государственный Технический Университет,
г. Новосибирск, shevczov.2019@stud.nstu.ru

В статье рассмотрены популярные в России музыкальные стриминговые сервисы. Проведен анализ конкурирующих сервисов и сделаны выводы по этому вопросу.

This article introduces popular music streaming services in Russia. The competitive service was analyzed and a conclusion was made on this matter.

В современном мире для потребления цифрового контента потребители стали чаще прибегать к использованию стриминговых сервисов. Стриминговый сервис – это платформа для предоставления доступа к контенту от его производителя к конечному пользователю, при котором контент находится на удаленном сервере.

Многие музыкальные платформы используют комбинированную модель, т.е. каждый пользователь музыкального сервиса имеет бесплатный доступ с функциональными ограничениями и рекламой. Такой тип модели также называется “фримиум” (от англ. freemium). Данная модель разработана в соответствии со следующей логикой: пользователям при знакомстве с тем или иным сервисом не нужно платить за прослушивание музыки и если потребитель будет заинтересован в более расширенном функционале, то он будет готов заплатить за увеличенный объем услуг. Пробный период помогает определиться пользователям с достоинствами недостатками сервиса. Также существует “премиум” (от

англ. premium) модель, которая избавляет от ограничений, тем самым предлагая большую ценность для потребителя. Она предоставляет все возможные услуги сервиса сразу, т.е. поиск определённой композиции, неограниченное прослушивание музыки и создание собственных плейлистов в рамках сервиса и т.д. Таким образом, руководители музыкальных сервисов надеются на переключение пользователей с бесплатного режима на платный за счет осознания дополнительной ценности, которую предлагает платформа, но в то же время бесплатный режим должен быть достаточно привлекательным и информативным для пользователей платформы, но вместе с тем достаточно отличным от премиум-режима, чтобы побуждать потребителей на переход к платным услугам сервиса.

Согласно последнему отчету международной ассоциация фонографической индустрии, Россия занимает первое место по использованию стриминговых сервисов для прослушивания музыки и составляет 87% от мирового использования данных сервисов [1]. Все больше и больше людей готовы платить за музыку и пользоваться официальными сервисами источниками для прослушивания и использования аудиофайлов. Так в России есть 4 основных музыкальных сервиса которые предоставляют возможность прослушивания музыки в цифровом формате: “Spotify”, “Apple Music”, “Яндекс. Музыка”, “Boom”.

Каждый стриминговый сервис оказывает приблизительно одинаковое количество услуг. Исключением является “Boom”, так как сервис предоставляет и лицензионный, и нелицензионный контент в одном приложении, имея в своей коллекции разные версии одних и тех же композиций, которые удобны для пользователя.

Время бесплатного периода зависит от факторов, помогающих разобраться в основных преимуществах платной подписки сервиса, по сравнению с его основными конкурентами. Таким образом сервис “Boom” предназначен для удобного использования его совместно с социальной сетью “ВКонтакте”, так пользователь получает доступ к большому функционалу, а именно, доступ к услугам мессенджера и доступ к прослушиванию музыкального контента, поэтому пользователи знакомы с функциями этого сервиса, так как он представляет эволюцию ранней стадии социальной сети “ВКонтакте”. “Яндекс. Музыка” имеет большое количество готовых плейлистов, которые могут охватить большее количество пользователей на ранней стадии использования сервиса, а также существует возможность прослушивания подкастов. “Spotify” и “Apple Music” являются основными игроками в области стриминга музыкального контента на рынке цифровой дистрибуции. Так сервис “Apple Music” изначально непосредственно интегрирован в основной продукт

компании “Apple”, что дает ему первоначальный доступ к любому покупателю электронных устройств производимых этой компанией, тем самым теоретически имеющий наибольший первоначальный охват клиентов. Сервис “Spotify” за счет наличия продвинутых технологий в области рекомендации контента и составления плейлистов имеет наибольшую популярность у обширной аудитории, имеющей опыт в использовании музыкальных сервисов в целом.

Как говорилось ранее, большинство компаний используют “фримиум” бизнес-модель. Главным антагонистом на рынке является компания Apple, она не предоставляет ограниченные функции своей аудитории, а имеет только платный доступ. Слушатели музыки имеют равные права на этой платформе, благодаря эксклюзивности контента переходят на эту площадку. По прогнозам на 2030 год количество пользователей стриминговых сервисов достигнет 2 млрд. человек [1].

