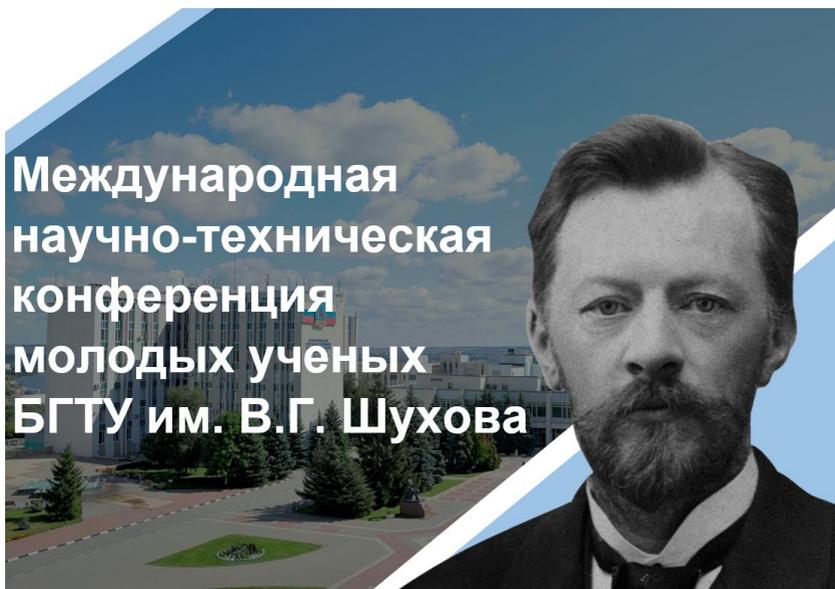


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Российская академия наук
Российская академия архитектуры и строительных наук
Администрация Белгородской области
ФГБОУ ВО Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова
Международное общественное движение инноваторов
«Технопарк БГТУ им. В.Г. Шухова»



**Международная
научно-техническая
конференция
молодых ученых
БГТУ им. В.Г. Шухова**

Сборник докладов

Часть 17

**Актуальные проблемы экономического и социального
развития**

**Белгород
20-21 мая 2024 г.**

УДК 005.745
ББК 72.5+74.48
М 43

**Международная научно-техническая конференция
молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова
[Электронный ресурс]:**
Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова, 2024. – Ч. 17. – 633 с.

ISBN 978-5-361-01330-2

В сборнике опубликованы доклады студентов, аспирантов и молодых ученых, представленные по результатам проведения Международной научно-технической конференции молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова.

Материалы статей могут быть использованы студентами, магистрантами, аспирантами и молодыми учеными, занимающимися вопросами энергоснабжения и управления в производстве строительных материалов, архитектурных конструкций, электротехники, экономики и менеджмента, гуманитарных и социальных исследований, а также в учебном процессе университета.

УДК 005.745
ББК 72.5+74.48

ISBN 978-5-361-01330-2

©Белгородский государственный
технологический университет
(БГТУ) им. В.Г. Шухова, 2024

Andryeuskaya P.

*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, ass. prof.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus*

CHALLENGES AND PROSPECTS OF MODERN MARKETING DEVELOPMENT

Marketing, as a dynamic field, constantly evolves to meet the changing needs of consumers and the shifting landscape of technology and business. The success of a business depends on how productively it will use digital marketing, which is an absolutely new strategy for understanding consumer behavior both on the market and on the web. This issue is important to be considered, as it is directly related to the market and technologies that are currently developing [1; 2; 3; 4].

However, advances in technology have brought both opportunities, shaping its development and prospects for the future, and a myriad of challenges. Understanding these challenges and their implications is crucial for devising effective strategies and staying ahead in an increasingly competitive marketplace [7; 8].

1) Digital Transformation. The rapid advancement of technology has transformed how consumers interact with brands. Marketers struggle to keep pace with the ever-changing digital landscape, including social media platforms, search engine algorithms, and emerging technologies like AI and AR. While AI presents unparalleled opportunities for efficiency, its rapid emergence can be daunting, with specific use cases and the human-AI balance hard to strike [6; 8].

However, advances in technology have enabled marketers to deliver personalized experiences to consumers based on their preferences, behaviors, and demographics. Through data analytics and AI-powered algorithms, marketers can tailor their messaging and offerings to resonate with individual consumers, fostering stronger connections and driving higher conversion rates. A safe and meaningful approach for using AI-powered tools can be a new prospect for marketing development within few years. Marketers can harness AI to automate mundane tasks, freeing up creative human capital to focus on strategy and innovation. AI can also personalize customer experiences at scale, leading to deeper customer engagement.

2) Data Privacy concerns. Modern businesses employ sophisticated tools, including machine learning algorithms and predictive analytics, to interpret this data. These tools help identify patterns and trends, understand customer segments, and predict future behaviors. For instance, analyzing

purchase history and browsing behavior can help predict what products a customer might be interested in next.

However, the use of data in personalized marketing has its challenges. Data Privacy and Security are paramount concerns. Consumers are increasingly aware of how their data is used and concerned about privacy. Businesses must navigate the delicate balance between personalization and privacy, ensuring compliance with data protection laws like the General Data Protection Regulation (GDPR).

Transparency in data collection practices and giving customers control over their data are critical to maintaining trust, so that data is not just a component of personalized marketing; it is its foundation. The effective collection, analysis and application of data determine the success of customized marketing efforts. As technology advances and more data becomes available, the potential for even more refined and effective personalization grows.

However, this potential comes with the responsibility to use data ethically and safeguard consumer privacy, ensuring personalized marketing remains a mutually beneficial approach for businesses and consumers [5].

3) Sustainability and Purpose-driven Marketing. Sustainability and Purpose-driven marketing pose a significant challenge for modern marketers due to the shifting priorities and expectations of consumers. While there is increasing demand for brands to align with environmental and social causes, implementing sustainable practices and communicating purpose-driven messages effectively requires a strategic overhaul of traditional marketing approaches.

One of the primary challenges lies in integrating sustainability into every aspect of the value chain, from sourcing raw materials to product packaging and distribution. This often involves investing in eco-friendly technologies, establishing transparent supply chains, and adhering to rigorous environmental standards, all of which can incur additional costs and complexities for businesses.

Moreover, effectively communicating sustainability initiatives and purpose-driven values to consumers presents its own set of challenges. Consumers are becoming more aware and selective for authenticity and sincerity in their commitment to social and environmental causes.

Despite the challenges, sustainability and purpose-driven marketing offer immense prospects for modern marketers to differentiate their brands, forge deeper connections with consumers, and drive long-term growth.

Firstly, embracing sustainability can serve as a powerful differentiator in a crowded marketplace, setting brands apart from competitors and appealing to environmentally conscious consumers. By prioritizing

sustainability, brands can attract a loyal customer base that values ethical and responsible business practices, fostering brand advocacy and positive word-of-mouth.

In conclusion, modern marketing faces a host of challenges in navigating the complexities of the digital age, but it also presents exciting opportunities for innovation and growth. By embracing new technologies, strategies, and consumer trends, marketers can overcome obstacles and chart a course towards a more dynamic and impactful future.

REFERENCES

1. Амирова Д.Р. Социальный медиа-маркетинг как эффективный инструмент продвижения / Д.Р. Амирова, О.И. Запорожец // Вестник Евразийской науки – 2019. –Т.11. – №2. – С.3.
2. Годин В. В. Цифровая реклама как инструмент продвижения товара или услуги. Опыт реализации проектов / В. В. Годин, А. Е Терехова // Е – Менеджмент – 2019. – Т.2. – №3. – С.13-21.
3. Таргетированная реклама [Electronic resource]. URL: <https://www.ru.wikipedia.org/wiki/ru> (date of access: 24.03.2024).
4. Что такое нативная реклама [Electronic resource]. URL: <https://texterra.ru> (date of access: 30.03.2024).
5. Karkasier O., Nurgul H. Personolized Marketing in the digital era: strategies, challenges, and future directions // Academic Research and Reviews in Social, Humanities and Administrative Sciences. The First Edition, December 2023. PP. 319 – 339.
6. Koshel A. Yu., Sorokina A.I. Marketing in the Digital Age // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной науч.-практ. конф. / редкол.: С. А. Гальченко (гл. ред.). Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. С. 515-518.
7. Ratnikova D.S., Sorokina A.I. Marketing in the Context of Digital Technology Development // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной науч.-практ. конф., / редкол.: С. А. Гальченко (гл. ред.). Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. С. 559-562.
8. Top 5 Marketing Challenges and Opportunities in 2024 [Electronic resource]. URL: <https://aisensum.com> (date of access: 30.03.2024).

УДК 339.138

Bakevich L.O.

*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, ass. prof.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus*

ETHICS IN MARKETING

Marketing ethics involves the application of ethical principles and values to a business's marketing activities, emphasizing the well-being of consumers, society, and the environment alongside profit generation. This approach seeks to establish trust and loyalty between the brand and its audience by balancing profitability and social responsibility. This article explores the core of ethical marketing, its significance and its future.

Ethical marketing is rooted in honesty, fairness, and social responsibility, presenting a comprehensive business approach aiming to generate profits while benefiting society and the environment. Aligning marketing efforts with the values of the target audience, ethical marketing practices enhance consumer trust, elevate brand reputation, and contribute positively to society and the environment [2].

The adoption of ethical branding practices brings various benefits, including an enhanced brand image and reputation that attracts consumers, investors, and potential employees. Ethical branding fosters increased consumer engagement by connecting with customers on a deeper level, leading to stronger advocacy and word-of-mouth marketing. It opens doors to new markets where sustainability and corporate responsibility are prioritized. Additionally, ethical practices mitigate risks associated with environmental, social, and governance factors, which are increasingly scrutinized by investors and regulatory bodies.

In the realm of ethical branding, foundational principles guide brands towards responsible business practices. Transparency is crucial in all brand communications, fostering trust through openness about products, services, sourcing, and business practices. Accountability goes hand in hand with transparency, requiring brands to take responsibility for their actions, rectify mistakes, and implement practices to prevent future issues. Sustainability is imperative with brands integrating sustainable practices into operations, including the use of renewable resources and minimizing waste. Communicating these efforts effectively reinforces the brand's commitment to sustainability. Fairness and equity, another core principle, involve treating all stakeholders fairly, promoting inclusivity and diversity within the company and its marketing efforts, leading to loyalty from diverse consumer groups.

Environmental responsibility is also a crucial component of ethical branding, extending beyond mere compliance with regulations to reduce ecological footprints actively. Brands can achieve this by embracing sustainable sourcing, resource efficiency, emission reduction, and investments in environmental conservation. A commitment to environmental responsibility not only benefits the planet but also resonates strongly with eco-conscious consumers.

Social responsibility is another integral aspect of ethical branding, requiring brands to positively contribute to society through charitable endeavors, community engagement, or addressing social issues. This commitment ranges from supporting local communities to engaging in global causes, enhancing both brand image and customer relationships [1].

Ethical branding brings a host of benefits, yet it is not without its share of challenges. However, within these challenges opportunities for growth, innovation, and leadership in ethical business practices lie. Let's explore these dynamics in more detail:

Implementing ethical practices often incurs additional costs, such as investing in sustainable materials or ensuring fair labor wages. These can lead to higher product prices, potentially impacting market competitiveness. However, it provides an opportunity to educate consumers about the value of ethical practices and build a market for responsibly produced goods. Over time, these practices can lead to cost savings through efficient resource use and strengthened brand loyalty.

Greenwashing, or false claims of environmental friendliness, has fueled consumer skepticism. To counter this, brands must ensure authenticity in their ethical claims, offering an opportunity for transparent communication, third-party certifications, and building trust in the brand's ethical stance. This also encourages a culture of accountability within the industry.

Ethical branding involves navigating complex issues such as supply chain ethics and diverse stakeholder expectations. Successfully addressing these challenges requires a nuanced approach, a commitment to continuous learning, and adaptation. The opportunity lies in fostering multi-stakeholder dialogues and collaborations, leading to more innovative and inclusive solutions.

Technology and innovation provide significant opportunities for promoting ethical practices. Challenges related to tracking supply chain ethics or measuring environmental impact can be addressed through technological solutions like blockchain or AI. Investing in innovation not only helps solve ethical challenges but also positions the brand as a forward-thinking leader in ethical practices.

Collaboration with other businesses and governmental organizations is crucial for tackling ethical challenges comprehensively. While these partnerships may be challenging due to differing goals and practices, they offer significant opportunities for creating systemic change through shared resources, knowledge, and influence [4].

To build trust and relationships with potential and current customers, it's essential to avoid certain marketing issues.

First of all, it's false advertising. Overstating or embellishing product benefits can harm customer trust.

Secondly, it's portraying hurtful stereotypes. Businessmen should avoid campaigns that cross the line of target market demographics, ensuring messages backed by research rather than stereotypes.

Thirdly, misusing customer data comes. Company must ensure responsible use of customer data, addressing privacy concerns through visible privacy policies and consent mechanisms.

Next is negative advertising - discrediting competitors through negative advertising, which can lead to loss of respect and potential legal issues [3].

The future of ethical branding is marked by increasing consumer awareness and demand for values-aligned brands, particularly in environmental sustainability and social responsibility. This trend is fueled by information accessibility, global issue awareness, and a growing sense of individual responsibility. Anticipated developments include more companies adopting sustainable practices, transparent supply chains, and technology-driven solutions for ethical challenges, such as innovations in sustainable materials, ethical AI, and blockchain for supply chain transparency. Collaborations across industries for sustainable solutions are expected to become more prevalent.

The dynamic realm of ethical branding provides brands with opportunities to innovate, distinguish themselves, and foster profound connections with consumers. Nevertheless, it comes with challenges, such as navigating intricate global supply chains, managing the cost implications of sustainable practices, and meeting the elevated expectations of an increasingly informed consumer base.

Ethical branding is not just a fleeting trend; it signifies a fundamental shift in how businesses function and interact with customers and the broader world. The path to ethical branding entails adopting principles like transparency, accountability, sustainability, fairness, and social and environmental responsibility.

REFERENCES

1. Мармашова, С.П. Маркетинг и общество: учеб.-метод. комплекс/ С. П. Мармашова. Минск: БГУ, 2021. С. 13-17.
2. Ethical business branding [Electronic resource]. URL: <https://www.searchmyexpert.com> (date of access: 02.03.2024).
3. Ethical issues in marketing [Electronic resource]. URL: <https://www.techtarget.com> (date of access: 03.03.2024).
4. Ethics in marketing [Electronic resource]. URL: <https://www.linkedin.com> (date of access: 02.03.2024).

УДК 338.242

Balakina M.V.

*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, ass. prof.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus*

SOME PROBLEMS AND PROSPECTS OF MODERN MANAGEMENT AND MARKETING

The problems and prospects of management and marketing development play a great role not only in particular companies, but they also affect the economy of the country as a whole. Underestimating the importance of marketing and management in analyzing the company's work is one of the main mistakes, since this factor is one of the key factors in shaping the correct structure of the company's activities.

The purpose of learning problems and prospects of modern management and marketing is to ensure the correct and effective organization of the company's work, to help the manufacturer formulate goals and plans for further projects, to attract customers and organize work with them competently. By paying attention to the field of marketing and management a company can be confident in the future of its employees, can progress and develop faster and show better results among the competitors.

Marketing and management are among the most promising areas for modern youth. This direction is often chosen for study. According to the data for 2023, the specialties of management and marketing took the leading positions in terms of the number of applicants in the CIS countries.

Marketing is a modern promising science that combines not only the market and its mechanisms of action, but at the same time the solution of many economic problems. That is why the development of marketing is a key factor in the development of the economics in general.

Marketing is a dynamic and constantly evolving process. The development of the marketing sphere is primarily influenced by the spread of new technologies and innovative ideas that contribute to more effective work. Despite the continuous positive changes in the field of marketing, there are a number of problems that are actual in this area now.

On average, companies in the CIS countries invest about 15% of their annual turnover in marketing, while 45% of the marketing budget is allocated for online promotion, and another 13% for analytics [1].

One of the most important problems of modern marketing is the large number of sellers in the market. This leads to the development of competition, and for customers there is a problem of choosing what they need among a wide range and variety of products. However, the solution to this problem is to expand the company's advertising activities. A modern and promising area of marketing such as digital marketing is gaining popularity now [5; 7]. This area includes Internet marketing, the use of digital channels for direct communication with the client. For example, advertising on social networks is effective because it allows you to attract a wide audience quickly and at no extra cost. It is assumed that in 2024, the average cost of advertising on social networks per person will be \$45.11 [3].

Another equally urgent problem of modern marketing is a lot of unreliable information in the online environment. The buyer cannot be completely sure of the correctness and truthfulness of the information provided by the seller. When purchasing a product or service, the customer may be faced with the fact that the seller's terms and conditions (about the price of the product, its quality or characteristics) are not the same as in the reality. In this case, the customer's trust and interest in the product are lost [6].

One of the latest trends in the development of marketing is the use of artificial intelligence capabilities. This helps to predict the behavior of the clients in the market and automate processes. The development of artificial intelligence is one of the prospects for further development of marketing, which will help to improve advertising activities, make the production process more convenient and faster. It is known that 73% of the heads of marketing departments have implemented artificial intelligence in their companies [8].

Management is a system for managing processes in an enterprise, personnel, projects and resources. Management is an important part of any company's activities, as it ensures the most efficient operation of the company. At the moment, there are many management techniques, such as business planning, conflict management in a team, etc. One of the most promising management techniques is the kanban methodology.

Kanban methodology is directly related to the use of kanban boards. A kanban board is an easy way to visualize tasks, plans and work scope. This is a table containing a general work plan divided into categories: the tasks that are completed, the current tasks and the tasks to do in the future. Flexible techniques such as agile, lean, etc. are gaining popularity nowadays [9].

The future of management depends on how quickly companies can adapt to the introduction of new technologies and innovative projects into production. Thus, the management of innovative projects in the enterprise is a key aspect of management.

Along with the prospects for management development, there are some difficulties in adapting new projects for the consumer.

One of the most crucial challenges for the development of management is the lack of technical support and technical development. This problem is especially relevant among the CIS countries. This can lead to lagging behind global management trends, as well as loss of competitiveness in the global market [4].

Areas such as management and marketing are particularly influenced by changes in the social structure and various political changes. First of all, there are many risks associated with international cooperation, with the logistics sector, and the demand for some products may also decrease.

Every year there is a growing trend in the number of Internet users. In this regard, the demand for online purchases and services is increasing, as well as the effectiveness of digital advertising on websites and social networks. It should also be noted that more than 66% of the world's population (5.35 billion) use the Internet in 2024. Over the past year, the number of users has increased by 97 million. This suggests that Internet marketing is a promising area of marketing development [2].

With the development of the economy and the improvement of living standards, the preferences and requirements of customers change. Customer awareness requires the company to pay more attention to innovation, updating information presentation methods. At the same time, the management of companies is paying more and more attention to the teams of employees, which increases the productivity and efficiency of the company.

In general, the development of management in the CIS countries testifies to the desire of companies for professionalism, innovation and adaptation to changing business conditions. However, it is important to take into account the specifics of each country and regional factors when formulating business management and development strategies.

Thus, by assessing the trends in the development of marketing and management, as well as analyzing current problems in the development of these areas, the company can build a successful path of further development.

Focusing on modern technologies will not only allow you to organize an effective workflow, but also attract the maximum number of interested customers, increase customer confidence, and also help you find an individual approach to each client.

REFERENCES

1. Черченко Н.В., Бондаренко Н. Н. Актуальные проблемы маркетинга XXI века // материалы Междунар. науч.-практ. конф. / редкол.: Н. В. Черченко, Н. Н. Бондаренко (отв. ред.) [и др.]. Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. 120 с.
2. DemandSage – Data-Driven Solution For Business Growth [Electronic resource]. URL: <https://www.demandsage.com> (date of access: 01.03.2024).
3. Ianenکو M., Huhlaev D., Martynenko O. Digital transformation of trade: problems and prospects of marketing activities // IOP Conference Series Materials Science and Engineering. St. Petersburg, 2019.
4. KissFlow – The only enterprise low-code platform built for multiple personas [Electronic resource]. URL: <https://kissflow.com> (date of access: 02.03.2024).
5. Koshel A. Yu., Sorokina A.I. Marketing in the Digital Age // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной науч.-практ. конф. / редкол.: С. А. Гальченко (гл. ред.). Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. С. 515-518.
6. MSPowerUser – последние технические новости [Electronic resource]. URL: <https://mspoweruser.com> (date of access: 02.03.2024).
7. Ratnikova D.S., Sorokina A.I. Marketing in the Context of Digital Technology Development // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты: материалы международной науч.-практ. конф., / редкол.: С. А. Гальченко (гл. ред.). Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. С. 559-562.
8. Xmldatafeed – парсинг сайтов и мониторинг [Electronic resource]. URL: <https://xmldatafeed.com> (date of access: 03.02.2024).

УДК 338.242

Demidok P.D.

*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, ass. prof.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus*

THE PROBLEM OF THE WORK-LIFE BALANCE IN MODERN MANAGEMENT

In today's dynamic and complex business environment, modern management face a number of challenges, the solution of which requires from an employee productivity, flexibility, adaptivity, innovative and strategic thinking. That's why in the current competitive landscape, individuals often prioritize work over their personal life.

With the advancement of technology and remote work opportunities, people are increasingly finding themselves in a situation where work takes up a significant portion of their time and attention, pushing personal life to the background. This can lead to overload, stress, imbalance between work and leisure, as well as problems in relationships with relatives. People prioritize work over personal life due to aspirations for career growth and financial independence. However, it is important to remember that health, family, friends, and personal well-being also play a crucial role in overall quality of life. That's why it is important to find a balance between work and personal life. This has detrimental consequences not only for personal well-being but also for productivity and efficiency in the workplace. An innovative study conducted by Mind Share Partners in 2021, titled "Mental Health at Work," reveals that the insidious effects of stress and other work-related mental health concerns limit approximately 72 per cent of employee's potential [1]. In stark contrast, the research, published in the Kansas Journal of Medicine in 2021, proves that employers' concerted efforts to alleviate stress and enhance employees' psychological well-being yield a positive impact on productivity [2].

Therefore, it is crucial for managers to foster environments that promote work-life balance and provide guidance on maintaining it effectively. To deal with this problem, managers need to understand the causes of work-life imbalance, among which it is worth highlighting technological advancements, increased workload and cultural norms.

Technological advancements: on the one hand, thanks to modern technologies, the work process has become more convenient and simpler, on the other hand, there are negative consequences of scientific progress. Constant accessibility to work-related communication and modern devices blurs the boundaries between professional and personal time.

Increased workload: high levels of responsibility and demanding deadlines contribute to excessive working hours. This can result in employees feeling overwhelmed and stressed, leading to decreased job satisfaction and potential burnout. Cultural norms: in some societies, excessive work is viewed as a sign of dedication and success. Many people are taught from childhood that the harder you work, the more successful you will be, but this is not always true: overworking can reduce productivity and motivation.

When you have a poor work-life balance, you may face plenty of negative consequences. Lack of time for a healthy lifestyle, including exercise, proper nutrition, and sufficient rest, can lead to various physical problems such as insomnia, headaches, digestive issues, as well as heart disease and other chronic conditions. Overloading with work and lack of time for relaxation can lead to stress and emotional exhaustion, which in turn can cause mental health problems such as depression, anxiety, and other psychological disorders [3].

Excessive work commitments can lead to problems in relationships with friends and relatives, as the lack of time for communication, support, and participation in family activities can cause conflicts, misunderstandings, and feelings of loneliness. In addition to the physical, mental, and emotional consequences of poor work-life balance, there can also be added negative impacts on overall job performance and career advancement. When employees are constantly overwhelmed with work and lack time for personal well-being, they may experience decreased motivation, creativity, and engagement in their job. This can result in lower job satisfaction, higher turnover rates, and difficulties in advancing in their career. Additionally, the inability to disconnect from work and recharge can lead to decreased job performance, making it harder to meet deadlines, achieve goals, and excel in their role. Overall, maintaining a healthy work-life balance is essential not only for personal well-being but also for long-term success and fulfilment in one's career.

To eliminate work-life imbalance among employees, managers should use strategies for promoting work-life balance. For example, they can set clear expectations: managers can establish clear goals and expectations regarding work hours and workload so that employees feel confident and not overwhelmed. It will be also helpful to set a flexible work schedule. Providing opportunities for flexible work schedules, remote work, or the option to use time off can help employees better manage their time and balance work and personal life. Managers should support for vacations and time off. They can encourage employees to use vacation days and time off for rest and rejuvenation to avoid burnout. It is also important to conduct training events. Training employees in time management, stress

management, and work-life balance skills can be beneficial in maintaining a healthy balance. Last but not least, create a supportive work culture. Managers can create a work environment that values work-life balance, where open discussion of issues and a focus on healthy living are encouraged. All these methods are aimed at helping managers provide all the necessary conditions to maintain a healthy work-life balance for their employees. Implementing these strategies, managers can create work environments that support employee well-being and contribute to increased productivity.

There are successful examples of Russian and Belarusian companies that actively take care of the work-life balance of their employees. Yandex provides flexible working hours, the possibility of remote work and focuses on the psychological well-being of employees. BEAC actively develops programs to improve the quality of life of employees, including fitness centres, health insurance and training opportunities. Alfa-Bank provides flexible schedules, support for parents and focuses on the physical health of employees. EPAM Systems actively supports work-life balance by providing flexible schedules, remote work opportunities, and training. Viber provides flexible hours, support for parents and focuses on the psychological well-being of employees. These companies demonstrate that taking care of work-life balance is not only possible, but also contributes to a more productive and happy work environment [1; 2; 3].

In conclusion, achieving work-life balance is essential for both employees' well-being and organizational success. Managers play a crucial role in creating a supportive environment that prioritizes work-life balance through clear boundaries, flexible work arrangements, employee self-care encouragement, fostering a supportive culture, and providing resources and training. By addressing the root causes of work-life imbalance and implementing effective strategies, modern management can ensure a healthier, happier, and more productive workforce. Research on stress and psychological well-being in the workplace highlights the importance of promoting work-life balance to enhance productivity and overall job satisfaction. Organizations that prioritize employee well-being and work-life balance are more likely to attract and retain top talent employees, to increase productivity and success in the long run. Mental health at work initiatives further emphasizes the importance of creating a supportive and inclusive work environment that values employees' well-being. By implementing strategies to support work-life balance, organizations can create a positive and thriving workplace culture that benefits both employees and employers as a whole.

REFERENCES

1. Mind Share Partners'2021 Mental Health at Work Report [Electronic resource]. URL: <https://www.mindsharepartners.org> (date of access: 28.03.2024).
2. Tina Bui, Rosey Zackula. Workplace Stress and Productivity: A Cross-Sectional Study [Electronic resource]. URL: <https://journals.ku.edu> (date of access: 28.03.2024).
3. The Importance of a Growth Mindset and a Healthy Work-Life Balance for Online Business Owners [Electronic resource]. URL: <https://thewanderlover.com/the-importance-of-a-growth-mindset-and-a-healthy-work-life-balance-for-online-business-owners/> (date of access: 01.04.2024).

УДК 338.27

Gorudko M.K.

*Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, ass. prof.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus*

THE SEARCH FOR OPTIMAL MECHANISMS FOR THE USE OF LIMITED RESOURCES AS AN URGENT PROBLEM OF ECONOMIC DEVELOPMENT

In the modern world, competition is constantly getting tougher, the number of resources is decreasing, and therefore the search for optimal mechanisms for using limited resources is becoming an increasingly relevant topic.

To increase productivity and ensure the competitiveness of enterprises, as well as to reduce costs, it is necessary to be able to effectively allocate and use available resources. This paper will consider the importance of optimizing the use of resources as a factor in the successful development of the economy, as well as ways and principles that will help achieve this.

The problem of limited resources is one of the most important problems of economic theory, which explores how best to allocate resources to meet all the needs of society. Economic efficiency shows how the number of units of rare resources used in production is related to the amount of product obtained. In economic theory, this relationship is called "input-output". That is why, in order to increase economic efficiency, as well as economic growth, it is necessary to maximize all available resources and apply the best technologies. From this it can be concluded that the main task of the economy

is to choose the most effective way of allocating resources and the factor of production. To do this, you need to find answers to some questions:

1. "What needs to be produced?" - This is how the range of products that will be produced is determined. The assortment depends on public needs.

2. "How many goods and services do you need to produce?" - This is how the total volume of production is determined.

3. "How will it be produced?" - This is how the necessary technologies and the way of organizing production are determined. This is important to achieve the required production volumes and decent product quality.

4. "To whom will the manufactured products be supplied?" - This is how the process of income formation and distribution is monitored, as well as potential customers are studied.

5. "Can this economic system adapt to the new one?" - This ensures the flexibility of the production process, as it is necessary in today's rapidly developing world, as well as adaptation in case of unforeseen problems [1].

Next, it is worth considering resource planning in more detail.

Resource planning itself is the process of determining which resources are needed to complete a project and how to allocate them as efficiently as possible.

In the absence of proper planning, at least you can get negative emotions, and at most, you can lose a lot of time, as a result of which all work can go off schedule.

It is also worth mentioning that "resources" are not only physical materials. As a rule, resources include:

- Employees – human resources;
- Budget – financial resources;
- Tools and software – material resources;
- Equipment and premises – also material resources

How to plan resources correctly?

1. Determine resources, which are needed. This can be done by making a list of everything you need to complete the project. For multifunctional projects, this can be done in stages, for example, for each section. After that, the resources can be grouped into categories.

2. Check resources, which are already available. This can be done by simply crossing out from the list of what is already there.

3. Collect the missing resources. Choose ways to do this and calculate the necessary budget for this.

4. Indicate how the resources are connected. For example, you can estimate the scope of the project and make a forecast for the resources that may be required in the future [2].

5. Create a project plan. This point is fulfilled when there is a holistic understanding and you have all the necessary information.

When planning, it is important to be able to experiment and not be afraid to make mistakes. To make planning easier, it is worth using software, since using software is much easier to track intersections when using resources, edit plans and resource requirements, manage the workload and employment of employees, and visually present projects.

Obviously, there are quite a lot of resources for their planning and management and they become a vital part in the work of any company [3].

Scarcity is the main economic problem that lies between limited resources and limitless needs. If we recall the theory of pricing, the price of a scarce product should rise until the point of equilibrium between supply and demand is reached. Therefore, if, for example, a widespread food product turns out to be in short supply, people's basic needs cannot be met. This form of scarcity can lead to a decrease in agricultural production or even migration from resource-scarce areas.

We face a shortage because we are a society with unlimited needs. The economy is simply not capable of producing everything that people need to meet all their needs, so every society faces the problem of lack of resources. There is an opinion among economists that the deficit will remain a problem in the future, but it is not known for sure whether it will become more serious. Optimists claim that this issue can be solved with the help of a technological process, but the results of depletion of natural resources and environmental degradation show the opposite. However, regardless of the opinion of experts, it can be said that it depends only on all of us how the problem of resource scarcity will be solved [4].

Based on the above, it can be concluded that in the modern world, the search for optimal mechanisms for using limited resources is an integral part of economic development. Although this problem has been actively solved in recent years, it still remains relevant. If you learn how to manage resources effectively, you can not only increase competitiveness and productivity, but also minimize the negative impact on the environment. But we also need to remember to take into account constantly changing market conditions and requirements, as well as improve management methods and tools, because only an integrated approach can ensure sustainable economic development in the future and preserve resources for future generations.

REFERENCES

1. Kirilenko, G.G. The main problems of economic development of society / G.G. Kirilenko, M.V. Kudina, L.B. Logunova // textbook for applicants, electronic edition of network distribution: electronic journal. – URL: <https://bookonlime.ru/node/1044> - Date of publication: 2018.
2. How Resource Planning Keeps Projects Running Smoothly // Atlassian: website. – URL: <https://www.atlassian.com/ru/work-management/project-management/resource-planning> (date of application: 03.05.2024)
3. How to Make the Most of Limited Resources // LinkedIn: website. – URL: <https://www.linkedin.com/pulse/how-make-most-limited-resources-successfulwomensnetwork> (date of application: 05.05.2024)
4. Banuri, T. Human security, in rethinking security, rethinking development / T. Banuri. – Pakistan: Sustainable Development Policy Institute, 1996. – p. 163-164

УДК 330.341.2

Lesun A.A.

*Academic adviser: Bulanova N.P., sen. lect.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus*

CURRENT ISSUES OF ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT

The purpose of this work is to study the priorities, goals and objectives aimed at developing the economy and social sphere in modern conditions. It is also necessary to consider important issues and key points for their implementation and implementation in the key to the development of various industries, regions and sectors of the economy.

One of the priorities of each country is socio-economic development; therefore each country aims to increase the well-being of its citizens. Also, each state promotes comfortable and safe living for its residents in all regions of the country and supports the development of human capabilities and potential. And to achieve these basic goals, stable and high-quality economic growth is necessary.

And one has to ask, what problems need to be solved? The answer to this question will be the stabilization of harmony in society, prosperity and increasing wealth of residents through economic transformation,

modification of social capital, and renewal of conditions for life, creativity, work, self-development and self-realization of a person [1].

At the moment, it is possible to identify the main goals and objectives: stimulating an increase in gross domestic product, strengthening the health of residents and increasing life expectancy; improvement of salaries and pensions of the population; creating conditions for increasing the export of goods and services; increasing the competitiveness of each economic sector in production; creation of high-tech innovations in production; transformation of the service sector; improving the quality of education; development of new professional jurisdictions; strengthening the public sector; reconstruction of the financial market; reproduction of a comfortable and useful living environment and the creation of new jobs that provide decent wages for painstaking and unique work.

There are solutions for various problems. The first problem is to improve the conditions and quality of life of the population. To do this, the geographical aspect and the health of the residents should be strengthened; regulate fertility; strengthen national support for families who decide to have children; organize motivation for the birth of more than one child in a family; improve family capital plans and expand government benefits; introduce and develop family forms of organization for the upbringing of orphans and children left without parental care; increase the volume of construction and provision of housing from the state for large families; regulate the health care system to reduce the incidence of the nation; increase the development of innovative and high-tech medical devices and treatment methods; introduce a unified communication system between medical centers and the population for round-the-clock assistance; gradually master new methods of personal medicine using information and communication technologies; double the export and import of medical services [2].

The second problem is the reproduction of employment efficiency. To solve this aspect is necessary: to achieve a lower level of unemployment at working age; change the format of processed information regarding the sphere of labor and recording the labor activities of residents from paper to electronic. The creation of an electronic information base that includes data on the labor market will make it possible to make forecasts and assess the labor force requirements of the economy in order to implement in the future the training of specialists with the necessary and useful skills and experience.

The third issue is achieving sustainable growth in incomes and profits of the population. To do this, the necessary following methods are needed: an increase in wages for public sector workers, which can be achieved by reorganizing the structure and number of employees of a budgetary organization, gradually increasing the base rate and developing extra-

budgetary activities; increasing wages at least twice for specific categories of the public sector, for example, teachers of schools, colleges and universities, doctors and medical workers, as well as workers in the sphere of social services and culture. And the last but no less important element is the improvement of the pension system.

To establish high and stable guarantees of social protection of the population, it is necessary to try to reduce the percentage of the low-income population whose income is below the subsistence level. And naturally, it is very important to improve the quality of education and provide opportunities to receive it.

The development of culture and cultural potential, support for physical development and sports, the creation of opportunities for the development and self-realization of youth, all this has a beneficial effect on the economic and social development of any country.

The economic development of the country is also supported by the development of high-tech industries, the modernization of existing enterprises, the increase in production capacity based on local natural resource reserves, and the development of agriculture, industry and metallurgy.

A good impetus for the development of a socio-economic country is the introduction of advanced communication and information technologies in all spheres of life, and especially in the information sector of gross domestic product technologies.

Also, the growth of trade and investment has a beneficial effect on the social and economic development of any country. And another option for improving the situation would be to prioritize the directions of investment policy, improve the quality of government in the country and monitor the efficiency of state assets.

Thus, the development of the economic and social sphere in the modern world contributes to the growth of various spheres of production and industry, and improves the standard of living of the population. Economic and social aspects actively interact with each other, creating quality medical care, qualified education, improved infrastructure, and new jobs. Socio-economic development in the modern world certainly contributes to the flexible and harmonious development of each country [3].

REFERENCES

1. 10 Top Economic Trends (2024 & 2025) [Electronic resource]. – Access mode: <https://explodingtopics.com>. Access date 10.04.2024
2. Department of Economic and Social Affairs

Economic Analysis [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.un.org>. Access date 20.04.2024

3. 25 Contemporary Issues [Electronic resource]. – Access mode: <https://helpfulprofessor.com>. Access date 03.05.2024

UDC 930.1.23

Samets V.A.

*Scientific supervisor: Prybylskaja G.V., sen. lect.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus*

DEMOGRAPHIC PROBLEM

The demographic problem is an increasingly pressing problem in the modern world and can seriously affect the country's economy.

The demographic problem is one of the important topics in the global economy. It is associated with changes in the structure of the population and its quantitative composition. Next, we will consider the causes of the demographic problem, its impact on the economy and possible ways to solve it.

A demographic problem is a situation where a country or region experiences low birth rates and/or high death rates, resulting in population decline and an aging population. Here are some of the main reasons for the demographic problem:

Declining birth rate

One of the main reasons for the demographic problem is the decline in the birth rate. This may be caused by various factors such as changing social values, increasing costs of raising children, increasing female employment and changing roles of women in society.

The low birth rate in the countries is caused by the crisis of the family system. Almost half of all marriages have broken up, and every fifth child is born to mothers who have not registered marriage. There are more than 25,000 orphaned children in the country, 6,700 of whom are educated in boarding schools. Every year, the guardianship authorities take care of about 4,000 children left without parental care and transfer them to foster families. In January-July 2012, there were 667 divorces per 1000 cancellations in Belarus (in January-July 2011-506).

As a result of the reduced need for children and the lack of childbearing as a national tradition, today Belarusian families are, as a rule, seven with one child. The share of such families is 62%, while the share of large families (with three or more children) is only 6%. In this regard, one of the priorities of demographic policy is the revival of the authority of the family and family

values. Sociological research shows that the younger generation puts the family first in the ranking of values: almost 70% want to have more than one child. Another important reason for the demographic problem is the increasing mortality rate. This may be due to various factors, such as the spread of infectious diseases, insufficient access to health care, poor living and nutritional conditions, and increased levels of violence and conflict.

Migration

Migration may also be a cause of the demographic problem. If young and able-bodied people leave the country in search of better opportunities, this can lead to population decline and an aging population. In addition, migration can lead to an imbalance in the population structure, when predominantly older people remain in the country.

Economic forces

Economic factors can also influence the demographic problem. Low levels of economic development, high unemployment, low incomes and insufficient social security can have a negative impact on fertility and mortality.

Overall, the demographic problem is a complex phenomenon that can be caused by many factors. Understanding these reasons allows us to develop effective strategies to solve the problem and ensure sustainable development of the population and economy.

Demographic difficulties, including a decrease in the birth rate, an increase in mortality and an aging population, can have a significant impact on the economic development of the State. Here are some of the main ways in which the demographic problem can affect the economy:

Reduced workforce

Low fertility and high mortality lead to a decrease in the country's labor force. This means that there will be fewer people available to work and contribute to the economy. A shrinking labor force can lead to lower productivity and economic growth.

Increased spending on pensions and social security

An aging population means there will be more older people retiring and claiming Social Security. This could lead to increased government costs for pensions, health care and other social programs. Increasing pension costs could put pressure on government budgets and lead to the need to raise taxes or cut other spending.

Declining consumer demand

Low fertility and an aging population may lead to lower consumer demand. Fewer young people means there will be fewer people available to consume goods and services. This could negatively impact retail sales, the

real estate market and other sectors of the economy that depend on consumer demand.

Increasing healthcare costs

An aging population can lead to increased healthcare costs. Older people often require more intensive medical care and long-term care. Increased health care costs could put pressure on government budgets and lead to the need to increase health care spending or cut other programs.

Overall, the demographic problem can have serious consequences for the country's economy. Governments and economists must develop strategies to solve these problems and achieve sustainable economic development.

The demographic problem is a serious challenge for the world economy. It arises from uneven population growth and aging populations in many countries. This leads to a decrease in the labor force, increased expenses for pensions and healthcare, and a decline in consumer spending. Addressing the demographic issue demands a comprehensive strategy, encompassing initiatives to boost birth rates, encourage immigration, and enhance workforce efficiency. Nations grappling with demographic hurdles encompass Japan, Germany, and Italy. Resolving this dilemma is crucial for securing sustainable economic progress and the welfare of the populace.

REFERENCES

1. Demographic problem: causes, consequences and solutions // Scientific Articles.Ru - a portal for students and graduate students. — Article last updated: 10/24/2023. — URL <https://nauchniestati.ru/> (access date:04/29/2024).
2. Socio-demographic situation in the Republic of Belarus and ways to improve it // StudFiles. – Date of last update of the article: 03/09/2016. – URL <https://studfile.net> (access date: 04/29/2024)
3. Lisenkova K., Bornukova K. Effects of population ageing on the pension system in Belarus. *Baltic Journal of Economics*, 2017, no. 2, pp. 103-118.
4. Khatskevich G. A., Zabrodsкая N. G. Demographic forecast and migration policy in the Republic of Belarus: problems and prospects. *Biznes. Innovatsii. Ekonomika: sbornik nauchnykh statei* [Business. Innovation. Economy: collection of scientific articles]. Minsk, 2018, iss. 2, pp. 19-28

*Tsiuminkina M.N., Koshel A.Y.
Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, ass. prof.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus*

THE TRANSFORMATION OF HEALTHCARE IN THE ERA OF THE DIGITAL ECONOMY

Nowadays, the modern world is going through rapid changes, which are caused by the constant and rapid development of digital technologies and innovative methods. As a result, this leads to a complete modification of all spheres of human life. The impact of information technology on the economy and people's daily lives is growing almost every year. The growth of the digital economy not only reflects progress, but also becomes a driving force for social development. Areas such as education, healthcare, manufacturing, scientific research, and even government administration are radically transformed by new technologies.

The IT sector accounts for about 5.5% of global GDP, while at least 15% of the global IT market is accounted for by e-health, which means the creation and usage of the latest technologies for the benefit of healthcare and related industries [1].

The idea of the digital economy is an economic activity based on information technology and innovative solutions. These solutions are fundamental factors of production and a guarantee of increasing the efficiency and productivity of any business. The digital economy affects various sectors, but has a greater impact on financial, insurance and commercial enterprises (including e-commerce) [2].

Such rapid development of the digital economy has influenced the healthcare sector, which provides new opportunities and equipment. The relevance of this article is reflected in the need to realize the great impact of digital technologies on the structure of healthcare, expanding access to medical services, improving the effectiveness of medical care, as well as developing and simplifying healthcare management in a rapidly changing world.

To understand better the scale of all the changes that can affect the healthcare system, it is necessary to conduct a thorough analysis of current technological trends in this area. Artificial intelligence, the Internet of Things and cloud computing are among such trends.

The latest developments in the digital economy are presented below:

1. Electronic Medical Records (EMR), which make medical information more accessible to people, allowing them to share it without any barriers.

2. Telemedicine and online consultations in real time provide an opportunity to remotely consult and monitor the health status of patients.

3. Big data and its usage in medicine helps to analyze information, identify trends, predict diseases and optimize processes in healthcare.

The introduction of such technologies increases the accuracy of diagnosis, personalizes treatment and improves the overall quality of medical care.

The following examples can perform as a successful implementation of digital technologies in the world healthcare:

1. The Electronic Medical Record (EMR) system in the United States is one of the largest healthcare digitalization projects. This development has made it possible to increase the availability of medical information, reduce the time to access a patient's medical history, and improve coordination between different institutions [3].

2. E-health in the UK has become famous for the NHS Digital project, which is a single digital platform for all types of medical data, including electronic medical records and prescriptions.

This makes it easier for patients and doctors to share information and increases the efficiency of the health system [4].

3. As for developments in our country, the electronic medical record (EMR) system has been successfully implemented in Belarus. This system makes it possible to digitalize and store medical information about patients, including medical history, examination results and treatment, what helps to simplify access to medical data for doctors and patients, as well as contribute to improving the efficiency of medical care and coordination between various medical institutions.