Ценовая политика сервисов достаточно демократична. Слушатель платит от 149 до 199 рублей в месяц за прослушивание музыки. В сравнении с физическими носителями цена является низкой, так как один диск равен стоимости месячной подписки, но на диске контент будет ограниченным. Компании стараются продвигать мульти- подписки: предлагать множество сервисов за меньшие деньги, чем они стояли по отдельности. За счёт увеличения сервисов в мульти- подписке количество подписчиков растёт прямо пропорционально.

Индустрия музыкальных сервисов в России постепенно развивается, поскольку компании вводят в свои системы все больше и больше новых услуг, от создания плейлистов по интересам до предоставления текстов песен. Это делает сервисы привлекательными для потребителя, так как они предоставляют множество функций в одном приложении. За счёт разнообразия и удобства использования, музыкальные сервисы могут получить больше потребителей в будущем.-

Влияние новых участников зависит от входных барьеров в отрасли и скорости работы существующих участников рынка. Если барьеры для входа в отрасль высоки, а уровень сопротивления со стороны существующих компаний в отрасли высок, то влияние новых претендентов на прибыль будет минимальным. Из-за их небольшого числа и серьезного влияния на рынок, появление даже одного нового сервиса может полностью изменить расстановку сил. Последним таким игроком, появившимся на российском рынке в 2020 году, является сервис «Spotify». Данный сервис владеет внушительным финансовым капиталом, что позволило оплатить права на распространение музыкального контента, а также провести крупную маркетинговую кампанию, которая является непременной составляющей процесса выхода на рынок цифровой музы-

ки. Поскольку размер музыкальной библиотеки является определяющим конкурентным преимуществом для музыкального сервиса, получение прав на владение обширным каталогом музыки является первостепенной задачей. Это является серьезным барьером для выхода небольших новых игроков на рынок, так как для наполнения официальной библиотеки может потребоваться серьезное начальное капиталовложение, которое могут себе позволить немногие компании.

Для анализа рынка стриминговых музыкальных сервисов нами использовалась карта конкурентоспособности. Основными анализируемыми переменными были «темпы роста» и «доля рынка». Ось ординат и абсцисс имели числовые шкалы от 0% до 100%. Низкий показатель – до 10%, средний – от 10% до 50%, высокий – от 50% до 100%. После поиска дополнительной информации – объем продаж компании, мы смогли построить карту рынка стриминговых сервисов. Boom отстает в области цифровых технологий, но компания забирает свою долю рынка за счет работы с сервисом "ВКонтакте". По графику видно, что Я. Музыка является главным поставщиком цифровой музыки в России, с каждым годом она наращивает свои обороты и старается увеличить доля рынка за счет раскрученности бренда. Несмотря на то, что у Apple Music их продажи медленно растут на российском рынке из-за своей бизнес модели, пользователи операционной системы IOS чаще всего предпочитают именно этот сервис из-за её встроенности в систему. Spotify всего лишь полгода на рынке в России, но уже смог завоевать часть аудитории своими "фишками". За счёт правильной маркетинговой кампании слушатели переключились с других сервисов на этот. Таким образом, проведенный конкурентный анализ позволил выявить конкурентные позиции и существующий уровень конкурентоспособности в музыкальном стриминговом бизнесе, что в дальнейшем может быть использовано каждым из них при разработке стратегии своего развития.

Литература:

1. Музыкальные стриминговые платформы как коммуникационный инструмент: к постановке проблемы / Л.В. Шарахина, Н.В. Михайлов, К.Д. Селянкина, А.С. Сёмкина //Российская школа связей с общественностью. -2019. - №15. -С. 46-63.

2. Печищева Е.М. Стриминговые сервисы в музыкальной индустрии // Аллея науки. - 2018. - №4 (20). - С. 52-56.

3. Князева И.Г., Кондакова Е.И. Музыкальные стриминговые сервисы как новый источник доходов музыкальной индустрии // От синергии знаний к синергии бизнеса: сб. науч. тр. - Омск: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский центр КАН», 2018. - С. 721-724.