Moreover, some public and private organizations actively support the introduction of digital technologies in healthcare. For example, Google has launched the Google Health project to develop personalized healthy recommendations based on the analysis of medical data. Moreover, the World Health Organization (WHO) and the International Committee of the Red Cross (ICRC) also actively support the development of digital health systems by funding research and projects in this area.

Such examples show that digital technologies are not only possible in the field of medicine, but are already successfully used in various countries, which is beneficial for both patients and medical institutions.

Belarus has also achieved high results in the field of information healthcare. However, today there is still a need for its further development in order to match the main leaders – Estonia and South Korea.

Nowadays, the development of healthcare informatization in Belarus focuses on the creation and improvement of the following types of medical information systems (MIS): automation of clinical institutions, decision support systems for doctors, epidemiological and clinical registers.

At the same time, the main attention is focused on the creation of a unified information space (UIP) of the healthcare system of Belarus, which will provide information cooperation, a national system for storing medical information and operational data exchange. It is important to mention, that in previous years this issue wasn't so important, but now it has become a priority for many IT professionals and government agencies. The creation of the UIP healthcare system follow the goals of improving the quality of medical care, public satisfaction with medical care and the economic efficiency of healthcare.

Based on all the above information, it can be assumed that in the near future the development of artificial intelligence, machine learning, wearable devices and sensors can improve the quality of medical care through the collection of biometric data, forecasting and disease prevention.

Thus, the striving for innovation and perfection becomes an integral part of modern society, and the digital economy plays a key role in the formation of the future. This research revealed the current state of digital medicine, including implemented projects, problem areas, achieved results and key areas.

The development of the digital economy in healthcare opens up new prospects for improving the quality of life, providing the means to create more effective and affordable medical care.

REFERENCES

1. E-health in Belarus: the state and prospects [Electronic resource]. URL: <https://eufordigital.eu> (date of access: 25.04.2024).
2. What is the digital economy and where to study it? [Electronic resource]. URL: <https://hsbi.hse.ru> (date of access: 25.04.2024).
3. Цифровая медицина завоевывает Америку [Electronic resource]. URL: <https://www.osp.ru> (date of access: 27.04.2024).
4. В Великобритании хотят создать единый аналитический сервис для организаций здравоохранения [Electronic resource]. URL: <https://evercare.ru> (date of access: 29.04.2024).

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПУБЛИЧНЫХ ОРГАНАХ ВЛАСТИ

В современных условиях развития экономики обеспечение максимизации эффективности проектной деятельности является возможным при использовании обоснованных и оптимальных мотивационных моделей одновременно с внедрением инновационных подходов к оцениванию результативности деятельности персонала как ключевого ресурса проектной деятельности.

Результаты проведенного анализа публикационных трудов представителей отечественного научного общества и публичных органов власти [1, 2] позволили выявить, что процесс управления мотивацией участников проектной деятельности в органах исполнительной власти состоит из: определения ключевых показателей эффективности (далее – КПЭ); оценивания КПЭ; определения коэффициентов премирования; определения размера премии для участников проектной деятельности; выплаты премии. Но при этом руководством публичного органа власти не учитывается тот факт, что не все предложенные показатели эффективности имеют одинаковый удельный вес влияния на результативный фактор [3].

Главной задачей организации процесса оценивания персонала является формирование группы показателей, которые позволили бы охарактеризовать как общие моменты, единые для всех сотрудников публичного органа власти, так и нормы труда для каждого отдельного рабочего места или должности. Первая группа показателей оценивания определяет уровень принадлежности сотрудника к соответствующей организационно-социальной системе, вторая группа – его соответствие утвержденным требованиям к занимаемой профессиональной должности.

Отдельного внимания заслуживает процесс управления мотивацией персонала к самосовершенствованию. В данном случае руководство органов власти должно акцентировать внимание не только на конечные результаты и обоснование среди подчиненных сотрудников целесообразности саморазвития, но и на введении

ежегодного рейтингового оценивания эффективности деятельности персонала. То есть обеспечить осуществление целенаправленного процесса определения соответствия профессиональных и личностных характеристик (компетенций) сотрудников требованиям должности с помощью установленных критериев. Организация подготовки процессов оценивания должна предполагать: разработку методик в соответствии с условиями функционирования данного публичного органа власти; формирование комиссии для проведения оценивания с дополнительным привлечением руководителя оцениваемого сотрудника, прочих заинтересованных лиц, а также сотрудника отдела кадров; определение даты и места проведения процесса оценивания; подведение итогов процесса оценивания; решение вопросов обеспечения процесса оценивания; консультирование оценщиков непосредственно разработчиками методики для учитывания всех тонкостей указанного процесса. Также нужно сформировать обоснованную методику по определению удельного веса каждого направления деятельности (показателя) с учетом коэффициентов компетентности привлеченных экспертов.

Одновременно с внедрением обоснованной методики оценивания сотрудников публичного органа власти необходимо обеспечить разработку механизма инвестирования в профессиональное развитие персонала и подготовку специалистов по актуальным направлениям проектной деятельности. Необходимо учитывать, что инвестиции в профессиональное развитие персонала являются одним из факторов повышения производительности труда и лояльности персонала, и, как результат, приводят к росту эффективности деятельности и качества предоставленных услуг в публичном органе власти. Перманентное обеспечение интеллектуального развития личности и получение дополнительных профессиональных компетенций позволит сотруднику публичного органа власти не только максимизировать производительность труда, но и реализоваться на рынке трудовых ресурсов как успешному специалисту и получать достойную заработную плату в любой сфере управленческой деятельности.

Отдельного внимания заслуживает механизм определения оптимальной временной нагрузки на сотрудника публичного органа власти как ключевой элемент мотивации сотрудника для дальнейшего трудоустройства либо продолжения трудовой деятельности в органах власти. Необходимо учитывать, что сверхурочные нагрузки, высокая интенсивность труда, работа свыше 12 часов за рабочий день, шесть дней, а иногда и семь дней в неделю и т.д. - в дальнейшем обязательно приведет к эмоциональному и физическому выгоранию сотрудника, и,

как следствие, к потерям рабочего времени вследствие госпитализации, а также к росту текучести кадров. Указанное будет свидетельствовать не только о неэффективном использовании интеллектуального потенциала сотрудников органа власти, но и может привести к утечке знаний и навыков, даже при одновременной выплате относительно высокой заработной платы. Результаты проведенных исследований [4] свидетельствуют, что удовлетворенность даже от существенного роста заработной платы в среднем длится около 8 месяцев. Как правило, за указанный промежуток времени личность удовлетворяет свои физиологические потребности, потребности в безопасности, и для неё главной задачей становится поиск свободных временных ресурсов для личного самоудовлетворения, самореализации и релаксации.

Также с учетом реалий нашего времени относительно проживания в городах-миллионщиках (например, в муниципальном образовании город Краснодар с численностью населения в пределах 2 млн человек) и постоянного нахождения в длительных пробках в период времени с 7.00 до 10.00 и с 17.00 до 20.00, гибкий рабочий график, мобильность, творческий характер труда и сопоставимая независимость с отсутствием привязки к рабочему месту и т.д., - являются более важными для сотрудника, чем уровень полученного им дохода и социальный статус. При этом надо учитывать и тот факт, что для недобросовестного работника, заработок которого привязан к почасовой оплате труда, предоставление указанных возможностей относительно гибкого рабочего времени, скорее всего, приведет к срыву установленных сроков выполнения возложенных функциональных обязанностей, в том числе и в рамках проектной деятельности, и к снижению производительности труда из-за того, что организовать свою деятельность без постоянного мониторинга со стороны непосредственного руководства он не в состоянии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Инновационные траектории современного города: Коллективная монография с международным участием / Д. Н. Ганченко, Ю. М. Митьковец, М. В. Буйлова [и др.]. – Москва: ООО «Актуальность.РФ», 2023. – 264 с.
2. Проблемы современной экономики: монография / В. Н. Бердникова, Л. Н. Борисоглебская, Е. В. Дроздова [и др.]. Том Книга 3. – Новосибирск Общество с ограниченной ответственностью "Центр развития научного сотрудничества", 2016. – 180 с.
3. Распоряжение Министерства экономического развития

Российской Федерации от 14 апреля 2014 года № 26Р-АУ «Об утверждении Методических рекомендаций по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти".
<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70542100/>

4. Олейник Н.Н., Каплина Е.О. Повышение производительности труда работников предприятия путем оптимизации производственной нагрузки и перманентного самосовершенствования // Украина – Болгария – Европейский Союз: современное состояние и перспективы: Международная конференция – Варна (Болгария). – 2018. – С. 79-84.

УДК 656.2: 658.115.31

Азоркин И.А.

*Научный руководитель: Тарасенко Е.А., канд. экон. наук, доц.
Оренбургский институт путей сообщения, г. Оренбург, Россия*

МОНОПОЛИЯ КОМПАНИИ ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ»

Различные виды монополий в мировой экономике подразделяются на три основных типа: закрытые (государственные) монополии, открытые монополии и естественные монополии.

В Российской Федерации деятельность таких компаний регулируется федеральным законом № 147 «О естественных монополиях» от 17 августа 1995 года. Закон определяет функционирование субъектов естественных монополий в различных отраслях экономики, в том числе и в железнодорожной отрасли. Контроль за деятельностью таких предприятий осуществляется Федеральной антимонопольной службой. На данный момент в реестре естественных монополий числится 6011 компаний. Помимо этого, требования данного закона могут быть применены к организациям, которые фактически занимаются деятельностью, предусмотренной вышеназванным федеральным законом, что приводит к различным проблемам при определении статуса компании как субъекта естественной монополии.[1]

Естественная монополия обладает рядом характеристик:

Во-первых, естественная монополия возникает в отраслях экономики, где удовлетворение потребительского спроса более целесообразно без конкуренции (благодаря эффекту масштаба или высоким требованиям к материально-технической базе).

Во-вторых, такие отрасли строго регулируются правовыми нормами. В России деятельность естественных монополий

регулируется Федеральным законом от 17.08.1995 № 147-ФЗ "О естественных монополиях".

В-третьих, товары, производимые естественными монополиями, не могут быть заменены другими товарами на рынке. Следовательно, спрос на такую продукцию неизменен.

В-четвертых, для производителей конкурирующих товаров создаются искусственные барьеры, которые затрудняют их вход на рынок (это могут быть юридические, экономические или технические препятствия).

В-пятых, часто субъектам естественных монополий не требуется реклама и продвижение своей продукции. Они обычно деятельны в отраслях, имеющих высокую социальную значимость, и государство регулирует производство таких товаров с целью предотвращения дефицита и роста цен.

К положительным эффектам естественных монополий следует отнести следующие аспекты:

- снижение издержек на единицу продукции благодаря эффекту масштаба производства;
- наличие достаточных финансовых ресурсов для поддержания производства на необходимом уровне;
- наличие ресурсов для разработки инноваций и улучшения научно-технического процесса;
- соблюдение стандартов производимой продукции благодаря государственному контролю;
- отсутствие транзакционных издержек, связанных с ограниченной информацией и риском неопределенности. [2]

Если говорить о железнодорожных перевозках, то можно сделать вывод о том, что появление нескольких компаний в этой отрасли автоматически приведет к увеличению издержек и стоимости услуг. Ни государству, ни пассажирам это невыгодно, если вся железная дорога была разделена на несколько больших участков, обслуживанием которых занимались бы разные операторы.

Открытое акционерное общество "РЖД" приступило к своей деятельности 1 октября 2003 года. Единственным акционером и учредителем ОАО "РЖД" является Российская Федерация, 100% акций принадлежат государству, без права продажи или отчуждения без соответствующего федерального закона. Правительство России выступает от имени государства.[3] В настоящее время компания является почти абсолютным монополистом в предоставлении грузовых и пассажирских железнодорожных перевозок. У компании и ее дочерних организаций на конец 2023 года были более 0,7 миллиона

сотрудников, что делает ее одним из крупнейших работодателей в РФ.

Несмотря на доминирующее положение на рынке железнодорожных услуг, ОАО "РЖД" стремится создать более эффективную структуру управления и поддерживать высокие стандарты предоставления услуг. Развитие компании способствует успешной реализации реформы железнодорожного транспорта в стране и должно принести пользу как самой компании, так и клиентам.

Специалисты Гонконгского логистического центра исследовательского центра сделали вывод что Монополия ОАО «РЖД» сдерживает развитие транспортно-логистической системы. Поскольку автомобильные сети плохо охватывают огромную территорию страны, а грузовые авиаперевозки не развиты, основная масса товаров перемещается железнодорожным транспортом. При этом дело приходится иметь с единственным оператором- «РЖД», который на правах монополистов пользуется этим, что приводит к вытекающим последствиям. Монопольное положение открывает «РЖД» широкое коррупционные возможности, что также увеличивает издержки.

Для сокращения коррупционной составляющей, необходимо и дальше проводить приватизацию транспортного сектора.

Однако, статус естественной монополии у ОАО "РЖД" приводит к низкой конкуренции на рынке грузовых перевозок и отсутствию конкуренции в сфере пассажирских перевозок в России. Основной целью компании, как и любой коммерческой организации, заключается в получение финансовой прибыли. Одна из основных проблем этого экономического феномена заключается в том, что ОАО "РЖД" подвергаются различным ограничениям и социальным обязательствам, которые не характерны для коммерческих субъектов. Например, тарифы на пригородные железнодорожные перевозки, оказываемые компанией, регулируются региональными органами власти, которые стремятся сбалансировать социальные интересы и безубыточность перевозок. В этом случае речь уже не идет о получении прибыли. Одним из законных способов решения этой проблемы может быть создание дочерних организаций ОАО "РЖД", что поможет справиться с негативными последствиями переложения обязанностей государства в сфере социальной политики на хозяйствующие субъекты.[4]

Кроме того, отечественной железнодорожной отрасли сегодня необходима реформа по ряду причин, включая монополистическое положение ОАО "РЖД" на рынке. Техническое состояние подвижного состава железных дорог является одной из проблем, поскольку многие вагоны и локомотивы нуждаются в замене из-за долгого срока эксплуатации и неудовлетворительного технического состояния. Для

решения этих проблем можно рассмотреть создание других государственных интегрированных организаций, занимающихся железнодорожными перевозками. Также можно рассмотреть создание необходимых экономических условий для появления коммерческих компаний на региональном уровне в сфере железнодорожного транспорта. На данный момент отрасль находится в довольно сложном положении.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон "О естественных монополиях" от 17.08.1995 N 147-ФЗ (последняя редакция) // Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (Дата обращения 5.5.24)
2. Микроэкономика: учебник для бакалавров / А. С. Булатов, С. А. Бартеков, О. В. Соколова, В. Б. Супян ; под редакцией А. С. Булатова. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс).
3. Постановление Правительства РФ от 18.09.2003 N 585 (ред. от 04.04.2020) "О создании открытого акционерного общества "Российские железные дороги" // Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (Дата обращения 5.5.24)
4. Шниткина С.А. Проблемы государственного регулирования рынка железнодорожных грузовых перевозок. Вестник Омского государственного университета, 2015, № 4, с. 65-69.

УДК 331.5.024.5

Анисимова Д.А.

*Научный руководитель: Рудковская М.М., канд. ист. наук, доц.
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия*

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «СОДЕЙСТВИЕ ЗАНЯТОСТИ»

Занятость, будь то официальная или в неформальном секторе экономики, помогает зарабатывать деньги и преодолевать жизненные трудности, что особенно важно в развивающихся странах. Создание рабочих мест является движущей силой развития общества, которая способствует укреплению социальной сплоченности, повышению уровня жизни, производительности и эффективности [1]. Важность трудоустройства можно рассматривать в нескольких сферах, рассмотрим некоторые из них:

1. Индивидуальная значимость трудоустройства. Для каждого человека трудоустройство играет роль, так как оно является основным источником дохода, необходимого для удовлетворения базовых потребностей. Ко всему прочему, работа способствует финансовой независимости, которая является основой для повышения качества жизни и самореализации. Также, работа способствует личностному росту и развитию, при котором человек при получении новых навыков, повышает свою квалификацию и расширяет кругозор. Необходимо сделать акцент, что благодаря работе человек чувствует свою значимость и востребованность, положительно сказываясь на эмоциональном и психологическом состояниях, в то время как безработица, наоборот, негативно влияет на моральное состояние человека.

2. Социальное значение трудоустройства. Оно способствует социальной стабильности и гармонии в обществе. Высокий уровень занятости снижает уровень преступности и социальных конфликтов, происходит социальная интеграция, при которой укрепляется связь между людьми, а также принятие участие в инициативах по развитию общества, внося свой вклад благодаря уплате налогов и участию в общественных мероприятиях, потреблению товаров и услуг, которые помогают развитию малого и среднего бизнеса.

3. Экономическая значимость. Работоспособное население производит товары и услуги, которые являются основой экономики. Занятость повышает производительность труда и способствует увеличению внутреннего валового продукта. Налоги, в данном случае, выступают одним из главных источников дохода государства, потом используются в целях финансирования национальных и других общественно важных проектов. Также идет снижение уровня бедности и неравенства. Таким образом, трудоустройство непосредственно влияет на качество жизни граждан [2].

Таким образом, важность трудоустройства неоспорима, государство должно создавать все необходимые условия для обеспечения занятости населения.

На сегодняшний день данная сфера является приоритетной. Существует национальный проект «Демография», созданный в 2019 году и рассчитанный до 2024 года, который включает в себя отдельную инициативу, в виде федерального проекта «Содействие занятости» [3]. Благодаря этому проекту разные категории граждан: мамы в декрете, безработные, люди пенсионного возраста и иные лица, могут получить востребованную профессию. Также в возможности входит такие категории, как: найти работу; устроить малыша в ясли и выйти на

работу; пройти независимую оценку квалификации; пойти демоэкзамен по независимой оценке квалификации. Суть проекта заключается в модернизации центров занятости. Новые центры занятости представляют собой место встречи бизнеса и потенциальных работников, где каждый может пройти первичное тестирование, получить необходимую поддержку психолога, переобучиться по востребованным профессиям, повысить уверенность в себе и освоить навыки самопрезентации. Особое внимание уделяется повышению квалификации и формированию новых профессиональных навыков сотрудников центров занятости. Основным онлайн-ресурсом для поиска работы и подбора персонала является единая цифровая платформа в сфере занятости и трудовых отношений «Работа России» [4]. Подводя итоги данного проекта, реализованные с 2021 года по 2023, а также делясь новыми изменениями, заместитель руководителя Роструда Ян Талбацкий отметил, что:

во-первых, ранее частные образовательные организации доминировали на рынке дополнительного профессионального образования, в то время как потенциал вузов практически не использовался. В настоящее время ситуация изменилась. Программа включает в себя вузовское сообщество, а также активное участие колледжей и техникумов. Однако, конечно, частные образовательные организации также предоставляют свои услуги на равных правах. Сегодня виден значительный эффект от реализации программы не только в количестве переобученных граждан, но и в числе тех, кто находит работу после обучения.

во-вторых, с текущего года появятся две новые категории, которые могут пройти переобучение: граждане, ищущие работу в приоритетных направлениях, связанных с развитием стратегических отраслей промышленности России, а также люди с ограниченными возможностями. Изменения коснулись и категории, которая называлась «женщины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком до трех лет», теперь к этой категории относятся не только женщины, а любые лица, что значительно расширило количество участников проекта.

в-третьих, с этого года вводятся трехсторонние договоры между студентами, учебным заведением и работодателем. В рамках этого соглашения учебное заведение обязуется предоставить качественное образование, студент обязан трудоустроится у работодателя, а тот должен принять студента на работу. Данные договоры будут заключаться в электронном формате в портале «Работа России».

в-четвертых, изменения коснулись качества образования. Появилась возможность самостоятельного выбора представителей

работодателей или деловых сообществ для формирования составов комиссий по экзаменам и аттестациям, которые проводят оценку по результатам обучения. На федерального оператора налагается обязанность предоставлять ежегодные отчеты о качестве образования включённых в проект образовательных организаций. Появилась возможность исключения образовательной организации из проекта. А с 2025 года тот гражданин, который прошел обучение в конкретном образовательном учреждении сможет оставить свою субъективную оценку в публичном рейтинге программ и образовательных учреждений [5].

Таким образом, мы видим, что трудоустройство — это важный и нужный процесс не только с экономической и социальной точки зрения для государства в целом, но и для отдельных граждан. Федеральный проект «Содействие занятости» является очень удачным, и он предлагает новые изменения для улучшения и своего развития, чтобы каждый нуждающийся мог воспользоваться и найти свое место работы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Employment: Meaning, Importance, Basic Terms of Employment and Participation of people in Employment [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.geeksforgEEKS.org> (дата обращения: 18.05.2024)
2. Колесникова О.А., Маслова Е.В. ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ СТАБИЛЬНОСТИ // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2015. №4. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 18.05.2024).
3. Официальный сайт Национальные проекты России [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://xn--80aаратрeтссhfmо7a3с9eнj.xn> (дата обращения: 18.05.2024)
4. Содействие занятости [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://xn--80aаратрeтссhfmо7a3с9eнj.xn> (дата обращения: 18.05.2024)
5. Содействие занятости: как изменится федеральный проект в 2024 году [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://xn--80aаратрeтссhfmо7a3с9eнj.xn> (дата обращения: 18.05.2024)

Антоненко Д.А., Вракин А.С.

*Научный руководитель: Старикова М.С., д-р экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СООТВЕТСТВИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Успех в долгосрочной перспективе базируется на организационном совершенстве, на лидерстве в области продуктов, на рационально выстроенных взаимоотношениях с клиентами, на конкурентоспособной стратегии обеспечения качества, простоты покупки, цены и обслуживания покупателей. Данные аспекты зависят от эффективности операционной деятельности предприятия, методы организации которой трансформируются в условиях вызовов устойчивого развития, которые проявляются в изменении климата, перенаселении и других глобальных проблемах.