СОДЕРЖАНИЕ

НАУЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ – ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Секция ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЭКОНОМИКЕ

Байрамов Р.Р., Пихтарёва А.С., Драгунова Е.В.	Новосибирск	3
Верещагин К.Р., Пустовалова Н.В.	Москва, Новосибирск	7
Гольман Д.А., Нагорский А.Б., Милёхина О.В.	Новосибирск	11
Горин А.В., Муртазина М.Ш.	Новосибирск	14
Голованова С.В., Данилова А.В.	Новосибирск	17
Денисов С.Е.	Томск	21
Джадранова О.А., Петрова Е.А.	Горно-Алтайск	25
Ефремов Д.А., Русанов С.А.	Новосибирск	28
Зямина Т.Ю., Фукс А.Н.	Горно-Алтайск	31
Карнаева А.И., Драгунова Е.В.	Новосибирск	34
Коваль О.О., Цикалова А.В., Межова О.С.	Новосибирск	38
Козлова Л.А., Каширина А.М.	Новосибирск	42
Михеева Е.Б., Дорофеева А.В.	Новосибирск	46
Пихтарёва А.С., Драгунова Е.В.	Новосибирск	48
Прозорова А.С.	Кемерово	52
Толысбаева М.Б., Кравченко А.В.	Нур-Султан	55
Хан А.А., Каширина А.М.	Новосибирск	60
Чинарова А.Э., Пашаева Р.А., Драгунова Е.В.	Новосибирск	63
Шумилова М.Е., Юсупова Л.Р., Милёхина О.В.	Новосибирск	67
Эргешов Р.Ш., Драгунова Л.С.	Санкт-Петербург, Новосибирск	70

**Секция ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ
НА МЕЖДУНАРОДНОМ, ФЕДЕРАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ
И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УРОВНЯХ**

Аксенова Е.Ю., Ульмер К.А., Яненко Е.Н.	Новосибирск	75
Акылбекова Э.Ж., Аюпов А.Н.	Бишкек	78
Антипов Р.А., Васильев А.А., Суходаева Т.С.	Новосибирск	82
Баимова Ж.С., Абдурашитов А.А.	Бишкек	86
Беликова Н.А., Умеркаева А.Р., Суходаева Т.С.	Новосибирск	90
Битолеуова Е.Д., Лавровский Б.Л., Кирдасинова К.А.	Нур-Султан, Новосибирск	93
Витько Т.С., Ивашенцева Н.К., Филатьева Н.А.	Новосибирск	97
Волосатова Л.С., Фадеева Н.С.	Новосибирск	101
Ганыева С.Н., Савина С.Е.	Бишкек	105
Гришакова А.А.	Новосибирск	109
Демидов О.В., Мельцер М.Л.	Новосибирск	114
Жидова Т.В., Шмаков А.В.	Новосибирск	118
Затрова Ю.С.	Москва	120
Захарова К.С., Науменко А.С., Сатабаева З.И., Адова И.Б.	Новосибирск	123
Злакоманова Е.Н.	Новосибирск	128
Коваленко К.С., Бозо Н.В.	Новосибирск	132
Кононов А.А., Коява Л.В.	Новосибирск	136
Кохан Д.А., Ляскин Г.Г.	Новосибирск	140
Кубатова М.А., Базарбаева Р.Ш.	Бишкек	143
Липовская А.А., Сербулов А.В.	Калининград	148
Морозов М.В., Бузовская Л.В.	Новосибирск	151
Назарова Н.В., Любященко С.Н.	Новосибирск	156
Плесовских Д.В., Горина С.С., Шмаков А.В.	Новосибирск	160
Придня Е.С., Бозо Н.В.	Новосибирск	162

Савельева А.А., Кулешова А.А., Адова И.Б.	Новосибирск	166
Савенкова И.В., Власова Н.Ю.	Екатеринбург	170
Смирнова А.Ю., Горянинская О.А.	Барнаул	174
Степаненко А.О., Бойко Е.Е., Анофриков С.П.	Новосибирск	178
Суфиянова Д.Д., Чештанова С.М., Суходаева Т.С.	Новосибирск	182
Исмоилов Г.Н., Филатов А.Ю.	Санкт-Петербург, Владивосток	186
Фомичева А.М., Кудрявцева В.Ю., Шмаков А.В.	Новосибирск	191
Шаройко Ю.А.	Новосибирск	193
Шишкарева О.А., Кабирова А.Р., Анофриков С.П.	Новосибирск	196
Щедрин Е.Е.	Москва	200

**Секция ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ
ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ,
ОТРАСЛЕЙ И ТЕРРИТОРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
СИСТЕМ**

Абрамян С.А., Коява Л.В.	Новосибирск	204
Байрак А.Н.	Новосибирск	209
Березовский К.С., Бозо Н.В.	Новосибирск	213
Голешев А.С., Бозо Н.В.	Новосибирск	217
Городецкая А.В., Малышева Е.В.	Новосибирск	221
Дихтеренко А.С., Бозо Н.В.	Новосибирск	225
Дудина А.О., Бозо Н.В.	Новосибирск	229
Ермолаев П.И., Штейнгольц Б.И.	Новосибирск	231
Ермолаев П.И., Штейнгольц Б.И.	Новосибирск	235
Ефремов Д.К.	Новосибирск	238
Ивченко А.И., Аверьянова Т.А.	Новосибирск	239
Конов И.А., Петухова С.В.	Новосибирск	243
Крамская А.А., Воронкова О.В.	Новосибирск	246
Лебедева А.Е., Ермашкевич Н.С.	Новосибирск	250

Загоруйко С.А., Леонова А.В., Петрова Е.А.	Горно-Алтайск	254
Мячина Ю.Д., Бозо Н.В.	Новосибирск	258
Омельченко Е.В., Доме И.Н.	Новосибирск	262
Попков А.С., Пташкина А.Р., Низовкина Н.Г.	Новосибирск	266
Роньжин Г.М., Ермашкевич Н.С.	Новосибирск	270
Садовская М.А., Низовкина Н.Г.	Новосибирск	274
Смык Е.В., Монастырный Е.А.	Томск	278
Суворова Е.О., Северова М.О.	Новосибирск	282
Федосеева М.Ю., Любященко С.Н.	Новосибирск	286
Хабинова М.Д., Добрецкая А.А., Мельников В.В.	Новосибирск	290
Чесунас О.В., Зиннер В.Я.	Новосибирск	294
Чупина С.С., Шматков Р.Н.	Новосибирск	298

Секция *МЕНЕДЖМЕНТ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА*

Альжанова Д.А., Виниченко В.А.	Новосибирск	304
Брезицкий С.Б., Клавсуц И.Л.	Новосибирск	305
Вавилова Ю.А., Микиденко Н.Л.	Новосибирск	309
Власов М.Е., Горевая Е.С.	Новосибирск	312
Гусельникова С.А., Тропникова В.В.	Новосибирск	316
Дьяченко Д.Г., Щербакова Н.А.	Новосибирск	320
Зайцев В.Д., Горевая Е.С.	Новосибирск	324
Звягинцев Д.А., Качур Т.Н., Виниченко В.А.	Новосибирск	327
Зорин Г.А., Горевая Е.С.	Новосибирск	331
Иванова К.В., Горевая Е.С.	Новосибирск	335
Исмаилов О.У., Терешкина Н.Е.	Новосибирск	338
Каркинбаева Ш.И., Кирдасинова К.А., Лавровский Б.Л.	Нур-Султан, Новосибирск	342
Коновалов И.Е., Ермашкевич Н.С.	Новосибирск	346
Критинин А.В., Виниченко В.А.	Новосибирск	350

Куликов В.В., Сыроватень А.А., Усынина Ю.И.	Новосибирск	354
Лунев Н.О., Филосова Е.И.	Уфа	357
Луферова А.А., Емельянович А.А.	Новосибирск	361
Никитин И.А., Янковская-Недоборова К.В., Спиридонова Е.В.	Новосибирск	364
Носков Н.С., Горевая Е.С.	Новосибирск	368
Нурбаева А.Т., Толысбаев Б.С., Драгунова Е.В.	Нур-Султан, Новосибирск	371
Охрименко С.И., Клавсуц И.Л.	Новосибирск	376
Пчелинцева А.О., Шмидт Д.В., Виниченко В.А.	Новосибирск	379
Ростовцева И.А., Гилева К.В.	Новосибирск	383
Серебряков В.Е., Щербакова Н.А.	Новосибирск	387
Сичкарев Д.В., Балабин А.А.	Новосибирск	391
Снегирев В.А.	Новосибирск	395
Феденёва И.В., Гилёва К.В.	Новосибирск	399
Ши Хуэй, Щербакова Н.А.	Новосибирск	403
Шушурыхина Е.К., Терешкина Н.Е.	Новосибирск	407
Янковская-Недоборова К.В., Никитин И.А., Клавсуц И.Л.	Новосибирск	411