Представление о том, что устойчивое развитие включает в себя три взаимосвязанных измерения – экономическое, экологическое и социальное – широко признано. Например, А. Алуард и П. Джонс подчеркивают, что устойчивая фирма – это организация, которая создает положительную экологическую, социальную и экономическую ценность во всей своей сети ценностей, тем самым поддерживая возможность того, что жизнь может процветать на этой планете вечно [12]. Российские ученые в контексте обеспечения устойчивого развития промышленных предприятий исследуют вопросы совершенствования системы испытаний продукции [4], результативности финансирования инструментов бережливого производства [2], региональных особенностей механизма управления [3], парадигмальных основ ESG-трансформации [1], преодоления санкционного давления [6], поиска оптимальных организационных форм обозначенного явления [5] и пр.

Возникает вопрос о совместимости нацеленной на эффективность операционной деятельности предприятия и концепции устойчивого развития. Предлагается рассмотреть подходы к осуществлению эффективной операционной деятельности в контексте их связи с концепцией устойчивого развития. Например, Lean Management (бережливый менеджмент) часто ассоциируется с практиками бережливого производства, а также с долгосрочным конкурентным преимуществом и постоянным совершенствованием [10]. Одна из целей

бережливого производства – использовать меньше ресурсов для достижения того же результата. Поскольку в производстве используется меньше материалов, а улучшение качества снижает переработку, отходы, потребление электроэнергии и воды, а также затраты на загрязнение окружающей среды, наблюдаются экологические выгоды. В современной литературе все больше внимания уделяется аспектам социальной устойчивости практик бережливого производства [8], которые затрагивают, например, поведенческие аспекты отношений людей. «Шести сигм» имеет целью улучшить производительность процессов и достичь высокого уровня качества путем исследования и устранения коренных причин дефектов и минимизации изменчивости процессов и продуктов. Внимание исследователей возросло к сочетанию бережливого производства, шести сигм в контексте достижения целей устойчивого развития. Lean Six Sigma — это сочетание философий Lean и Six Sigma, целью которого является преодоление недостатков обеих методологий, а также увеличение потенциальных улучшений. Однако организации сталкиваются с трудностями в управлении сложностью процесса интеграции и большим объемом человеческих и финансовых ресурсов, а также не имеют необходимых инструментов для интеграции таких систем в организацию.

Можно согласиться с представленной системой факторов, способствующих интеграции целей устойчивого развития в операционную деятельность предприятий, которую представили К.Э. Рош и Р.Дж. Баумгартнер [9]. Они сопоставили средства совершенствования операционной деятельности, системы управления операционной деятельностью и инструменты стратегического управления, способствующие постановке и достижению рациональных целей (табл.)

Таблица – Сопоставление факторов повышения операционной эффективности и аспектов устойчивого развития предприятия (составлено по источникам [7, 9, 11])

Средства обеспечения операционного совершенства	Системы управления, связанные с совершенствованием операционной деятельности				Инструменты стратегического управления	
	Тотальное управление качеством	Бережливое управление	Методика "шести сигм"	Бережливое производство шесть сигм	Сбалансированная система показателей	Хосин Канри (HoK)

1	2	3	4	5	6	7
Приверженность лидерства/высшего руководства	X	X	X	X	X	X
Вовлеченность и расширение прав и возможностей сотрудников	X	X	X	X	X	X
Образовательная организация	X	X	X	X	X	X
Потребности и ожидания сотрудников	I	I	I	I	X	X
Цепочка значений	X	X	X	X	I	I
Развитие продукта и рынка	I	I	I	X	I	I
Системы качества	X	X	X	X	X	X
Управление, контроль и оптимизация	X	X	X	X	X	X
Оценка процесса и достоверность данных	I	X	X	X	X	X
Согласование стратегии	I	I	I	I	X	X
Разработка стратегии	X	X	X	X	I	I
Стратегическое планирование и внедрение	I	I	I	I	I	X
Организационная коммуникация	X	X	I	X	X	X
В том числе комплексные аспекты устойчивого						

развития:						
Относящиеся к окружающей среде	X	X	X	X	I	I
Социальные	I	I	I	I	I	I
Экономические	X	X	X	X	X	I

Условные обозначения: X – идентифицировано в литературе; I – потенциал для интеграции.

Следует отметить, что многие ученые констатируют тот факт, что основными причинами сложности внедрения таких систем управления, как TQM, Lean, Six Sigma и Lean Six Sigma, являются, среди прочего, сопротивление изменениям, несоответствующая организационная культура, плохая согласованность стратегии, плохое лидерство и отсутствие поддержки со стороны высшего руководства, отсутствие должного общения, отсутствие вовлеченности сотрудников (на всех уровнях). В настоящее время инструментарий Хосин Канри (Hoshin Kanri, HoK), в частности, X-матрица стратегических целей, цикл Деминга (PCDA), инструменты бережливого производства могут способствовать эффективному согласованию целей и ресурсов внутри организации, целостной интеграции устойчивости развития и стратегического планирования операционной деятельности.

Таким образом, в условиях, когда все больше и больше компаний стремятся повысить операционную эффективность и достичь устойчивости, происходит осознание того, что долгосрочные цели предприятий часто не соответствуют их действиям или операциям. Классические инструменты стратегического управления, такие как сбалансированная система показателей, были адаптированы для интеграции устойчивого развития в стратегическое управление (например, SBSC). На данный момент отмечается низкая эффективность интеграции традиционных инструментов стратегического управления (таких как ССП) и операционного управления. Вместе с тем, такой инструмент, как HoK или развертывание стратегии (как его часто переводят с японского) демонстрирует потенциал в увязывании стратегических долгосрочных целей устойчивого развития с операционной деятельностью.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бирюков, Е. В. ESG-трансформация и смена парадигмы ведения бизнеса / Е. В. Бирюков // Первый экономический журнал. – 2023. – № 8(338). – С. 73-78.

2. Власенко, К. А. Разработка алгоритма оценки результативности финансирования инструментов бережливого производства на отечественных предприятиях / К. А. Власенко // Финансовые исследования. – 2023. – № 1(78). – С. 79-87.

3. Милуков, А. А. Региональный механизм управления устойчивым развитием промышленного предприятия / А. А. Милуков // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. – 2023. – Т. 14, № 2. – С. 73-80.

4. Спасская, Д. Д. Двухконтурные испытания продукции научно-производственного предприятия как механизм обеспечения его устойчивого развития / Д. Д. Спасская // Социальные и экономические системы. – 2024. – № 1(51). – С. 154-168.

5. Старикова, М. С. Кластеры как база реализации межотраслевых взаимодействий в модели устойчивого развития промышленного предприятия / М. С. Старикова, С. М. Микалут, С. Самудиму // Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации : Сборник научных трудов ХУ Международной научно-практической конференции, Белгород, 21 октября 2021 года / Под научной редакцией Е.Н. Камышанченко, Ю.Л. Растопчиной, А.А. Швецово. – Белгород: Общество с ограниченной ответственностью Эпицентр, 2021. – С. 272-275.

6. Щетинина, Е. Д. Устойчивое развитие промышленности РФ и маркетинг в условиях санкций / Е. Д. Щетинина // Экономика. Общество. Человек : Материалы национальной научно-практической конференции с международным участием. В 2-х томах, Белгород, 01–30 сентября 2022 года / Науч. редактор Е.Н. Чижова, сост. С.В. Бацанова, Л.И. Журавлева. Том 1. Выпуск ХLI. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2022. – С. 24-31.

7. Carvalho, A. M. The influence of operational excellence on the culture and agility of organizations: Evidence from industry / A.M. Carvalho, P. Sampaio, E. Rebentisch, J. Á. Carvalho, P. Saraiva // International Journal of Quality & Reliability Management. – 2021. – Vol. 38. – P. 1520–1549.

8. Ciannella, S. Exploring the influence of lean manufacturing practices on employee social sustainability / S. Ciannella, L. C. Santos // Social Responsibility Journal. – 2021. – Vol. 18. – P. 1677–1691

9. Roche, K. E Development of a strategy deployment framework combining corporate sustainability and operational excellence / K. E. Roche, R. J. Baumgartner // Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 2023. – Vol. 1–16.

10. Santhiapillai, F. P. Lean thinking and strategy deployment:

Adapting Hoshin Kanri and A3-based project prioritization in police services / F. P. Santhiapillai, R. C. Ratnayake // The TQM Journal. – 2023. – Vol. 35(8). – P. 2503-2525.

11. Sony, M. Implementing sustainable operational excellence in organizations: An integrative viewpoint / M. Sony// Production and Manufacturing Research. – 2019. - Vol. 7(1). – P. 67–87.

12. Upward, A. An ontology for strongly sustainable business models: Defining an enterprise framework compatible with natural and social science / A. Upward, P. Jones // Organization & Environment. – 2016. – Vol. 29. – P. 97–123.

УДК 65.01

Арефьева А.С.

Научный руководитель: Гринцевич Л.В., канд. экон. наук, доц.

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Беларусь

ВЛИЯНИЕ ПЛАНА СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ КОЛЛЕКТИВА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕГО РАБОТЫ

В современном стремительно меняющемся рабочем ландшафте успех любой компании зависит не только от технических навыков и квалификации ее сотрудников, но также и от внутренней среды организации, отношений в коллективе и совместных усилий, которые готовы приложить ее участники для повышения эффективности работы. Благодаря признанию значимости этих факторов возникло понятие планирования социального развития коллектива (ПСР). В данной статье мы рассмотрим важность внедрения плана социального развития коллектива в работу компании и его влияние на оптимизацию рабочих процессов в коллективе. Понимая и правильно используя принципы и методики планирования социального развития, организации могут создать более сплоченную и продуктивную рабочую атмосферу.

В условиях постоянно возрастающей конкуренции компаниям недостаточно просто нанимать квалифицированные кадры. Им необходимо создавать условия для развития социальных связей, взаимопонимания и сотрудничества между участниками, чтобы добиться эффективности в работе организации. Актуальность темы планирования социального развития обусловлена тем, что оно предлагает системный подход к укреплению этих аспектов, способствуя повышению общей производительности труда.

Под планом социального развития коллектива понимают комплексную программу, нацеленную на улучшение социального климата в коллективе, повышение заинтересованности сотрудников в делах организации и увеличение степени их удовлетворенности рабочим процессом. Такой план разрабатывается компанией для стимулирования профессионального и личностного роста работников и включает в себя комплекс задач, программ и мероприятий, направленных на всестороннее развитие ее участников. Он фокусируется на повышении доходов, улучшении условий труда, обеспечении социальной защиты и других факторах [1].

План социального развития коллектива играет ключевую роль в формировании благоприятной обстановки в коллективе и повышении эффективности работы организации, определяя цели и направления для улучшения условий труда и жизни сотрудников. Он создает структурированный подход к решению социальных вопросов, повышает мотивацию и участие сотрудников, способствует формированию доверительных отношений в коллективе и улучшает производительность труда.

Более того, такое планирование способствует укреплению кооперации и сотрудничества в команде. Через различные корпоративные мероприятия и каналы коммуникации планирование социального развития способствует формированию чувств принадлежности к команде, формированию дружественной атмосферы и благоприятного рабочего климата [2].

Правильно созданный план развития коллектива также может влиять и на уровень профессионализма работников. Предоставляя возможности для обучения, развития навыков и карьерного роста, он дает участникам возможность раскрыть свой потенциал и внести свой вклад в достижение целей организации.

Главными целями плана социального развития коллектива является создание благоприятного рабочего окружения, улучшение качества жизни сотрудников, их профессиональный и личностный рост, а также повышение эффективности командной работы и достижение общих целей.

Существует три основных вида методов, которые используются при создании плана социального развития коллектива: экономические, социально-психологические и административные. Последние ориентированы на централизованное воздействие и включают организационно-стабилизирующие, организационные, распорядительные и дисциплинарные методы. Эти методы применяются для обеспечения организационной стабильности,

контроля над процессами и соблюдения установленных норм и правил. Данная группа методов применяется особенно широко в организациях, где используется авторитарный стиль управления. Это связано с тем, что руководство таких компаний стремится поддерживать жесткую дисциплину и строго контролировать процессы. Административные методы обеспечивают эффективное исполнение приказов и решений администрации, что соответствует принципам авторитарного управления и способствует поддержанию стабильности и порядка в организации.

Методы экономической направленности включают материальное стимулирование коллективов, а также предусматривают вознаграждения для отдельных работников. Они могут применяться как государственными органами через систему налогообложения и финансово-кредитные инструменты, так и на уровне отдельных предприятий через установление экономических стандартов, программ материального поощрения и делегирования полномочий.

Социально-психологические методы управления персоналом направлены на регулирование социальных связей внутри коллектива и предназначены для оказания морального и психологического воздействия на работников. Эта группа методов включает в себя следующие мероприятия: формирование коллективов с учетом типологии личности и характера работников, участие работников в управлении и принятии решений, удовлетворение культурных и духовных потребностей сотрудников, установление социальных норм поведения и стимулирование социального развития коллектива, введение моральных санкций и поощрений, социальную профилактику и защиту работников.

Организации, внедряющие социально-психологические методы, ориентируются на создание благоприятной социально-психологической атмосферы в коллективе, которая способствует повышению морального уровня, мотивации труда и эффективности работы сотрудников. Они стремятся к установлению доверительных отношений с сотрудниками, поддержанию психологического комфорта и удовлетворенности персонала, что в свою очередь способствует повышению производительности труда и достижению целей организации. [3].

План социального развития коллектива состоит из ряда этапов, которые при комплексном выполнении могут вывести коллектив на новый уровень психологического и профессионального развития.

Первым этапом для построения ПСР является анализ текущего состояния компании. Сюда входит оценка текущего социального

климата, уровня удовлетворенности сотрудников, идентификация потребностей и проблем, анализ социальных отношений в коллективе. Далее определяются цели и приоритеты организации в рамках социального развития коллектива. В это время в коллективе происходит улучшение коммуникации, укрепление доверия и создание благоприятного рабочего окружения. Следующим этапом осуществляется разработка стратегии и плана действий, который предполагает определение конкретных шагов, ресурсов и сроков проведения мероприятий. После этого реализуются различные программы и мероприятия (тренинги по коммуникации, программы по улучшению морального и психологического состояния сотрудников, социальные мероприятия и т. д.). Последним и заключительным этапом является оценка эффективности реализации плана и его влияния на социальную динамику в коллективе. При необходимости на основе результатов этой оценки производится корректировка стратегии.

Планирование социального развития коллектива оказывает большое влияние на эффективность работы компании не только с психологической, но также с организационной и экономической точки зрения.

Применение ПСР с точки зрения организации оказывает положительное влияние на эффективность через снижение текучести кадров и расходов на поиск новых сотрудников путем повышения удовлетворенности сотрудников своей работой; через повышение производительности труда, так как мотивированные и сплоченные коллективы работают более продуктивно; через улучшение имиджа компании, которое происходит за счет позиционирования себя как социально-ответственной компании, которая добросовестно относится к благополучию сотрудников, что привлекает инвесторов, клиентов и талантливых специалистов [4].

С экономической точки зрения внедрение ПСР способствует снижению затрат, повышению прибыли (мотивированные и сплоченные коллективы генерируют больше идей, решений и инноваций) и повышению конкурентоспособности через инвестиции в кадры.

Для достижения максимального эффекта от плана социального развития коллектива компании необходимо привлечение к разработке ПСР всех заинтересованных сторон, в том числе сотрудников, руководство и профсоюзы, обеспечение финансирования мероприятий, предусмотренных ПСР, а также регулярное отслеживание эффективности реализации ПСР и вносить необходимые корректировки.

В заключении можно подчеркнуть, что план социального развития коллектива играет ключевую роль в повышении эффективности работы компании. Создание и реализация ПСР способствует укреплению корпоративной культуры, увеличению уровня мотивации и удовлетворенности персонала. При грамотном подходе план социального развития может стать эффективным инструментом повышения производительности труда, конкурентоспособности и прибыльности компании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Планирование социального развития коллектива [Электронный ресурс]. URL: <https://www.stud24.ru> (дата обращения: 22.03.2024).
2. Сущность и значение социального развития коллектива [Электронный ресурс]. URL: <https://studbooks.net> (дата обращения: 22.03.2024).
3. Создание плана социального развития коллектива [Электронный ресурс]. URL: <https://lektsia.com> (дата обращения: 21.03.2024).
4. Дианова Н.Ф., Багян Г.А. Влияние программ социального развития предприятия на эффективность деятельности персонала // ЕГИ. 2021. №2 (34). URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 22.03.2024)

УДК 339.92

Arefyeva A.S., Ertman D.V.

Scientific supervisor: Sorokina A.I., PhD, ass. prof.
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus

SUCCESSFUL NEGOTIATIONS IS THE FIRST STAGE IN THE COOPERATION

Negotiations in terms of global economy encompass a complex interplay of interests, objectives, and strategies among participating parties. Governments, international organizations, multinational corporations, and non-governmental entities can also be negotiating parties.

Negotiations can take various forms, ranging from bilateral trade deals to multilateral agreements involving numerous countries. The result of negotiations depends on such factors as economic interests, political dynamics, legal frameworks, and societal concerns.

The negotiation process usually has several phases. Firstly, the pre-negotiation phase involves setting goals and objectives, creating strategies, and conducting consultations. The negotiation phase itself includes such

stages as agenda-setting, discussions, making projects, and reaching consensus. Finally, the post-negotiation phase implies approval of the results of negotiations by relevant authorities and subsequent implementation measures. Harry Mills in his book *The Art of Winning*, says that most negotiations have seven stages [1]:

1. Ready yourself

Prepare your objectives, concessions and strategy. Gather information about the other side. This stage involves preparing oneself mentally and emotionally for the negotiation process. It includes understanding personal goals and objectives and own strengths and weaknesses, and predicting potential challenges or obstacles that may arise during the negotiation. It also involves collecting relevant information and carrying out research to have arguments for one's position.

2. Explore each other's needs

Build rapport. State your opening position. Learn the other side's position. At this stage, the sides that participate in the negotiation try to understand each other's needs, interests, and priorities. It involves active listening, asking questions, and engaging in open communication to gain insights into the motivations and concerns of the other party. This stage creates the foundation for ensuring trust and mutual understanding among negotiating partners.

3. Signal for movement

Signal that you are prepared to move from your original position. Respond to signals from the other side. During this stage, the negotiating parties begin to show their readiness to move forward in the negotiation process. This may involve expressing flexibility, exploring potential areas of agreement, or proposing initial terms or conditions. Signals for movement are available in either verbal or non-verbal form, and aim to initiate constructive dialogue and progress towards reaching a mutually beneficial agreement.

4. Probe with proposals

Make suggestions and find areas of agreement. In this stage, each side presents proposals that would both address their own needs and consider the interests of the other party. Proposals may involve tangible solutions, compromises, or alternatives to existing positions. This stage requires careful analysis of the potential implications of each proposal and a willingness to engage in further discussion and negotiation.

5. Exchange concessions

Give the other side something in return for something you need or want. Negotiation is a process of give-and-take, where both parties make concessions to reach a satisfactory result. At this stage, the negotiation participants exchange concessions, making compromises and adjustments to

their initial proposals in order to address the concerns and interests of the other party. This may involve compromise in different questions or priorities in order to achieve a balanced agreement.

6. Close the deal

Bring the negotiation to a clear and satisfactory end. When the negotiating parties reach agreement on the key terms and conditions, they move to officially close the deal. This stage involves finalizing the details of the agreement, including any remaining unresolved issues or concerns. Also partners draft and sign a written agreement or contract to formalize the terms of the deal. Ending the deal requires clear communication, attention to detail, and a commitment to honoring the terms of the agreement.

7. Tie up loose ends

Confirm what has been agreed. Summarise the details on paper. After ending the deal, there may still be tasks or actions that are not finished, but need to be addressed in order to fully implement the agreement. This stage involves tying up any loose ends or completing any remaining tasks necessary to ensure the successful execution of the agreement. It may involve coordinating logistics, resolving outstanding issues, or clarifying any ambiguities in the agreement. This stage is critical for ensuring that the negotiated agreement is effectively implemented and that both parties are satisfied with the outcome.

It is very important to study the experience of successful negotiations that lead to international economic agreements. For instance, the negotiation of trade agreements like the North American Free Trade Agreement (NAFTA) and the Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) can serve the example of effective collaboration among nations to liberalize trade and stimulate economic growth. One more example of achieving success through negotiations is creation of USMCA [3], the United States-Mexico-Canada Agreement. It was formed to replace the North American Free Trade Agreement (NAFTA) and modernize the trade relationships between these three countries. The negotiations for USMCA were complex because there were significant disagreements on key issues such as automotive manufacturing, agriculture, labor standards, and environmental regulations. Additionally, each country had its own domestic political and economic interests. All these reasons contributed to non-achievement of a compromise.

Negotiation acts as a key instrument for encouraging collaboration, resolving conflicts, and achieving mutual goals within the global economic system. It contributes to economic unity and sustainable growth through the facilitation of trade liberalization, simplification of investment processes, and standardization of regulations. Furthermore, negotiations are crucial in

solving significant worldwide issues such as climate change, pandemic management, and the reduction of poverty.

There are three crucial aspects in negotiation training. The first is providing a practical learning environment [2]. Through the use of case studies and video recordings participants can see their own behaviors, identifying both their strengths and weaknesses. This practical experience, supplemented by constructive feedback, allows for effective behavioral adjustments, going beyond theoretical knowledge or book learning. Second, it is important to keep the educational content engaging and up-to-date. This can be achieved by incorporating a variety of learning tools, such as e-learning platforms, online videos, and podcasts. Third, evaluating the outcomes of negotiation exercises over an extended period is vital. This assessment helps improve the training program and offers clients tangible evidence of its value, reinforcing their future commitment to the program.

A proficient negotiator is characterized by their ability to adapt and modify their approach according to the current situation. The negotiator's skills range from managing conflict and handling pressure during direct negotiations to planning strategically, analyzing data, and maintaining an open-minded and innovative thinking. This also includes the ability to reconsider negotiation terms creatively saving discipline to communicate effectively.

A good negotiator excels in flexibility and adaptability, tailoring their strategy to the nuances of each situation [4]. He has a big variety of skills including managing conflict and navigating the pressures of face-to-face negotiations. Strategic planning and data analysis are also key, enabling them to predict results and prepare accordingly. Furthermore, they maintain an open-minded and innovative approach, ready to think creatively to overcome stalemates or find mutually beneficial solutions. Effective communication is important for a good negotiator, because active listening and then clearly expressing your own thoughts and ideas in a way that is easily followed and understood by others will lead to successful negotiations. They are adept at reading between the lines, recognizing non-verbal cues, and leveraging information to strengthen their position. A good negotiator also emphasizes building relationships and trust, understanding that successful negotiations often depend on the rapport between parties.