Секция ФИНАНСЫ

Абрамян А.С., Розумная Н.В.	Санкт-Петербург	415
Аврицевич Д.К., Аверьянова Т.А.	Новосибирск	419
Баранова А.П., Любященко С.Н.	Новосибирск	425
Бричка В.В., Баранова И.В.	Новосибирск	429
Вальтер А.А., Колоскова Н.В.	Новосибирск	434
Власенко Д.Е., Власенко М.А.	Новосибирск	438
Воробьева А.Е., Каширских В.С., Приходько Е.А.	Новосибирск	443
Ворожбицкая Ю.В., Немцева Ю.В.	Новосибирск	447
Горина С.С., Приходько Е.А.	Новосибирск	450

Аглиулина А.В., Гунько Е.А., Ходжич Е.В.	Новосибирск	454
Железняк М.Е., Приходько Е.А.	Новосибирск	458
Журавлева А.С., Шарипова Р.Н.	Уфа	463
Зулина М.В.	Томск	466
Лебедева Н.Ю., Ибрагимова А.Т.	Ростов-на-Дону	470
Каримбаева А.Б., Жоламанова М.Т., Нурбаева А.Т.	Нур-Султан	474
Кудрявцева В.Ю., Власенко М.А.	Новосибирск	478
Ходжич Е.В., Левкина Я.В.	Новосибирск	483
Митерева М.Р.Р.Р., Ходжич Е.В.	Новосибирск	488
Морозова В.Н., Павлухина А.В., Приходько Е.А.	Новосибирск	492
Мукане М.С., Жукова Т.В.	Новосибирск	495
Нечесанова А.В., Розумная Н.В.	Санкт-Петербург	499
Подтыкаленко А.Г., Любященко С.Н.	Новосибирск	503
Грехова К.Е., Познанская Ю.С., Ходжич Е.В.	Новосибирск	508
Полукеева Т.М., Ворническо Н.И.	Новосибирск	512
Попова А.Н., Ворническо Н.И.	Новосибирск	515
Ребрикова А.В., Ходжич Е.В.	Новосибирск	518
Роева А.А., Жукова Т.В.	Новосибирск	521
Самсонова Ю.Е., Эзрох Ю.С.	Новосибирск	526
Смагина П.Л., Аверьянова Т.А.	Новосибирск	529
Приходько Е.А., Гаврюшов М.С., Смирнов А.Е.	Новосибирск	533
Торопова А.С., Бричка В.В., Приходько Е.А.	Новосибирск	539
Ульмасов В.И., Селезнёва А.И.	Уфа	543
Филюк А.М., Боряев В.Е., Костяева Е.В.	Новосибирск	547
Храмых А.А.	Новосибирск	551
Щепина К.В., Костяева Е.В.	Новосибирск	555
Эрнандес Ортис Дж., Степанова С.В.	Новосибирск	559

Секция *СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ*
УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

Андропова Д.Н., Жукова Т.В.	Новосибирск	564
Брагина Т.А., Зубарева Л.В.	Сургут	569
Брагина Т.А., Зубарева Л.В.	Сургут	573
Голышкина А.М., Баранова И.В.	Новосибирск	577
Доблер М.В., Усачева О.В.	Новосибирск	581
Дрей П.С., Хоменко Е.В.	Новосибирск	585
Захарова А.В., Хоменко Е.В.	Новосибирск	589
Зыкова Е.В., Овчинникова Н.Н.	Новосибирск	593
Исакова К.С., Жукова Т.В.	Новосибирск	595
Сурикова Е.А., Коновалова Е.А.	Новосибирск	599
Лоретус Е.А., Ракин Д.Ю., Петрова Е.А.	Горно-Алтайск	603
Пашаева Р.А., Григорьева Л.И.	Новосибирск	607
Пустовских В.А., Аманжолова Б.А.	Новосибирск	611
Салтовская Е.Ю., Аманжолова Б.А.	Новосибирск	615
Середина Е.А., Жукова Т.В.	Новосибирск	619
Надточина Е.Ю., Латынцева М.А., Снегирев М.К.	Новосибирск	624
Соломин В.А., Шахбазов Р.Ш., Яцко В.А.	Новосибирск	627
Тарапатина Е. А.	Новосибирск	630
Тельнова О.Ю., Ромашкина И.В.	Новосибирск	634
Федорова И.Ю., Ивакина И.И.	Красноярск	638

Секция *ТЕХНОЛОГИЯ. КАЧЕСТВО. БЕЗОПАСНОСТЬ*

Баймухаметова А.Р., Калямова Л.Ф. Уфа		642
Габдуллина Э.Р.		
Габрельян Е.Э., Сапожников А.Н., Копылова А.В.	Новосибирск	646
Госман Д.В., Бычкова Е.С.	Новосибирск	649

Гурова Д.В., Большаков К.А., Сапожников А.Н., Копылова А.В.	Новосибирск	652
Долина К.С., Рождественская Л.Н., Дриль А.А.	Новосибирск	657
Елистратова С.В., Бах П.А., Чередниченко Л.Е.	Новосибирск	662
Ионова О.В., Габелко С.В.	Новосибирск	666
Левин Т.А., Сапожников А.Н., Копылова А.В.	Новосибирск	669
Мацейчик И.В., Корпачева С.М., Мазарова П.Г., Хивук А.В.	Новосибирск	673
Мальчугова М.М., Чередниченко Л.Е.	Новосибирск	677
Моторина Д.В., Рождественская Л.Н., Дриль А.А.	Новосибирск	681
Мышеловская А.В., Штеер А.И., Мацейчик И.В.	Новосибирск	685
Решетникова П.А., Копылова А.В., Сапожников А.Н.	Новосибирск	689
Решетникова П.А., Бычков А.Л.	Новосибирск	691
Серасутдинова К.Р., Мацейчик И.В., Корпачева С.М., Ломовский И.О.	Новосибирск	693
Син А.Д., Белякова Д.А., Бычкова Е.С.	Новосибирск	698
Ступакова Е.С., Мацейчик И.В.	Новосибирск	700

Секция *МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА*

Адаев И.А., Кабанова К. В.	Челябинск	705
Бобрик М.И., Назаркина В.А.	Новосибирск	708
Бобрик М.И., Воротникова Е.Ю.	Новосибирск	712
Аль-жаби М., Касаев Б.С.	Москва	716
Дубынина Т.В., Кабанова К. В.	Челябинск	718
Коваленко И.Г., Щеколдин В.Ю.	Новосибирск	722
Кутафина А.А., Адова И.Б.	Новосибирск	726

Макарова Е.В., Синяева И.М.	Москва	730
Манзурова Д.С., Гришкова Д.Ю.	Новосибирск	734
Мубаракзянова М.М., Щеколдин В.Ю.	Новосибирск	739
Покатилов В.И., Батуев Д.Б., Колочева В.В.	Новосибирск	744
Потемкин А.Я., Архипов А.Е.	Новосибирск	748
Проскурина В.Д., Загорская Л. М.	Новосибирск	752
Соколова К.А., Цой М. Е.	Новосибирск	756
Соловцова Д.П., Спирин С.Б., Ушакова Е.О.	Новосибирск	759
Солоха А.В., Соболева И.А.	Новосибирск	762
Тунгусова А.А., Цой М.Е.	Новосибирск	766
Федоренко В.И., Касаев Б.С.	Москва	768
Шабина А.В., Мокроусов К.Д., Цой М.Е.	Кемерово, Новосибирск	772
Шатилова П.С., Цой М.Е.	Новосибирск	776
Шевцов В.А., Тютрина А.Ю.	Новосибирск	780

НАУКА. ТЕХНОЛОГИИ. ИННОВАЦИИ
Сборник научных трудов в 9 частях

г. Новосибирск, 30 ноября-04 декабря 2020 г.
Часть 7
Под ред. Гадюкиной А.В.

Подписано в печать 16.12.2020. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Уч.-изд. л. 46,26. Печ. л. 49,75. Тираж 100 экз. Заказ № 42
Отпечатано в типографии
Новосибирского государственного технического университета
630073, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20