REFERENCES

1. The stages of the negotiation process [Electronic resource]. URL: The Stages of the Negotiation Process - Shapiro Negotiations (date of access: 11.03.2024).

2. 10 правил ведения переговоров [Electronic resource]. URL: 10 правил ведения переговоров | Медиа Нетологии (netology.ru) (date of access: 10.03.2024).

3. United States–Mexico–Canada Agreement [Electronic resource]. URL: United States–Mexico–Canada Agreement - Wikipedia (date of access: 11.03.2024).

4. Mills, H. A. (1991). Negotiate : The Art of Winning. Aldershot: Gower. Ocran, T. (1985). The Process and Outcome of Negotiations with Multinatioal Corporations: A Conceptual Framework for Analysis. Akron Law Review, 18(3), pp. 405-434.

УДК 331.552

Бадалян С.П.

*Научный руководитель: Максимчук Е.В., канд. экон. наук доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК ТРУДА

В данной статье рассмотрим, как те или иные ключевые факторы влияют на рынок труда в нынешних реалиях, а также причины их возникновения.

Один из ключевых факторов, который влияет на рынок труда – демографический. Он включает в себя:

- 1) Старение населения (и рабочей силы в том числе);
- 2) Последствия низкой рождаемости в 90-е годы и позже;
- 3) Безусловная зависимость от притока мигрантов;
- 4) Естественная убыль населения.

Доля молодого активного населения, она, к сожалению, снижается, и это связано с последствиями демографического кризиса девяностых, тогда детей рождалось мало и, соответственно, сегодня вот это как раз те самые люди, которые должны были бы выходить на рынок труда и быть активными его участниками но их не так много как хотелось бы работодателям [1].

Следующий важный фактор, безусловно, зависимость от притока мигрантов. В ситуации, когда их начинает не хватать, эта отрасль начинает переманивать сотрудников из каких-то других сфер деятельности, которые возможно не были зависимы от притока мигрантов.

Безусловно влияет естественная убыль населения сказываются

последствия ковида в том числе, который не лучшим образом сказался на ситуацию рынка труда вместе это приводит к тому что сегодня фактически людей становится меньше, трудоспособных людей еще меньше, что отрицательно сказывается на рынок труда в целом.

Ниже представлены данные Росстата (см. рис. 1), где изображается ситуация как менялась численность тех или иных возрастных когорт на протяжении последних 9-10 лет и, например, показано как в промежутке с 2013 года к 2022 году происходило изменение населения в возрасте от 20 до 29-ти девяти лет можно констатировать, что их становилось меньше и в целом сегодня самая многочисленная в Российской Федерации когорта население старше 50 даже старше 60 лет [5].



Рис. 1 Численность возрастных когорт [4]

Можно сделать вывод, что люди старше 60 лет все-таки это чаще всего пенсионеры, которые не так активно являются участниками рынка труда, как, например, люди в возрасте 25-35 лет.

Еще один фактор, связанный с демографией, убыль трудоспособного населения. Если проанализировать структуру населения на сегодняшний день на пять лет, то можно сделать вывод, наша страна лишится почти двух миллионов человек из числа трудоспособного населения к 30 году и это общий прогноз, в зависимости от тех или иных факторов показатель может меняться. Опять же это, естественно, не тот фактор, который будет радовать работодателей. Это все подпитывает дефицит на рынке.

Также необходимо отметить, что ситуация с нехваткой кадров связана не только с конкретно определенной отраслью и не только конкретно с определённым регионом.

Следующий фактор, который нельзя не отметить, связанный с миграционным движением. Можно наблюдать, что эта категория персонала очень зависит от в целом международной обстановки до того насколько у нас развито и вообще действует сообщение с другими

странами, также еще от того какой курс рубля, соответственно, как только рубль падает у мигрантов становится меньше интереса работать в нашей стране и наоборот. В этом плане это крайне нестабильная категория сотрудников, на которую не стоит возлагать очень больших надежд.

Следующий фактор, который также оказывает влияние на рынок труда это политический фактор, который включает в себя:

1) санкционное давление, которое опять же проявляется и с точки зрения технологий, и с точки зрения возможности взаимодействовать с какими-то своими коллегами из других стран

2) Изоляция

3) Иммиграция, здесь важно конечно понимать, что на самом деле есть категория персонала, которая уехала за пределы страны, но все-таки не столь страшный этот показатель, потому что, можно наблюдать, что чаще всего это такие «цифровые кочевники», то есть это те люди, которые физически могут находиться где угодно, но при этом они как правило продолжают работать на Российские компании, тем не менее сама по себе тенденция есть и проблема существует.

Один из ключевых факторов - экономический.

Один из составляющих - это уход иностранных компаний с рынка. Доля работ сегодня в иностранном бизнесе связаны примерно два с половиной процента российского рынка труда и всего около двух миллионов человек на самом деле в рамках всей страны это не так уж много. Также стоит отметить, что многие компании, которые заявляют о приостановке деятельности или об уходе они не увольняют людей сразу, зачастую происходит передача активов, которые есть стране и, соответственно, люди не выходят на рынок труда, они остаются работать, где они и были. В этом смысле надежды некоторых работодателей о том, что вакансии покроются уволенными людьми из иностранных компаний не оправдались [3].

Также стоит отметить влияние инфляции на рынок труда. Ожидание соискателей по зарплатам в этом случае растут, а у работодателей нет возможности удовлетворить эту потребность, возникает ситуация, при которой вакансия остается открытой.

Следующим фактором, который все сильнее влияет на рынок труда это технологический прогресс. На данный момент можно констатировать, что процесс цифровизации с точки зрения макроэкономических параметров и общей численности занятых не способствует резкому сокращению рабочих мест [2].

Необходимо рассмотреть еще один немало важный фактор - это социальное напряжение не секрет что уровень стресса и социального

напряжения сегодня достаточно высокий. Рассмотрим, как это влияет на рынок труда помимо того, что может снижаться продуктивность и эффективность у сотрудников. Также у соискателей снижается лояльность к работодателю. Это выливается в то, что в каких-то ситуациях принимаются некие необдуманных решения со стороны соискателей. В ситуации стресса соискатели могут резко уволиться или наоборот скажем так резко как-то принять решение о принятии оффера.

Рассмотрим на примере рынка труда в сфере добычи сырья как ранее озвученные факторы влияют на него и возникающие в процессе ключевые риски. Для начала проанализируем динамику вакансий и резюме в сфере «Добыча сырья» за январь 2021 года – январь 2023 года (см. рис. 2)

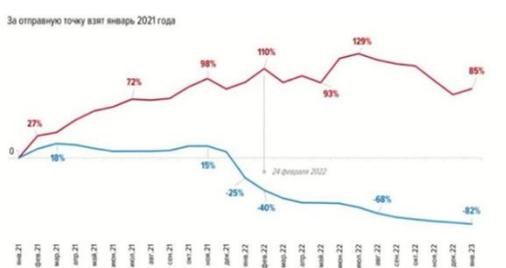


Рис. 2 Динамика вакансий и резюме в сфере «Добыча сырья» [4]

В январе 2021 года можно наблюдать, активность работодателей фактически восстановилась. Красной линией изображено количество вакансий в сфере «Добыча сырья». На момент января 2023 количество вакансий превышает январь 2021 на 58%. Синей отмечено количество соискателе, оно сравнилось за исследуемый период на – 82%, причин довольно большое количество, которые были рассмотрены ранее.

Далее рассмотрим уровень конкуренции динамика h.h. индекса под ним мы понимаем соотношение количества активных резюме на одну вакансию, то есть грубо говоря сколько соискателей сегодня претендует на одно рабочее место в данной сфере.

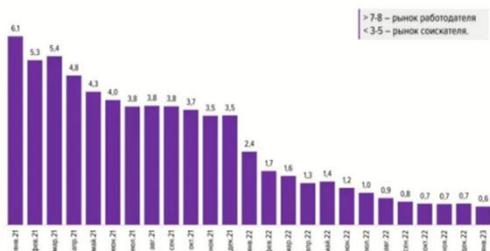


Рис 3 Динами h.h. индекса в сфере «Добыча сырья» [4]

Если в 21 году это были в общем достаточно неплохие показатели 4-6 человек на место показатель в рамках нормы, то постепенно рынок стал двигаться в сторону рынка соискателя и сегодня сфера добычи сырья однозначно занимает крепкое место среди самых дефицитных сфер. Сегодня таких специалистов находить крайне непросто. Хотя и вакансий зачастую больше, чем соискателей в таких традиционных нефтегазовых регионах, где активно развивается добыча, например, ханты-мансийский автономный округ ямало-ненецкий и так далее в них количество вакансий для специалистов добычи снижается, так как всех имеющихся специалистов уже завербовали, зато увеличиваются подобные вакансии в других регионах [5].

Исследуя ключевые факторы, влияющие на рынок труда можно было прийти к выводу, что их довольно большое количество и влияют они в разной степени. Также стоит отметить, что они могут способствовать как развитию рынка труда той или иной отрасли, так и деградации. Проведенная ретроспектива рынков труда позволяет заключить, что у молодого поколения есть возможность без сильной конкуренции обрести трудоустройство с достаточно высокой заработной платой.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анализ современного состояния финансового сектора экономики с целью повышения инвестиционной привлекательности региона: монография / под общ. ред. проф. С.М. Бухоновой. Белгород: Изд-во БГТУ, 2020. 135 с.
2. Бухонова С.М., Максимчук Е.В., Чикина Е.Д. и др. Новые траектории взаимодействий банковского и реального секторов экономики и их влияние на развитие региона: монография. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2021. 122 с.
3. Макеева В.Г. Культура предпринимательства: Учеб. пособие

для вузов по эконом. спец. — М.: ИНФРА-М, 2017. - с.154.

4. Максимчук Е.В., Чикина Е.Д., Букурова А.А., Науменко И.А. Роль региональных налогов в формировании бюджетов субъектов российской федерации на примере белгородской области // Экономика. Общество. Человек. Вып. XL. Междисциплинарные исследования проблем и тенденций цифровизации общества: материалы национальной научно-практической конференции с международным участием. Белгород: БГТУ, 2021. С. 108-114.

5. Эльяшев Д.В. Финансовые рынки: учебно-методическое пособие. СПб.: СПбГАУ, 2018. С. 96 - 97.

УДК 338.2

Балабанович И.Д.

Научный руководитель: Балабанович О.А., канд. экон. наук, доц.

Белорусский государственный экономический университет,

г. Минск, Беларусь

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНОЧНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Вектор нашему исследованию, на основании анализа результатов опроса 126 руководителей и 77 собственников предприятий, задало понимание того, что пятая часть респондентов не анализирует и не оценивает источники формирования прибыли и зачастую даже не понимает происходящую взаимосвязь между финансовыми показателями и проистекающими на их предприятиях бизнес-процессами. А ведь без измерения, анализа и контроля ключевых показателей эффективности предпринимательской деятельности не имеет смысла ни одна разработанная программа, ни один план и ни одна стратегическая цель. Очевидно, что проистекающие бизнес-процессы задают вектор развитию предприятия. В связи с этим, их осуществление обязательно необходимо контролировать посредством целевых значений показателей, сформировав причинно-следственные связи, в чём и заключается суть экономического анализа, и своевременно реагировать при возникновении отклонений от плановых значений. В данном случае показатели будут одновременно выступать в качестве «измерителей» степени достижения поставленной цели и оценки эффективности функционирования предприятия в реальном времени.

На протяжении многих лет методические основы оценки деятельности предприятия эволюционировали. Данная проблема по

мере развития теории управления всегда решалась, по сути, за счет выделения той или иной приоритетной цели и, соответственно, показателя, характеризующего степень ее достижения [1], [2].

Многочисленные споры о том, какой же показатель «лучше» и более полно описывает хозяйственную деятельность и дает ей более объективную оценку, не продуктивны, так как такое сравнение нецелесообразно ввиду разного и значения и назначения показателей.

Наше исследование показало, что эффективно функционирующие предприятия в своей практике используют системы финансовых показателей. Чаще всего это система Du Pont, прочно закрепившаяся в практике руководителей, ввиду простоты применения и хорошей объясняющей способности влияния факторов на изменение показателей рентабельность активов (ROA) и рентабельность собственного капитала (ROE). Стратегия будет выражаться и оцениваться посредством EVA, MVA, ROI, ROE, ROA и других интегральных показателей. Выбор показателя для конкретного предприятия требует большой аналитической работы. Анализируя научные данные и практический опыт предприятий можно утверждать, что операционным индикатором может выступать ROA, а стратегическим относительный ROE и абсолютный EVA [3].

Нами установлено, что эффективность функционирования предприятия во многом обусловлена знанием и пониманием рынка и тем, насколько хорошо и достоверно оценены перспективы развития предприятия на конкретном рынке и насколько корректно выполнен маркетинговый анализ.

Сегодня, согласно ряду исследований [4], [5], [6], [7], нет системы показателей, достоверно отражающей возможности предприятия по продвижению на рынок нового продукта (товара, услуги), точной оценке спроса и т.д., позволяющей комплексно оценить степень реализации потенциала рынка за счет маркетинговой деятельности предприятия на конкретном рынке.

Основываясь на анализе ключевых показателей рыночной деятельности, описанных передовыми исследователями маркетинговой деятельности и данных, полученных при исследовании, получены исходные данные для конструирования методики расчёта показателей рыночной активности. Нами анализировался набор из 100 маркетинговых показателей. Проведено интервьюирование специалистов и экспертов в области маркетинговой деятельности.

Нами достоверно установлено, что оценка и анализ маркетинговой деятельности не может основываться на столь сегодня популярном индикаторе «рентабельность инвестиций в маркетинг» (Return on

Marketing Investment), так как невозможно отдельно выделить прибыль от маркетинговых мероприятий, ввиду того, что маркетинговая деятельность влияет на большинство процессов, происходящих на предприятии (появление новых клиентов, выход на новые рынки, изменение объемов реализации продукции и мн.др.). Также невозможно объективно оценить результаты даже одного маркетингового мероприятия, проходящего в четко заданный период времени, так как его последствия могут влиять на деятельность предприятия еще долгое время после завершения самого мероприятия.

Разработка системы показателей рыночной активности основывается на информационных потребностях руководителей и ключевых сотрудников предприятий, определенных в ходе анкетирования 530 респондентов, которые хотят получать необходимую информацию для принятия обоснованных решений.

Предлагаемая система показателей рыночной активности (рисунок 1) представлена важна для перехода предприятия на более высокий уровень информационно-аналитической поддержки управления, осознанности действий и эффективности деятельности.



Рис. 1 Структура показателя рыночной активности

Расчет показателя рыночной активности дает возможность получать объективную и своевременную информацию о состоянии и тенденциях рыночной деятельности и положении предприятия, учет которых необходим для принятия обоснованных управленческих решений, а его компоненты позволяют количественно оценить все важные аспекты деятельности. Знание о занимаемой рыночной позиции дает возможность понимания альтернатив при стратегическом планировании и позволяет полноценно управлять предприятием.

Показатели, дающие объективную оценку активности предприятия на рынке и позволяющие оценить взаимодействие с потребителем, являются важным и существенным дополнением показателям оценки эффективности финансовой деятельности и дают более полное понимание всех взаимосвязанных и взаимообусловленных бизнес-процессов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Муравьева Н. Ю. Применение мирового опыта анализа и прогнозирования показателей в деятельности торговых организаций Приднестровья // Нац. Ассoc. Ученых. 2015. № 4-1. С. 134–137.
2. Балабанович О. Контроллинг и система управления предприятием: теория и методология // Наука и инновации. 2020. № 1. С. 55–59.
3. ROE. URL: <https://www.e-xecutive.ru> (дата обращения: 11.01.2022).
4. Ларреше Ж.-К. Система оценки эффективности маркетинговой деятельности. Элитариум: центр допол. образования. URL: <https://www.elitarium.ru> (дата обращения: 03.12.2022).
5. Маркетинг, управляемый результатами. URL: <http://www.marketing.spb.ru> (дата обращения: 02.10.2022).
6. Эффективность маркетинга: показатели, которые важно отслеживать. URL: <https://romi.center/ru> (дата обращения: 05.08.2023).
7. Элитариум: центр допол. образования. URL: <https://www.elitarium.ru> (дата обращения: 03.12.2022).

УДК 338.1

Бевз А.И., Купцов К.С.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Экономическое развитие современного мира можно оценить на основе постоянного увеличения внедряемых инноваций как основного фактора успеха в конкурентной борьбе. В деятельности отечественных компаний возникают различные проблемы, наиболее актуальной из них выступает проблема низкого уровня активности в сфере инноваций. Чтобы достичь лидерства глобального уровня, необходимо развивать инновационную деятельность, причем как отдельным компаниям, так и государству в целом. Следовательно, формирование инновации представляет собой значимую составляющую роста экономики.

К одному из самых важных направлений совершенствования национальной экономики, укрепления ее позиций на мировом рынке, увеличения уровня конкурентоспособности страны относится развитие

инновационной деятельности (рис. 1). В настоящее время спрос на инновации со стороны отечественных компаний в целом находится на низком уровне, только незначительное число предприятий используют инновационную деятельность в своем функционировании.



Рис.1. Место инноваций в экономике [3]

Развитие экономики в современном мире можно охарактеризовать при помощи научно-технического прогресса и интеллектуализации основных факторов производства. В развитых странах на инновационную деятельность приходится около 70 % прироста ВВП.

Таким образом, инновации, к которым принято относить новшества, задействованные в практической деятельности и ориентированные на изменение объекта управления и получение экономического, социального, научного или другого результата [1], содействуют росту национальных экономик [4].

В 2023 г. к главным трендам в инновационной деятельности относят следующие (рис.2).

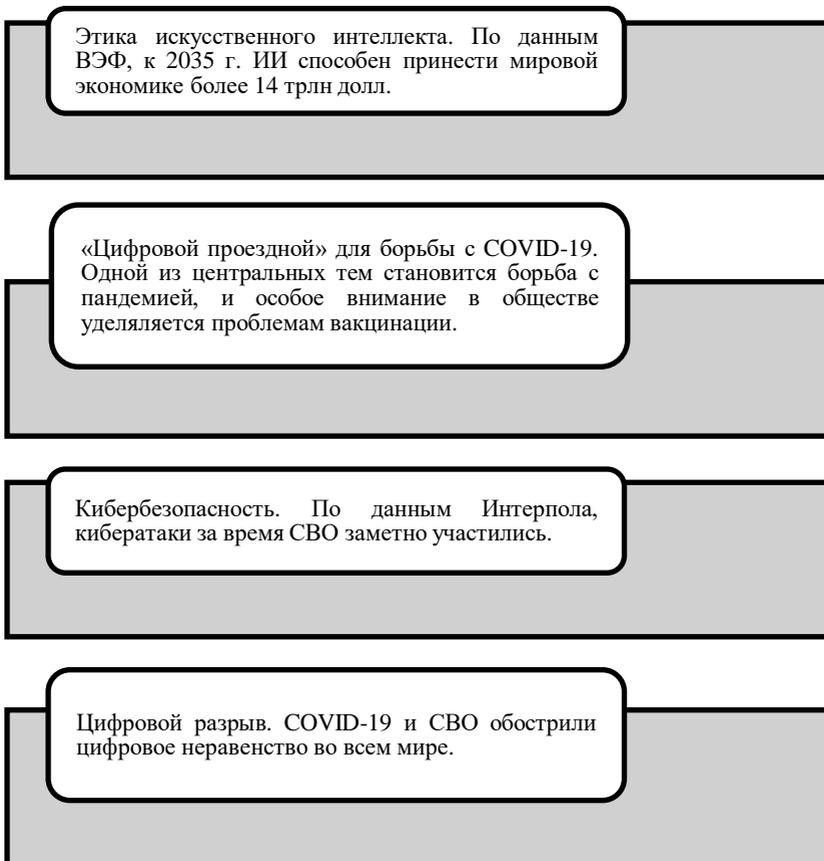


Рис.2.Современные тренды инновационной деятельности [2]

Итак, нововведения представляют собой одну из основных движущих сил экономического роста. При этом цифровизация приводит к значительному сокращению ограничений в сфере инновационной деятельности, причем как при выполнении научных исследований, так и в процессе коммерциализации их результатов.

Исходя из итогов 2022 г., отечественные компании, осуществлявшие инновационную деятельность, произвели инновационной продукции на сумму 6,4 трлн руб. Лидерами с точки зрения инновационной активности стали производители компьютеров (48,4%), электрического оборудования (38,5%), автомобилей (34,6%)[5].

К стимулирующему фактору в производстве инновационных товаров, работ, услуг относится спрос. Так в 2022 г. по заказам потребителей, инновационная продукция была реализована каждой четвертой организацией, имеющей завершённые инновации [5].

Затраты по инновационной деятельности в 2022 г. составили 2,7 трлн руб., при этом их доля в общей выручке российских организаций была равна 2,1% [5].

Следует отметить, что инновационная деятельность из года в год выступает одной из важных тем на Давосской встрече политиков и деловых лидеров Всемирного экономического форума (ВЭФ). В 2023г. основными вопросами этого направления были следующие: проблемы искусственного интеллекта, воздействие цифровизации экономики на занятость, защита персональных данных в эпоху цифровых технологий и др.

В текущий момент времени большое внимание необходимо уделять развитию социальных инноваций, к которым можно отнести социальные данные, электронную демократию, электронное здоровье, умный город и др. В зарубежных странах принято считать, что в условиях рыночной экономики социальные инновации являются основным рычагом в стимулировании роста, развития и устойчивости современного общества [3].

В заключение сделаем вывод о том, что прогресс в развитии робототехники, искусственного интеллекта, аддитивного производства и анализа данных открывают значительные возможности в ускорении инновационных процессов в различных отраслях. Анализируя современные тенденции, отметим важность применения инноваций на глобальном уровне.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Балабанов В.С. Инновационный менеджмент / В.С. Балабанов, М.Н. Дудин. - М.: Элит, 2022. - 282 с.
2. Власова В.В., Гохберг Л.М., Дитковский К.А. Наука. Технологии. Инновации: 2024: краткий статистический сборник / В.В. Власова, Л.М. Гохберг, К.А. Дитковский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. – 104 с.
3. Куприянов, Д. С. Искусственный интеллект в управлении персоналом: основные тенденции в 2024 году / Д. С. Куприянов, С. В. Мельникова, А. Х. Абдирашитова // Молодой ученый. – 2024. – № 3 (502). – С. 79-82.

4. Сомина И.В. Структурирование показателей экономической эффективности инновационных процессов на макро- и мезоуровне / И.В. Сомина // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2015. – № 6. – С. 277-280.

5. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru>.

УДК 338.4

Бельх И.Ю.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Рестораны, как и гостиницы, относятся к сфере гостеприимства и общественного питания, именно поэтому данный бизнес занимает одно из важных мест в индустрии туризма, бизнеса и современной мировой экономике в целом. Гостиницы и рестораны уже на протяжении нескольких последних лет являются динамично развивающимися видами экономической деятельности, а самое главное - достаточно прибыльными. [1; с. 6]

Гостиничный и ресторанный бизнес стимулируют увеличение туристских потоков, рост занятости населения и экономическое развитие регионов, где они расположены. Как было сказано выше, услуги гостеприимства и общественного питания развиваются стремительными темпами (кроме 2020 года, когда применялись антиковидные меры) при помощи внедрения инновационных стратегий и тактик развития, которые обеспечивают повышение числа гостей и вследствие чего, приводят к существенной прибыли. [2; с. 34]

Инновации в гостинично-ресторанном бизнесе можно рассматривать, как нововведение, которое воплощается в качестве нового или усовершенствованного продукта, процесса или механизма. Следует подчеркнуть, что инновация является результатом внедрения новых идей, умений и знаний, главной целью которого является удовлетворение потребностей посетителей и получение прибыли. Данные нововведения направлены на создание или модернизацию различных услуг, введение передовых технологий, применение новых маркетинговых способов, улучшение системы

менеджмента, освоение новых рынков сбыта, осуществление новейших методов развития и продаж. [13]

Стоит отметить, что в нашей стране гостиничный и ресторанный бизнес находится только в начале пути своего развития, и потребности на услуги в этой сфере не удовлетворены в полной мере. Тем не менее, гостинично-ресторанные бизнесы вынуждены принимать участие в суровой конкуренции и разрабатывать всё новые и новые способы привлечения и удержания клиентов, чтобы предоставить туристам соответствующий уровень сервиса. Использование инновационных подходов управления гостиницами и ресторанами могут ощутимо повысить и укрепить конкурентоспособность. Инновации могут рассматриваться в виде основного источника дохода, а также формирования положительного образа в глазах посетителей, совершенствования качества оказываемого сервиса и привлечения как можно большего числа новых и удержания постоянных клиентов. Соответственно, чтобы привлечь и удержать посетителей, каждое гостиничное и ресторанное заведение вынуждено постоянно развиваться и изменяться, используя инновационные технологии. Следует отметить, что данные этапы не должны проходить очень быстро, их нужно проводить постепенно в рамках разработанной стратегии бизнеса. [3; с. 19]

В данной статье мы детально разберём и дадим характеристику основным современным инновациям в гостинично-ресторанном бизнесе. Также проведём анализ их роли в гостиничных и ресторанных сетях.

1) Информационные технологии: на сегодняшний день компьютеры стали неотъемлемой частью нашей жизни, и мы уже не представляем, как прожить день и не зайти в социальную сеть или не посмотреть новости в интернете. Так и в гостинично-ресторанной сфере, существенное значение таких инновационных технологий объясняется тем, что современные компьютерные технологии в гостиницах и ресторанах оптимизируют многие процессы обслуживания и делают их быстрее и удобнее для посетителей. Например, на стойке приёма и размещения гостей есть мини-компьютеры с программами для оперативной регистрации и заселения гостей в номер. Также присутствуют принтеры, факсы и сканеры. А рестораны располагают удобными программами для оформления заказов и расчёта с гостями.

2) Многие посетители ресторанов и гостиниц с интересом наблюдают, как повар на их глазах готовит какое-нибудь заказанное блюдо. Это называется теппан-шоу: на кухне в рабочей зоне повара

устанавливают камеры. И при желании по монитору за своим столиком гости наблюдают за его действиями. Отметим, что подобное представление не может понравиться всем посетителям. [4]

3) Во многих предприятиях общественного питания есть интерактивное меню, с помощью которого гости ресторана самостоятельно могут сделать заказ. Очень удобно, не дожидаясь официанта, получить доступ к описанию и стоимости блюд. Отметим, что таким образом экономится время гостей, время официантов, которые их обслуживают. Интерактивное меню оптимизирует процесс обслуживания клиентов. [5]

4) Современная жизнь не терпит замедлений. Применение QR-кода (двухмерный штрих-код) позволяет экономить время. С помощью QR-кода регистрация проходит быстрее. Для осведомления клиентов можно использовать размещение QR-кодана информационных стойках ресторанов и отелей. С помощью обычного смартфона можно отсканировать QR-коды и ознакомиться с какой-либо информацией – будь это история гостиницы, города, достопримечательности, экскурсии, меню ресторана и т.д. Следует отметить, что использование QR-кода помогает бизнесу в маркетинге: сохраняет данные клиента и предлагает продукты по интересам. С помощью QR-кода удобно производить оплату товаров и услуг. [7]

5) Различные роботы в гостиничном бизнесе являются инновацией в сфере гостеприимства, а также общественного питания. Отметим, что роботы сегодня успешно заменяют живых администраторов. Конечно же, в их обязанности пока входят только минимальные услуги, такие как: уборка, стирка, приготовление кофе. Данная индустрия со временем будет развиваться, и в будущем станет масштабной и многофункциональной. Некоторые фирменные рестораны и гостиницы уже применяют роботов, например, на стойке регистрации, при уборке помещений. Однако, современные роботы несамостоятельны, и они всегда находятся под контролем человека, важных заданий им пока не доверяют. Поэтому на данном этапе роботы — это просто особенность для привлечения внимания посетителей. [8]

6) Пластиковые карты уже давно заменили традиционные ключи в отелях. Теперь же гостиницы пошли ещё дальше и предлагают клиентам открывать номера с помощью приложений для телефона. Таким образом, при помощи обычного смартфона посетители могут осуществлять управление открыванием и закрыванием номера вместо карт-ключей. Такая система предотвращает потерю ключа, делая проживание гостей более удобным и комфортным. Некоторые элитные иностранные гостиницы даже используют в качестве разблокировки

замка отпечаток пальца посетителя. Отпечатки через каждые несколько дней удаляются с целью соблюдения конфиденциальности. [9]

7) Инновации в гостиничном бизнесе даже коснулись сфер, предназначенных для большего уюта и комфорта, который позволяет гостям управлять элементами своего номера, тем самым уменьшая физический контакт с вещами. Это умные системы управления или так называемый «умный дом». Смысл такого управления заключается в подключении всех предметов в номере к специальному приложению. Вследствие этого, с помощью приложения в современном отеле можно самостоятельно устанавливать нужную комфортную температуру воздуха в помещении (с помощью умных термостатов), дистанционно управлять освещением, шторами, кондиционером, роботизированной системой уборки, настройками телевизора, функциями матраса, музыкальным проигрывателем, кофеваркой и так далее. Вдобавок к этому, всё это гости могут сделать, даже не находясь внутри своего номера. [10]

8) Социальные сети. Немаловажным направлением в маркетинговой деятельности является продвижение и развитие гостиничного предприятия и ресторана в различных СМИ. То есть гость может зайти на сайт заведения или скачать приложение на свой телефон, и с его помощью он может управлять различными услугами (забронировать столики, заказать еду и напитки, а также узнать о каких-либо услугах и новинках). Следует отметить, что над повышением интереса к социальной сети необходимо постоянно работать, привлекать новых подписчиков, с помощью продвижения и размещения актуальной и свежей информации. [11]

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что сфера услуг играет лидирующую роль в удовлетворении потребностей общества, а расширение и улучшение диапазона услуг, прежде всего, связано с инновациями. Следовательно, инновационные стратегии являются ключевой частью стратегического управления гостиничным и ресторанным предприятием, они позволяют укрепить его конкурентоспособность, удовлетворять постоянно меняющиеся предпочтения посетителей, а также придерживаться тенденций или даже опережать их. Соответственно, инновации в гостиничном и ресторанном бизнесе нужны, в первую очередь, для того, чтобы данная сфера услуг могла беспрепятственно соперничать с конкурентами. Поскольку большинство гостей привлекают именно отели и рестораны со стильным и роскошным набором услуг. [12]

Исходя из этого, инновационная деятельность в гостинично-ресторанном бизнесе заключается в создании новых или значительном

улучшении уже существующих услуг, которые серьезно повышают эффективность действующей системы. А также внедрение прогрессивных информационных технологий, современных форм организационно-управленческой деятельности, новейших подходов к удовлетворению потребностей гостей и в освоении новых рынков.

Хотелось бы отметить, при организации инновационных процессов необходимо помнить о том, что ресурсы отелей и гостиниц ограничены, а потребности человека безграничны. Тщательно продуманная стратегия инновационного развития данной сферы, подбор нужных инструментов для развития гарантирует им конкурентоспособность, что в дальнейшем ведёт к повышению эффективности деятельности, улучшению качества предоставляемых услуг и увеличению спроса на ресторанные и гостиничные услуги. Следует подчеркнуть, что инновационная деятельность оказывает положительное влияние на эту сферу бизнеса, а именно, существенно увеличивает качественный уровень услуг гостеприимства и общественного питания, что в целом благоприятно сказывается на имидже Российской Федерации не только внутри нашей страны, но и за рубежом. [6]

Стоит заметить, что новые тенденции проявляются всё время, наращивая количество гостей, тем самым позволяя предпринимателям совершенствоваться и расширять качество предлагаемых услуг. Чем больше зарабатывают руководители бизнеса, тем лучше и качественнее становится сервис. Именно рост прибыли помогает владельцам обновлять уже существующее оборудование и внедрять новые, ещё более удобные устройства и технологии.

Однако не следует забывать, что главную роль в привлечении посетителя выполняет реклама. Также гостиницам и ресторанам следует не забывать, что какими бы ни были их инновации, владельцам гостинично-ресторанного бизнеса необходимо умело организовывать рекламу (PR-деятельность) их заведений и обстоятельно подходить к созданию сайтов, приложений, печати рекламных буклетов.

В данной статье детально изложены актуальные инновационные технологии и способы привлечения и удержания потенциальных посетителей в гостиничном и ресторанном бизнесе. С уверенностью можно сказать, что появление и развитие новейших технологий и инновационных систем способствует успеху в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Организация туроператорских и турагентских услуг: учеб. пособие для студентов заоч. формы обучения с применением дистанц. технологий специальности 080102 (060600) / сост.: М. В. Пашков, Ю. Н. Божков. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2006. - 164 с. (дата обращения: 09.04.2024).
2. Инновации в туризме: учеб. пособие / В. С. Новиков. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Академия, 2010. - 208 с. (дата обращения: 12.04.2024).
3. Гареев, Р. Р. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства и туризма / Р. Р. Гареев. — 18118. — Москва:, 2019. — 230 с. (дата обращения: 06.04.2024).
4. Теппан-шоу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://luciano-wellness.ru> (дата обращения: 11.04.2024).
5. Виртуальное меню для кафе, ресторана или гостиницы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://foodeon.com> (Дата обращения: 08.04.2024).
6. Технология обслуживания постоянных клиентов в гостинице [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://otherreferats.allbest.ru> (дата обращения: 14.04.2024).
7. QR-коды в индустрии гостеприимства: улучшайте качество обслуживания клиентов и увеличивайте доход [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myqrcards-com>. (дата обращения: 08.04.2024).
8. Роботы-сотрудники в отелях и парках: где тестируют автономные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru> (дата обращения: 12.04.2024).
9. Единая биометрическая система (ЕБС): что это и зачем это нужно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru> (дата обращения: 10.04.2024).
10. Система «Умный дом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.eldorado.ru> (дата обращения: 14.04.2024).
11. Как продвигать сайт самостоятельно и бесплатно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru> (дата обращения: 13.04.2024).
12. Ресторанный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru> (Дата обращения: 09.04.2024).
13. Инновации в гостиничном и ресторанном бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru> (дата обращения: 08.04.2024).

Белых Н.В.

*Научный руководитель: Старикова М.С., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Сегодня каждая фирма сталкивается с серьезным вызовом – укреплением своего статуса на рынке. Ключ к успешному преодолению этого испытания лежит в множестве аспектов, среди которых имидж играет весомую роль. Именно он может существенно влиять на перспективы развития любой организации. В условиях жесткой конкуренции, умение эффективно представить себя – это то, что помогает компании оставаться на виду и держаться на плаву. Имидж компании, который она имеет в восприятии рынка, складывается автоматически, вне зависимости от того, насколько активно в этом процессе участвует фирма. Создание корпоративного образа – это длительный и требующий усилий процесс, который медленно, но верно формирует восприятие о компании и значительно влияет на ее перспективы на долгие годы вперед.

Отрицательный имидж или его недоработка могут привести к утрате покупателей, падению конкурентных преимуществ и ухудшению бизнес-репутации. Поэтому перед современными предприятиями стоит важная задача – уделить внимание своему имиджу. Разработка и поддержание положительного образа требуют целенаправленных действий и продуманной стратегии. Важно провести анализ сильных и слабых сторон, четко определить миссию и ключевые ценности, а также осознавать ожидания целевой аудитории. Критически важно обладать навыками эффективного общения для того, чтобы корректно формировать желаемое восприятие и достигать целей. Выстроить прочный имидж и узнаваемость бренда возможно через разработку уникального и привлекательного корпоративного стиля, высокий уровень обслуживания клиентов, эффективные маркетинговые и PR-кампании, а также налаживание благоприятных отношений со всеми заинтересованными сторонами.

Имидж – это образ фирмы в сознании целевой аудитории. Атрибутивно имидж передается потребителю посредством сенсорных каналов – вербально, визуально и пр., но процесс его формирования является гораздо более сложным и затрагивает личностные и

мировоззренческие установки каждого отдельного потребителя в окружающей его референтной социальной среде [1].

Эффективное построение образа компании занимает ключевое место в ее бизнес-процессах, при этом значение имиджа можно оценить через спектр его функций. В роли обеспечения гарантии имидж служит своего рода залогом качества продукции, услуг и работ для потребителей, а также обещанием перспективных бизнес-отношений для партнеров и инвесторов. Функция поддержки проявляется в стимулировании спроса на новинки, которые компания предлагает рынку. Строительство позитивного имиджа, выполняя привлекательную роль, манит сотрудников, инвесторов и покупателей, предлагая им выгодные условия сотрудничества с организацией.

Имидж – это не только уникальный и узнаваемый образ, который запечатлелся в сознании потребителей, но и способствует формированию стабильного личного отношения к бренду и его продуктам [3]. В данном аспекте часто происходит смешение понятий и имидж отождествляется с самим брендом. Для некоторых людей бренд связан с положительными эмоциями и стремлением стать его покупателем, поддерживать компанию в непростые моменты, сочувствовать ее миссии и стратегиям. В то же время, для других имя бренда может вызывать совершенно иные, иногда даже негативные реакции [4].

В современной науке о маркетинге специалисты акцентируют внимание на ключевых инструментах, которые влияют на создание корпоративного образа. К ним относятся:

- фирменный стиль, который является фундаментом для формирования образа и его основным элементом;
- визуальные элементы, включающие в себя графические решения, дизайн упаковки и другие элементы, которые помогают создать уникальный образ;
- вербальные элементы, такие как тексты, написанные в соответствии с потребностями целевой аудитории;
- рекламные инструменты, которые применяются в зависимости от конкретной ситуации и способствуют возникновению положительных эмоций по отношению к бренду;
- PR-активности, включающие в себя целенаправленные действия, направленные на укрепление взаимопонимания между компанией и ее аудиторией, например, презентации, выставки, спонсорство и пресс-конференции;
- корпоративный дизайн, который представляет собой комплекс художественных и технических элементов, гарантирующих визуальное

и смысловое единство продукции, деятельности компании и информации, которую она распространяет, а также оформления ее внутреннего и внешнего пространства.

Интернет сегодня стоит в авангарде инструментов, нацеленных на формирование положительного образа компании. Важной составляющей этого процесса является неявная реклама через средства массовой информации. Одним из самых распространенных методов работы со СМИ служит пресс-клиппинг, который представляет собой отбор позитивных публикаций о компании из различных печатных изданий [2].

Позитивный имидж организации способствует формированию у потребителей доброжелательного отношения к ней и её продукции. Компании с таким имиджем обычно добиваются большего успеха на рынке: они пользуются большим доверием клиентов и воспринимаются как более надежные игроки.

Имидж организации также играет ключевую роль в сохранении лояльности уже существующей клиентской базы. Компании, которые пользуются заслуженным авторитетом, выделяются высоким уровнем уважения. Чтобы осознать значимость имиджа для компании, можно выделить следующие аспекты [5]:

1. Визуальный имидж включает в себя фирменные элементы и символику, а также корпоративный дизайн.
2. Социальный имидж – это миссия и позиционирование организации в обществе.
3. Бизнес-имидж отражает коммерческие достижения и деловое поведение компании.

В наше время невозможно переоценить весомость и актуальность имиджа для успешного функционирования и развития любой компании, особенно если речь идет о таком гиганте цифровой индустрии, как Google. Эта всемирно известная компания обладает не только безупречной репутацией, но и невероятным уровнем доверия со стороны пользователей. Можно с уверенностью сказать, что в современном обществе практически не осталось людей, которые бы не слышали о Google или не использовали бы его многочисленные и разнообразные сервисы и продукты.

Именно благодаря широкому спектру предлагаемых высококачественных продуктов и услуг, Google удерживает звание неизменного лидера среди компаний, занимающихся разработкой и предложением цифровых технологий на мировой арене. Эта корпорация стала настоящим символом инновационного подхода и качества в сфере интернет-технологий.

Крупные аудитории по всему земному шару неуклонно выбирают решения от Google, и это уже стало не просто предпочтением, а инстинктивной реакцией, сложившейся из привычки. Такой устойчивый интерес и преданность бренду — яркий пример того, как компания достигла уникального уровня в создании своего имиджа и репутации. Это, без сомнения, стало одной из основных причин ее устойчивого успеха и лидерства на рынке.

В современной экономической среде особое внимание уделяется формированию образа компании, который становится неотъемлемой частью маркетинговой стратегии каждой амбициозной фирмы. Методы и техники, которые позволяют создать и совершенствовать образ предприятия, могут быть разнообразными и зависеть от множества обстоятельств. Тем не менее, среди всех возможных подходов существуют несколько основополагающих элементов, которые формируют суть имиджа любой организации. Эти элементы — фундаментальные, они определяют общую структуру образа компании, и их тщательное исследование и анализ должны быть выполнены в первую очередь [6].

Концентрация внимания на тщательной проработке и последующем развитии этих важнейших факторов имиджа предприятия окажет существенное влияние на формирование стратегических и тактических направлений маркетинговой политики организации. Это, в свою очередь, станет краеугольным камнем для дальнейшего планирования и реализации маркетинговых инициатив. Правильно поставленные акценты в работе над имиджем помогут не только укрепить позиции компании на рынке, но и заметно улучшат общую эффективность её деятельности, что, несомненно, окажет благоприятное воздействие на репутацию и признание бренда среди потребителей и партнёров.

Таким образом, компания обязана направлять свои усилия на формирование положительного отношения к своей работе среди широкой аудитории. Важно налаживать взаимопонимание с разнообразными слоями населения, которые окружают ее. Имидж компании представляет собой своеобразный «кредит доверия», включающий в себя лояльность клиентов и, как следствие, повышенную эффективность ее работы, что отображается в прибыли, объемах продаж и других важных показателях. Клиент осознает, что компания не подведет его, не разочарует ожидания, и именно поэтому выбирает ее среди множества других конкурентов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Белобрагин, В.Я. Понятийный аппарат имиджологии как науки / В.Я. Белобрагин, В.В. Белобрагин. // Известия академии имиджологии, 2014. - № 1. – С. 15-45.
2. Зверинцев, А.Б. Формирование имиджа / А.Б. Зверинцев // Коммуникационный менеджмент. – СПб., 2017. – С. 193-198.
3. Семенова, Л.М., Имиджмейкинг: учебник и практикум для вузов / Л.М. Семенова. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 141 с. – (Высшее образование). – Текст : непосредственный.

УДК 330.322.16

Бондаренко В.С.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МИРОВЫХ ГОРОДОВ

В настоящее время высокие технологии и инновации стремительно входят в нашу жизнь. Помимо устоявшихся центров креативности и технологических инноваций, появляются мировые города, которые стимулируют рост экономики и получают признание в сфере инноваций.

Мировые города (глобальные города) являются центрами глобальной экономики и играют ключевую роль в развитии инноваций. Они обладают уникальными особенностями, которые делают их привлекательными для предпринимателей:

1. Концентрация талантов - мировые города привлекают высококвалифицированных специалистов со всего мира, создают значительный кадровый резерв для инноваций.
2. Доступ к капиталу - в мировых городах сосредоточены крупные финансовые центры, предоставляющие доступ к венчурному и инвестиционному капиталу.
3. Наличие связей с университетами и исследовательскими центрами - мировые города часто ассоциируются с ведущими университетами и исследовательскими институтами, которые проводят передовые исследования и генерируют новые идеи.

4. Развитая инфраструктура - мировые города обладают высококласной инфраструктурой (транспорт, коммуникации, энергоснабжение), которая поддерживает инновационные процессы.

5. Креативная среда - мировые города являются центрами творческих индустрий, что способствует созданию инновационных и оригинальных идей.

6. Глобальные связи - мировые города соединяют людей, компании и идеи со всего мира, что способствует обмену знаниями и дальнейшему сотрудничеству.

7. Наличие городских кластеров - во многих мировых городах существуют специализированные городские кластеры (технологические парки, биотехнологические центры), которые создают новую среду для дальнейшего сотрудничества и совместных идей.

8. Стимулы для инноваций - мировые города предлагают налоговые льготы, гранты и другие стимулы для инновационных предприятий, поощряя их создание и рост.

В 2024 г. Лондон и Нью-Йорк остаются основными центрами инноваций, привлекая ведущих представителей постиндустриальной экономики со всего мира. Лондон привлекает более 133 тыс. студентов со всего мира благодаря наличию ведущих мировых университетов, специализирующихся в различных областях знаний. Например, с 2019 года Королевский колледж искусств занимает первое место в рейтинге Quacquarelli Symonds по программе "дизайн". С 2015 по 2020 год в Лондоне наблюдается активное развитие стартапов в сфере FoodTech:

1. Harvest London – компания специализируется на разработке экологически чистой пищевой системы с применением передовых методов сельского хозяйства: гидропоника в контролируемой среде. Они также производят продукцию по запросу потребителей, тем самым уменьшая выбросы на начальном этапе производства еды.

2. Small Robot Company – компания использует роботов и искусственный интеллект для выполнения работ по посадке, удобрению и прополке сельскохозяйственных культур для того, чтобы сделать данный процесс более экономически эффективным [3].

В Нью-Йорке насчитывается более 3 тыс. венчурных фондов и инновационных организаций, а также 11 крупнейших компаний модной индустрии и 289 модных брендов, среди которых представлены такие известные марки, как Hermès, Bulgary, Prada и многие другие. Именно в Нью-Йорке впервые появились:

1. Пульт дистанционного управления – в начале 50-х г. компания Zenith представила свою новую разработку, которая получила название «Lazy Bones» («Ленивые кости»). Задача данного изобретения состояла

в том, что человеку не нужно вставать с дивана, чтобы переключить канал на телевизоре.

2. Кондиционер – впервые его изобрел молодой инженер Уиллис Кэрриер в 1902 г. Экспериментируя с воздухом через охлажденные водой катушки, пришел к созданию инновационной холодильной установки, которая очень помогла сотрудникам типографии.

3. Банкомат – в 1969 г. шотландец Джон Шепард-Баррон, вдохновившийся автоматами по продаже шоколада, создав первый банкомат АТМ (Automated Teller Machine). По началу они были без использования карточек: наличные выдавались в обмен на ваучеры, которые можно было получить в отделениях банка.

Однако именно Токио остается в центре внимания мировых городов благодаря своим достижениям в области креативных индустрий и высоких технологий. Город отличается наличием 45 ведущих университетов мира, что в вдвое превышает количество подобных учебных заведений в Лондоне и Нью-Йорке. Токио также занимает лидирующие позиции по количеству крупнейших инновационных компаний:

1. SoftBank (Vodafone Japan) – одна из крупнейших телеком-холдингов в мире, компания инвестирует в стартапы, связанные с искусственным интеллектом.

2. BitWallet – платежная система, которая предоставляет пользователям электронных кошельков производить оплату за товары и услуги и переводы денежных средств по всему миру.

3. FeliCa – бесконтактная система, которая используется в осуществлении электронных платежей с помощью смарт карты от компании Sony.

В условиях российских реалий наиболее приемлемым выступает формирование моделей инновационного развития на основе экосистемного подхода, который предполагает формирование оптимальных условий для инновационного процесса с задействованием всех структур основных субъектов инноватики (государственная власть, наука, бизнес) [1].

За последние несколько лет Москва занимает лидирующее положение в области инноваций, что говорит о постоянном стремлении города к развитию научно-технической сферы. Столица активно привлекает экспертов и инвесторов из разных стран, становясь не только экономическим центром, но и платформой для инновационных проектов.

В настоящее время в Москве действует более 100 коворкингов и два инновационных кластера (Московский инновационный кластер и

Международный медицинский кластер). В 2019 г. была создана программа поддержки иностранных стартапов «Softlanding in Skolkovo». Москва стремится стать мировым инновационным центром и активно инвестирует в развитие стартапов и технологических компаний. В рамках проекта "Moscow Seed Fund", запущенного правительством города в 2020 году, предоставляется финансирование и развитие венчурных инвестиций для малых предприятий. Венчурный фонд уже поддержал 20 проектов, включая разработчиков медицинских технологий, искусственного интеллекта и программного обеспечения.

В 2022 г. Москва вошла в число лидеров в области искусственного интеллекта, заняв 5-е место в мировом рейтинге. Развитие инновационной среды города положительно сказалось на его экономике. По данным McKinsey Global Institute, в 2020 году индустрия стартапов и высоких технологий создала около 100 тысяч рабочих мест и внесла 2,6 миллиарда долларов в валовый региональный продукт. Москва продолжает активно инвестировать в развитие своей инновационной среды, стремясь стать мировым технологическим лидером [4, 5].

Мировые города невозможно представить без инноваций. Эти мегаполисы служат центрами развития творческих и социальных процессов, а также создают благоприятную среду развития инноваций.

Привлекательность мировых городов для инноваторов не ограничивается одной из вышеперечисленных особенностей. Эти города не только являются местом для развития новых идей, но и служат средой для развития талантов, инвестиций и сотрудничества. Таким образом, мировые города играют важную роль в мировой инновационной системе. Они формируют связь экономических и интеллектуальных ресурсов, которые постоянно взаимодействуют, создавая условия для появления новых идей и продвижения человеческого прогресса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Селивёрстов Ю. И. Возможности инновационного развития регионов / Ю. И. Селивёрстов, М. В. Люлюченко // Белгородский экономический вестник. - 2019. - № 3. - С. 34-40.

2. Рейтинг инновационной привлекательности мировых городов: 2023 / В.О. Боос, Л.М. Гохберг, Р35 Е.А. Иванова и др.; под ред. Л.М. Гохберга, Е.С. Куценко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : НИУ ВШЭ, 2023. – 316 с.

3. Топ–10 инновационных FoodTech–стартапов из Великобритании: [Электронный доступ]. URL: <https://rb.ru> (Дата обращения: 01.04.2024).

4. Москва вошла в топ-10 мировых мегаполисов по инновационной привлекательности: [Электронный доступ]. URL: <https://innoagency.ru> (Дата обращения: 01.04.2024)

5. Сергей Собянин: Москва вошла в топ-10 мировых мегаполисов по инновационной привлекательности: [Электронный доступ]. URL: <https://www.mos.ru> (Дата обращения: 02.04.2024)

УДК 316.354:351/354

Брижанева М.А.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АНДРАГОГИКА И АСПИРАНТУРА, В АСПЕКТЕ УПРАВЛЕНИЯ

В современных условиях, связанных с широкими масштабами развития научно-технического прогресса к человеку, как профессионалу выдвигается ряд требований, которые сопровождаются с гибкостью, способностью к мобильным трансформациям и постоянным обновлением своих возможностей и компетенций. Если поколения Z и Alpha, готовы впитывать, обрабатывать и усваивать огромные объемы информации, то остальным поколениям на помощь приходит андрагогика. Андрагогика- педагогика для взрослых, термин введенный в 1933 году немецким учителем Александром Капп. [3]

В данной статье хочется рассмотреть андрагогику и аспирантуру, в контексте социологии управления. Данная тема с каждым днем набирает обороты актуальности и популярности. Подготовка научных и научно-педагогических кадров, ступила на новую ступень, реализуя программы аспирантуры через федеральные государственные требования. Что повлекло переход к научной деятельности от образовательной, по большей части. Современная научная школа предъявляет к аспирантам ряд требований и ожиданий, а конкуренция в научной сфере становится жесткой. [2]

Выявляя взаимосвязь андрагогики и аспирантуры в контексте управления, можно выделить главное, это общая цель, которая заключается в обучении взрослых. Объединяет их и необходимость управления самим процессом.

В области управления андрагогика центрируется вокруг создания среды, способствующей самообразованию взрослых. В рамках андрагогики, ученик — рассматривается как индивидуум, чья личность складывалась под влиянием предыдущего опыта. В процессе обучения взрослый получает новый опыт: сравнивает то, как он действовал раньше, с тем, как ещё можно действовать. В этом контексте управление обучением включает в себя создание условий для обучения, выбор подходящих методов и техник, а также обеспечение обратной связи и поддержки. [4]

Рассматривая аспирантуру, со стороны подготовки научных, научно педагогических кадров, можно отметить, что она стоит более структурированного подхода к управлению. Это проявляется через призму выбора научного руководителя, определение темы научного исследования, планирования и выполнения исследовательской работы, а также подготовку и защиту диссертации. Следовательно, выстраивается прямая координация между аспирантом и научным руководителем, управлением процессом исследования и обеспечением соответствия академическим стандартам.

Рассмотрим корреляцию подготовки кадров высшей квалификации и андрагогики в Таблице 1.

Таблица 1 – Корреляция ПКВК и андрагогики

Аспирантура	Андрагогика
Обучение научным методам	Применение андрагогических принципов в образовании взрослых
Проведение научных исследований	Изучение возрастных, психологических и педагогических особенностей взрослых
Получение ученой степени	Преподавание взрослым с учетом андрагогических принципов
Развитие научной карьеры	Разработка образовательных программ для взрослых, с учетом их потребностей и особенностей

Анализируя принципы взаимосвязи, изложенные в Таблице 1, можно сделать вывод об интеграции аспирантуры и андрагогики, как звеньев одной цепи.

Андрагогический подход в образовательной деятельности со взрослыми, в том числе и в аспирантуре, отличается от традиционных методик обучения, основываясь на принципах самостоятельности, практической значимости получаемых знаний, опыта. Важным аспектом является распознавание и одобрение научным руководителем знаний и умений аспиранта, являющимися ресурсом в научной среде.

Но без активной вовлеченности и заинтересованности в процесс самого аспиранта роль научного руководителя, как наставника бессмысленна.

С внедрением технологий проектной деятельности аспиранты, работающие над научными или прикладными разработками, могут принимать участие в научных исследованиях и решении проблем, которые имеют практическую значимость, активно участвуя в консорциумах, дискуссиях и круглых столах, при этом обмениваясь идеями и опытом с другими исследователями и экспертами в области своих научных разработок.

Международная мобильность и образование внешних связей в области сотрудничества молодых ученых, обусловлена осведомленностью, о необходимости налаживать профессиональные контакты, которые так же могут принести полезные плоды, в области научных исследований. [1]

Интеграция андрагогики и аспирантуры, в аспекте управления способствует стремительному прогрессу на пути к инновациям и модернизации научной среды, независимо от того, что это университет, институт или академия. Ведь на пути к призванию ученого, эксперта или лидера в своей области встречается множество как внутренних, так и внешних противоречий. В целом, наука в России продолжает развиваться, адаптируясь к новым вызовам и возможностям XXI века.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Армстронг М., Практика управления человеческими ресурсами / пер. с англ. Под ред. С.К. Мордовина, – 10 издание, СПб., Питер .2010. С. 267- 345.
2. Брижанева М.А. Аспирант, как объект исследования в социологии управления. // Сбор. докладов Межд. научно-тех. конференции молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова. Ч. 17. — Бел., — 2023 — с. 208-211.
3. Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б. М. Бим-Бад; редкол. М. М. Безруких, В. А. Болотов, Л. С. Глебова и др. — М.: Большая Российская энциклопедия, 2008.

АНАЛИЗ МАССОВОГО ОТТОКА АКТИВНОЙ МОЛОДЕЖИ В ДРУГИЕ РЕГИОНЫ

В современном обществе актуальными становятся проблемы, связанные с оттоком населения из отдаленных регионов, таких как Сибирь и Дальний Восток. Этот миграционный процесс негативно сказывается на экономическом и социальном развитии данных территорий, а также создает дополнительные вызовы для страны в целом.

Особенно беспокойство вызывает массовый уход из этих регионов талантливых и перспективных людей, которые являются двигателями инноваций, развития и прогресса. Причем преимущественно уезжают молодые люди в возрасте 15–45 лет, их доля составляет около 60–65% от общего числа выбывших в рамках межрегиональной миграции. Процесс оттока приводит к дополнительным экономическим и социальным проблемам в регионах, которые уже сталкиваются с вызовами неравномерного развития, демографического кризиса и низкой привлекательности для молодежи.

В этой статье пройдет анализ экономических и социальных факторов, оказывающих влияние на усиливающийся отток населения из Сибири и Дальнего Востока в другие регионы страны. Будут рассмотрены причины такого явления, его последствия и возможные пути решения данной проблемы, направленные на укрепление территориальной устойчивости и создание условий для устойчивого развития, и процветания указанных регионов.

На постсоветский период, численность населения страны уменьшилось на 1,2%, при этом численность жителей Сибирского макрорегиона – на 12%, а Дальневосточных территорий – на 29% [1].

Миграционные процессы обычно связаны с определенными трудностями, которые возникают в обществе и порождают миграционные потоки. Определим основные причины оттока населения из рассматриваемых регионов.

Причинами миграционных процессов чаще всего выступают экономическая ситуация в отдаленных от центра регионах, слаборазвитая социальная поддержка, экологические проблемы неразвитость инфраструктуры и другие факторы. Эти условия могут

приводить к тому, что люди вынуждены покидать свои родные места и искать лучшую жизнь в других регионах или странах.

Казалось бы, в этих регионах со стороны экономики идет успешное развитие. Там собрана большая часть природных ресурсов России. Запасы угля, платины, золота, огромные запасы пресной воды, потенциально могут обеспечить повышение благосостояния и уровня жизни населения. Количество вакантных рабочих мест в регионе в десятки и даже сотни раз превышает официальную численность безработных. Кадровая политика предусматривает определенные стимулы, привилегии и льготы. Дальневосточный гектар, льготные ипотеки и субсидированные перелеты, но всё это и многое другое не обеспечивает демографического прироста [2].

Может быть дело в экологии и развитости инфраструктуры? Действительно, на рассматриваемых территориях, хромает качество среды проживания и жилищные условия. Высокая загрязненность окружающей среды, доля людей с алкогольной и наркотической зависимостью, как распространение курения заметно превышает среднероссийский уровень. Это конечно сильно влияет на миграционные потоки, но также является не главным фактором оттока.

Очевидно, что все факторы миграции с этих территорий нельзя свести к одному или двум отдельным показателям социально-экономического развития. В противном случае они уже давно были бы установлены и отток населения из региона прекращён. Однако проблема остаётся нерешённой и продолжает привлекать внимание исследователей.

С 1991 года множились программы, которые не меняли ситуацию, в связи с тем, что были поверхностны, направлены на быстрый результат, а не подразумевали системного развития и глубокого анализа территории. Проблема заключается в том, что все стратегии экономического развития твердят о повышении уровня развития региона за счет освоения его природных богатств, однако ничего не говорится о том, как именно предполагается привлечь население. Например, в «Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на период до 2025 г.», одним из основных направлений названо «повышение инвестиционной привлекательности регионов Дальнего Востока, Сибири, приграничных и стратегически важных территорий с целью создания необходимой для переселения социальной и транспортной инфраструктуры». Кроме того, особые “дальневосточные” разделы были выделены в 27 различных госпрограммах [3].

На сегодняшний день ни одна из мер и программ, предложенных

для сокращения миграционного оттока населения, не обладает комплексной системой мер и четкой программой действий, способных обеспечить устойчивое демографическое развитие.

Низкие доходы, проблемы с трудоустройством и самореализацией, качества жизни провоцируют демографические трудности в Сибирском макрорегионе, которые в итоге могут привести к депопуляции территории, что является стратегическим внешнеполитическим риском для страны.

Как известно, миграция – сложный процесс, в котором можно выделить несколько этапов [4]. Чтобы управлять им, необходимо знать, каким образом и у каких групп населения формируются миграционные намерения, установка на миграцию. Согласно исследованию проведенному в [5] спектр причин миграции, которые дают миграционную убыль населения, большой и довольно расплывчатый. Такое распределение может показать, что ныне, как в советские времена, россияне постоянно приезжают в отдаленные районы на заработок, но, скопив достаточное количество денег, предпочитают уехать на прежнее место, или в столицу или в регион с наиболее комфортным природным климатом. Иностранцы же мигранты не интегрируются в местное сообщество и возвращаются домой.

В силу сложившегося в данное время особенностей демографического развития, миграционная политика должна играть ключевую роль его социально-экономической стабильности. Отдаленные регионы, должны стать приоритетом национального масштаба. Должно происходить стратегическое целеполагание, в которое встраиваются различные виды деятельности. А не действовать на свой страх и риск.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Экономике Сибири может подрвать массовый отъезд населения // Независимая газета URL: <https://www.ng.ru> (дата обращения: 15.05.2024).

2. Авдеев Ю.А. Дальний Восток: как остановить отток населения и сделать его привлекательным? (полемиические размышления) // Уровень жизни населения регионов России. 2021. Том 17. №3. С. 299–313.

3. Официальный сайт Министерства Российской Федерации по развитию Дальнего Востока и Арктики. <https://minvr.gov.ru> (дата обращения 13.05.2024)

4. Рыбаковский, Л.Л. История и теория миграции населения. Кн. 3: Теория трёх стадий миграционного процесса. М.: Экон-Информ, 2019.

5. Рязанцев, С. В. Миграция в контексте демографического развития российского Дальнего Востока / С. В. Рязанцев, Е. М. Моисеева // вестник российской академии наук. - 2022. - №2. - С. 150-161.

УДК 314.15

Буцких Е.Г.

*Научный руководитель: Балабанова Г.Г., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПЛАН «ОСТ»: ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В. И. Ленин писал, что политика является отражением экономики. Она проявляется через общественные отношения, столкновение интересов различных классов, различных социальных групп как внутри одной страны, так и между различными государствами. Германский монополистический капитализм пытался решить свои противоречия посредством захвата чужих территорий, источников сырья, дешевой рабочей силы.

С целью захвата территории СССР были разработаны два плана «Барбаросса» и «Ост». Главной целью второго плана было биологическое уничтожение, разобщение русского народа (под русским понимались все народы, населявшие территорию РСФСР).

Согласно данному плану, предлагалось следующее.

1. Политика обезлюживания, уничтожение целых рас.
2. Политика порабощения. Угон населения (Рис. 1). Всего с оккупированных территорий в рабство было угнано 5,27 млн человек. На захваченной территории от Волги до Урала планировалось строительство концлагерей на территории от.

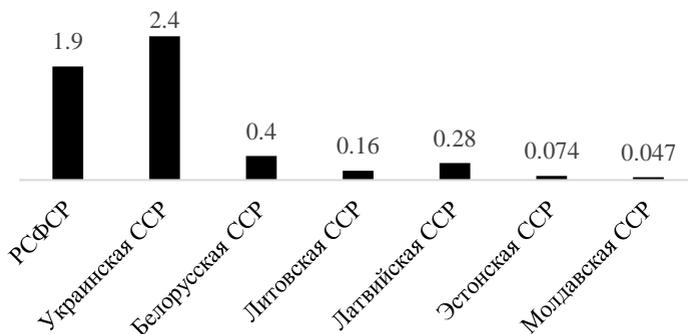


Рис 1. Численность угнанных с оккупированных территорий, млн человек

3. Политика сокращения рождаемости. Использовать средства массовой информации для внушения одной мысли: детей иметь вредно и невыгодно. Развернуть пропаганду использования противозачаточных средств, безболезненных аборт, свести на нет педиатрию, не обучать уходу за детьми, пропагандировать добровольную стерилизацию.

4. Лишения доступа народа к здравоохранению. Сокращение до минимума лечебных учреждений, прекращение подготовки специалистов в данной области.

5. Лишение доступа к образованию, культуре. «Подорвать силу народа», уничтожив «носителей духовности, знаний и творчества в области политики и экономики, науки и техники, культуры и искусства, исторической памяти» [1]. Лишить народ доступа к образованию, он должен уметь только читать и писать. «Ни в коем случае не следует давать местному населению более высокого образования. Если мы совершим эту оплошность, мы сами породим в будущем сопротивление против нас» [1].

6. Раздел территории страны на несколько государств по национальному признаку, что ослабит и разобьет русский народ.

7. Предполагалось превратить Украину в национал-социалистическое государство, враждебно настроенное по отношению к России. Украине отводилась роль сырьевого донора.

8. Политика переселения и онемечивания захваченной территории.

Согласно документу «Замечания и предложения «Восточного министерства» по генеральному плану «Ост» от 27 апреля 1942 года, в течение 30 лет после окончания войны онемечиванию подлежали территория Польши, Прибалтики, Ингерманландии (Ленинградская и Псковская области) территории Украинской, Белорусской ССР, РСФСР до Урала (Рис. 2). Планировалось заселить эту территория 31 млн

населения немецкого происхождения, численность же местного населения на всей этой территории не должна была сократиться до 14 млн человек [2].

В мае 1942 года уже были готовы сметы по обустройству этих территорий. На эти цели из имперского бюджета планировалось выделить 15,67 млрд рейхсмарок [3].

Разработчики плана предполагали, что на первом этапе онемечивания «невозможно отказаться от сотрудничества с коренным населением ..., создаваемый на этом пространстве народный порядок должен быть нацелен на умиротворение местных жителей» [4], что подразумевало «переселения прежних обитателей на другие колхозные и совхозные земли с одновременным предоставлением им права пользования земельными угодьями... по принципу личных заслуг» [4].



Рис. 2. Карта «оккупированных» территорий для переселенцев [3]

Однако позже в план были внесены изменения относительно местного населения.

Под «онемечивание» или же расовое «обновление» (Umvolkung) в соответствии с аспектами «нордического типа» подходили литовцы, эстонцы и латыши вследствие того, что они воспитывались в европейском духе и усвоили ценности европейской культуры, к тому же на них можно опереться в плане поддержки плана и управления широкими землями на Востоке.

Если еврейский вопрос возможно было решить, то в отношении ряда славянских народов возникали проблемы. Например, уничтожение поляков было бы осуждено мировым сообществом и это легло бы тяжким бременем на немецкий народ. «Такое заключение отяготило бы на нескончаемые эпохи совесть германского народа и лишило бы нас симпатии всех, иные примыкающие с нами народы начали бы бояться, собственно, что в одно великолепное время их поймет та же участь» [4], поэтому предлагалось приглашать переселить часть поляков в Южную Америку.

Согласно данному плану в Сибирь следует переселить 65 % западных украинцев, 75 % белорусов, 50 % чехов. Переселение российских народов затратно, поэтому предложено два пути. Путь первый - путь «подрыва биологической силы народа» путём мероприятий, приводящих к снижению рождаемости. Путь второй - «Фабрики смерти».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Дашичев, В.И. Генеральный план «ОСТ» и современность. – URL: <https://cyberleninka.ru> [дата обращения: 04.05.24]
2. Дашичев, В. И. Банкротство стратегии германского фашизма. Исторические очерки, документы, материалы. Т.1. / В.И. Дашичев. М.: Изд-во «Наука», 1973. – 768 с. URL: <https://djvu.online> [дата обращения 19.04.24]
3. Генеральный План «ОСТ» - правовые, экономические и территориальные основы обустройства на Востоке. От 28 мая 1942 г. – URL: <https://drive.google.com> [дата обращения: 16.04.24]
4. Project for The New American Century. Statement of Principles. Wash (DC). 1997. 03.06.
5. Балабанова, Г.Г. Демографические проблемы РФ в ракурсе третьего демографического перехода // В кн.: Общество и власть: социально-экономические аспекты и публичная политика. Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2020. – С. 104-120.

УДК 519.688

Валиева Э.Р.

*Научный руководитель: Бурганов Р.А., д-р экон. наук, проф.
Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ПЛАНИРОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

Процессы планирования в электроэнергетике представляют собой сложную систему, включающую в себя анализ текущего состояния энергосистемы, прогнозирование будущего спроса на электроэнергию, определение потребности в строительстве новых электростанций и расширении существующих, разработку эффективных схем электроснабжения, а также планирование загрузки и распределения энергии.

Анализируя ключевые задачи в области электроэнергетики, важно обратить внимание на обеспечение надежности системы, повышение безопасности энергосистемы, оптимизацию ресурсов, уменьшение потерь электроэнергии, улучшение энергоэффективности и соблюдение стандартов качества обеспечения электроэнергией [1].

Для успешного планирования необходимо учитывать различные факторы, такие как изменения в потреблении электроэнергии, возможные сбои в работе энергосистемы, политические и экономические факторы, а также технологические инновации. Планирование в электроэнергетике требует использования современных методов и инструментов, таких как компьютерные моделирования, математические алгоритмы и системы управления.

Эффективное планирование в электроэнергетике является важным аспектом в сохранении стабильности энергосистемы, стабильного и устойчивого развития отрасли, а также в обеспечении потребностей жителей в электроэнергии. Ответственность за проведение планирования лежит на специалистах в области энергетики, которые должны иметь глубокие знания и опыт работы в данной сфере.

На сегодняшний день энергетическая отрасль имеет особо важное значение в обеспечении устойчивого развития современного общества. Постоянный рост потребления электроэнергии требует от компаний электроэнергетики постоянного совершенствования своих процессов планирования и управления. В этом контексте использование

современных методов и технологий является необходимым условием для эффективной работы отрасли.

Важным аспектом при оптимизации процессов планирования в электроэнергетике служит использование математических моделей и методов. Моделирование спроса на электроэнергию, прогнозирование производства электроэнергии, оптимизация распределения ресурсов - все это важные задачи, которые можно решить с помощью современных математических методов, таких как линейное программирование, динамическое программирование, теория очередей и др [2].

Далее подробнее рассмотрим пример модель построения спроса на электроэнергию в нашей стране.

Проведено исследование российского рынка энергоресурсов с использованием статистических данных. Для анализа использовались информация о производстве электроэнергии, добыче и экспорте энергоресурсов (нефти, газа), ценах на ресурсы, доходах населения и индексах инфляции. Рассматривались данные за 4 года с 1999 по 2002 годы. Для учета инфляции цены были скорректированы. Также было проведено преобразование натуральных единиц потребления в условные единицы.

Для учета влияния инфляции цены на энергоресурсы в модели делятся на индекс инфляции:

$$P_t^{\text{отн}} = \frac{P_t}{P_{\text{баз}}} / \text{ИИ}_t,$$

где P_t – цена ресурса в месяц t ($t = 1,48$);

ИИ_t – индекс инфляции в месяц t относительно базового уровня – января 1999 года;

$P_{\text{баз}}$ – цена ресурса в январе 1999 года.

Аналогичное преобразование проводится для доходов населения:

$$I_t^{\text{отн}} = \frac{I_t}{I_{\text{баз}}} / \text{ИИ}_t,$$

где I_t – доход населения в месяце t ($t = 1,48$);

$I_{\text{баз}}$ – доход населения в январе 1999 года.

Пересчет объемов потребления всех энергоресурсов в условные единицы является важным этапом стандартизации. Это позволяет уравнивать различные виды топлива и определить их эквивалентность. В качестве единицы условного топлива принимается 1 кг топлива с

теплотой сгорания 7 000 ккал/кг (29,3 МДж/кг). Соотношение между условным и натуральным топливом выражается формулой:

$$Q_y = \frac{Q_H^P}{7000} \times Q_H = \Xi \times Q_H,$$

где Q_y – масса эквивалентного количества условного топлива;

Q_H – масса натурального топлива;

Q_H^P – низшая теплота сгорания данного натурального топлива (ккал/кг или ккал/м³);

$\Xi = Q_H^P / 7000$ – калорийный эквивалент, эффективность.

Значение коэффициента эффективности в России принимают равным для нефти 1,4; природного газа 1,2; электроэнергии 1. Преобразование проводилось по следующим формулам: $Q_i = \Xi_i \times q_i$, $P_i = p_i / \Xi_i$, где q_i и p_i – количества и рыночные цены соответственно, Ξ_i – коэффициенты эффективности. Исследование графиков динамики рядов Q_1 , Q_2 , Q_3 , Q и их автокорреляционных функций позволяет выявить линейный тренд и сезонные колебания с периодом в 12 месяцев.

В связи с этим перед тем, как провести следующий анализ из рядов сезонная компонента была исключена.

Применение МНК привело к следующей модели обобщенного спроса на энергоресурсы:

$$\hat{Q} = 3999669758 \times P - 2882228920 \times I + 213927264595 + SN,$$

где SN – сезонная компонента.

Модели, описывающие динамику долей нефти (S_1), природного газа (S_2), электроэнергии (S_3), имеют вид:

$$S_1 = 0,000184 - 0,0000001 \times P_1 + 0,00000 \times P_2 + 0,000008 \times P_3 - 0,000013 \times I + SN_1.$$

$$S_2 = 0,471209 - 0,006083 \times P_1 + 0,004894 \times P_2 - 0,008226 \times P_3 + 0,000567 \times I + SN_2.$$

$$S_3 = 0,528607 + 0,006083 \times P_1 - 0,004899 \times P_2 + 0,008218 \times P_3 - 0,000554 \times I + SN_3.$$

Анализ показал наличие линейного тренда и сезонных колебаний. Модель обобщенного спроса на энергоресурсы считается статистически значимой. Рассчитанные эластичности долей энергоресурсов по ценам показывают, что изменение цены на один вид ресурса не сильно влияет на долю другого. Однако использование средних цен могло исказить

результаты. Модель не учитывает зависимость между ценами на нефть, газ и электроэнергию, что может привести к неточным прогнозам [3].

Использование цифровых технологий – следующий важный аспект облегчения процессов планирования. Современные системы управления энергетикой позволяют собирать и анализировать огромные объемы данных о производстве и потреблении электроэнергии, что позволяет компаниям эффективно управлять своими ресурсами и принимать обоснованные решения.

Далее рассмотрим такой аспект как учет рисков и неопределенности. В условиях изменяющейся экономической ситуации, изменений в законодательстве и рыночной конъюнктуре важно иметь систему планирования, которая учитывает возможные риски и позволяет разрабатывать адаптивные стратегии.

Упрощение процессов планирования в электроэнергетике является ключевым аспектом обеспечения эффективной работы отрасли. С использованием современных методов и технологий, таких как аналитика данных, искусственный интеллект, машинное обучение, можно значительно повысить эффективность процессов планирования, увеличить стабильность работы энергосистемы, минимизировать потери и улучшить качество предоставляемых услуг [4].

Применение анализа данных в данной сфере позволяет раскрывать скрытые закономерности и тенденции, делать прогнозы по энергопотреблению. Это позволяет оптимизировать загрузку энергосистемы в зависимости от спроса, улучшить планирование производственных мощностей и расходов энергоресурсов.

Использование искусственного интеллекта и машинного обучения позволяет автоматизировать процессы принятия решений, повысить точность прогнозов и оптимизировать распределение власти. Такие технологии позволяют учитывать множество переменных и условий, что делает процесс планирования более гибким и адаптивным к изменяющимся условиям [5].

Поэтому современные методы и технологии играют важную роль в облегчении процессов планирования в электроэнергетике, что способствует повышению эффективности отрасли, обеспечению стабильности и надежности электроснабжения. Внедрение современных методов и технологий в процессы планирования в электроэнергетике необходимо для эффективного функционирования отрасли.

Математическое моделирование, информационные технологии, учет рисков - все эти компоненты в совокупности позволяют электроэнергетическим компаниям принимать обоснованные решения

и успешно функционировать в условиях современного рынка энергетики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Диагностика и механизмы повышения энергетической безопасности России / Куклин А. А., Мызин А. Л., Пыхов П. А., Потанин М. М. // Вестник Забайкальского государственного университета. — 2023. — №10. — С. 134–149.
2. Система и проблемы управления развитием электроэнергетики России / Волкова Е. Д., Захаров А. А. Подковальников С. В., Савельев В. А., Семенов К. А., Чудинова Л. Ю. // Проблемы прогнозирования. — 2022. — №4. — С. 53–65.
3. Эйфельд М.А. Эконометрическое моделирование спроса на энергоресурсы в России. Вестник ВолГУ. Серия 9. Вып. 6. 2019.
4. Баринов В.А. Перспективы развития электроэнергетики России на период до 2030 г. — М.: Изд-во ИНП РАН, 2023. — 33 с
5. Тарасенко, В.В. Генетический алгоритм выбора распределённой генерации / В.В. Тарасенко // Вестник ЮУрГУ. Серия «Энергетика». – 2019. – Вып. 13. – №14(190). – С. 15–19.

УДК 339.977

Вараксина А.В.

*Научный руководитель: Юденко М.Н., д-р экон. наук, доц.
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург, Россия*

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА КАК СЛЕДСТВИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Актуальность статьи определяется все возрастающим влиянием процессов глобализации на развитие и усугубление глобальных проблем человечества.

Определим понятие глобализации, из которого будем исходить в данной статье. Глобализация представляет из себя всемирный процесс интеграции государств и народов в различных областях общественной жизни: экономика, политика, социальная, духовная и правовая сферы. Данное явление сопровождается переходом на новый качественный уровень развития общества.

В 21 веке процессы глобализации стали неотъемлемым условием существования мирового сообщества. В настоящее время сложно

представить развитие государств и стран без международного разделения труда, свободного обмена товаров и услуг, торговли, взаимодействия с использованием передовых коммуникационных технологий и т.д. [1].

Однако, говоря про глобализацию, нельзя не сказать про неоднозначность и противоречивость данного процесса. С одной стороны, подобный феномен, способствует эффективному разделению труда, научно-техническому прогрессу, развитию свободной торговли, сокращению уровня безработицы за счет создания новых рабочих мест транснациональными корпорациями, увеличению конкуренции, ведущей к улучшению качества выпускаемой продукции и т.д.

С другой стороны, процесс глобализации усугубляет неравенство между развитыми и развивающимися странами, ведет к росту нелегальной миграции, способствует закрытию локальных производств, не выдерживающих конкуренции с ТНК, создает угрозу дестабилизации финансовой сферы и увеличения государственного долга; приводит к стандартизации культурных ценностей и традиций и т.д. Самой же острой и требующей своего незамедлительного решения проблемой, возникающей под действием процессов глобализации, является развитие глобальных проблем человечества [2].

На сегодняшний день под глобальными проблемами человечества понимается совокупность проблем, решение которых возможно лишь в рамках мирового сотрудничества. Данные проблемы носят планарный характер, являются объективным следствием развития общества и затрагивают интересы всех государств и народов. Самое важное то, что их решение связано с вопросом сохранения цивилизации.

В рамках данной статьи автором будет рассмотрен и проанализирован ряд важнейших глобальных проблем, а также предложены возможные пути их преодоления. Речь пойдет о таких проблемах как угроза экологического и демографического кризисов, международного терроризма, проблема «Север-Юг», массового распространения наркомании и венерических заболеваний.

Перед разъяснением вышеперечисленных проблем автор считает целесообразным пояснить связь глобализации и глобальных проблем человечества, из которой он исходил при проведении анализа.

Естественно, о линейной связи глобальных проблем и глобализации говорить не совсем правильно, нужно понимать, что их возникновение и развитие является и следствием других обстоятельств. Однако глобализация оказывает то или иное влияние на все обозначенные автором проблемы. Для установления подобного влияния рассмотрим логическую цепочку.

Среди основных причин возникновения глобальных проблем можно выделить: резкое увеличение численности населения планеты и масштаба расходования природных ресурсов, научно-технический прогресс, активная деятельность по освоению космоса, создание оружия массового уничтожения, усугубление неравенства между развитыми и развивающимися странами и т.д. В свою же очередь, глобализация является одной из причин возникновения данных обстоятельств.

В-первых, глобализация неразрывно связана с научно-техническим прогрессом. Во-вторых, новые технологии, средства коммуникации, созданные благодаря процессам глобализации ведут, соответственно, к увеличению расходования природных ресурсов, созданию передового оружия и проведению требующих высокотехнического оборудования операций по освоению космоса. В-третьих, уже упомянутая автором связь неравенства стран и глобализации, усугубляемая неравным доступом к достижениям от данного процесса. В-четвертых, нельзя не сказать, что именно из-за процессов глобализации все локальные проблемы государств и народов приобретают характер глобальных.

Таким образом, мы наблюдаем следующую ситуацию, процессы глобализации являются причиной обстоятельств, являющихся основой для возникновения глобальных проблем человечества.

Автор статьи переходит к анализу такой глобальной проблемы как экологический кризис. Данный кризис подразумевает собой угрозу глобального потепления, возникновения парникового эффекта; появления озоновых дыр; загрязнения атмосферы, вод мирового океана; деградации растительного покрова; резкого сокращения лесных площадей и т.д.

Вышеобозначенные факторы являются серьезными вызовами существования всего человечества. Их преодолению, по мнению автора, может способствовать создание экологических источников энергии и топлива; развитие безотходных производств; рациональное использования природных ресурсов; озеленение населенных пунктов; создание заповедников и заказников; ужесточение наказаний за экологические правонарушения и преступления и т.д.

Глобальная проблема демографического кризиса включает в себя два аспекта. Первый аспект связан с неконтролируемым увеличением численности населения во всем мире, второй – с неравномерностью расселения людей по планете. Данные аспекты являются значительными угрозами для всего человечества. Перенаселение земного шара может привести к истощению всех природных ресурсов

планеты. Неравномерность рассеяния людей препятствует же развитию территорий, ресурсы которых также могли бы быть задействованы для экономического развития стран.

Решение данных проблем, по мнению автора, возможно при условии проведения каждым государством эффективной демографической политики, направленной на регулирование рождаемости, миграционных процессов в государстве. Также, по мнению автора, будет целесообразно создать специальный орган, который бы на мировом уровне регулировал внутреннюю и внешнюю миграцию, следил за уровнем рождаемости и смертности, способствовал равномерному расселению людей по планете.

Согласно определению, терроризм представляет из себя незаконные, насильственные действия лица или группы лиц, направленные на достижение поставленных целей, результатов. Международный терроризм является одним из видов терроризма, наряду с психологическим, религиозным, этическим, кибертерроризмом и т.д. Международный терроризм — это уже не просто акт насилия, а серьезная угроза существованию человечества. Как правило, состав международных террористических организаций интернационален, а сфера его деятельности имеет широкие геополитические параметры.

Среди причин развития международного терроризма можно выделить: дифференция стран по уровню развития и качества жизни; доступность и широкое распространение оружия; обострение внутрисоциальных и международных конфликтов и др.

Решение проблемы международного терроризма потребует от каждого государства проведения, в первую очередь, внутрисоциальной антитеррористической политики, улучшения оснащённости местных правоохранительных органов и т.п. С целью борьбы с международным терроризмом на мировом уровне автор статьи предлагает создать мировое сообщество или объединение стран для противостояния международному терроризму, усиления мирового контроля над производством и распространением оружия.

Проблема «Север-Юг» — это проблема отсталости развивающихся стран и передового, резко выделяющегося на фоне южных стран, развития северных. Основные причины подобной дифференции: «демографический взрыв» в южных странах; массовая неграмотность населения подобных стран; невыгодное территориальное положение и недостаточность природных ресурсов; ограниченный доступ к передовым технологиям; миграция населения из данных районов и т.д.

Оказание развитыми странами гуманитарной помощи развивающимся, предоставление им необходимых технологий и квалифицированных кадров, а также установление справедливых торговых отношений между ними может способствовать решению проблемы «Север-Юг».

Обострение социального неравенства, бедность части населения, увеличение уровня безработицы, распространение проституции, доступность приобретения наркотиков привели к тому, наркомания и венерические заболевания приобрели чрезвычайно массовый характер и стали глобальными проблемами человечества, которые требуют своего решения.

В заключении отметим, что преодоление вышеобозначенных проблем кроется в проведении эффективной молодежной политики, различных профилактических мер и ужесточении наказаний за потребление, хранение и сбыт наркотиков и психотропных веществ, проституцию. Стоит отметить, что уменьшение количества заболеваний от подобных болезней связано, в свою очередь, с решением экономических и демографических проблем современности.

Таким образом, можно заключить, что глобальные проблемы современности являются одним из следствий глобализации и незамедлительно требуют своего решения [3].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Плотникова Ольга. Глобализация и регионализация, их влияние на международное сотрудничество регионов государств / Ольга Плотникова, Ольга Дубровина // Власть. — № 2. — 2013. — С.135-136.

2. Тарасенко, Е. С. Влияние процессов глобализации на мировую экономику / Е. С. Тарасенко // Молодой ученый. — 2019. — № 26 (264). — С. 389-392.

3. Эриашвили Н.Д. Глобальные проблемы человечества и пути их решения / Н.Д. Эриашвили, Ю.А. Иванова, Т.В. Радченко // Вестник Московского университета МВД России — 2021. — № 1. — С. 36-42.

*Варламов П.П., Бакланова П.М., Сергеев Е.П.
Научный руководитель: Кочина С.К., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ

ESG – это аббревиатура на английском языке, означающая лучшие практики по экологическим, социальным и управленческим вопросам. Помимо того, что компании связаны с качеством обслуживания, что касается социальной и экологической ответственности и корпоративного управления, с помощью ESG-трансформации они также становятся более привлекательной и безопасной мишенью для возможных инвестиций и кредитных линий, именно потому, что, в настоящее время, большая часть инвесторов принимают во внимание последствия, которые предприятия создают в мире [1].

Как следует из названия, ESG основывается на трех основных принципах анализа: факторы окружающей среды, социальные факторы и факторы управления.

Основа окружающей среды – акроним «E» – анализирует, как предприятия воздействуют на окружающую среду, то есть, если есть действия по предотвращению глобального потепления, снижению выбросов углерода и загрязнения воды, отходов, инвестиции в создание экологически чистой энергии, соблюдение принципов зеленой экономики.

Основа социального фактора – акроним «S» – обозначает, как предприятие придерживается социальной ответственности, то есть, как оно совершает действия в интересах сообщества, с акцентом на инклюзивный рост, а также в интересах собственного персонала. Эти действия связаны с уважением Прав Человека, защитой данных и конфиденциальности, активным участием в общественной жизни, инклюзии и разнообразии в команде и т.д. [2].

Элемент управления «G» – это политики управляющей компании, которые указывают, что они должны ориентироваться на соблюдение правовых норм, с акцентом на прозрачность, и, что, внутренне, они должны поддерживать действия по борьбе с коррупцией, эффективный аудит, хорошие каналы связи, среди других инициатив. Руководство этих трех аспектов имеет все решающее значение для любой

организации, которая желает сохранить стоимость в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Сегодня ESG-трансформация, то есть соблюдение и реализация экологических, социальных и управленческих принципов характерны для многих промышленных предприятий, так как именно промышленный сектор является своеобразным фундаментом для устойчивого развития национальной и региональной экономик, для покрытия потребностей в технике и технологиях, достижения технологического суверенитета и пр. В данном контексте исключением не является и машиностроительная отрасль, являющаяся «локомотивом» развития промышленного сектора. Рассмотрим принципы ESG-трансформации на примере отечественных машиностроительных предприятий.

Руководители таких заводов придают большое значение программам социальной защиты для своих сотрудников. Они считают, что инвестирование в человеческий капитал – лучшая стратегия, поэтому выделяют ресурсы на обучение. Например, на «Пушкинском машиностроительном заводе» в течение двух лет проводится обучение настройщиков станков с ЧПУ. По итогам в некоторых случаях наблюдается снижение затрат на серийное производство на 30%, в то время как в других случаях время на производство сократилось на 40%.

Кроме того, промышленные предприятия стремятся к тому, чтобы каждый сотрудник был многофункциональным, сводя к минимуму перерывы. В 2023 году многие крупные заводы смогли удовлетворить большой объем заказов на стыковочные системы и запорные клапаны «GEOIZOL-MP» для атомной промышленности благодаря внедрению этого подхода. Менеджеры эффективно перераспределяли сотрудников между объектами, позволяя им участвовать в модифицированном производственном процессе за считанные часы.

Для реализации социальных принципов необходимо сотрудничать с органами государственной власти в реализации конкретных проектов и программ, активно участвовать в акциях и мероприятиях по благоустройству города, региона в целом. Тот же «Пушкинский машиностроительный завод» проявляет в этом направлении активную позицию, кроме того поддерживает постоянную связь с общественными организациями и учреждениями Пушкинского района, поддерживая разнообразные социальные программы, особенно ориентированные на детей и подрастающее поколение [3].

Что касается корпоративного управления, то машиностроительные предприятия признают, что динамичный рост невозможен без эффективного управления качеством. Таким образом, обосновывается

необходимость стремления к достижению максимальной эффективности взаимодействия между организационными отделами.

Что же касается реализации управленческих принципов, то ТОП-менеджмент отечественных машиностроительных заводов тщательным образом отслеживает динамику технико-экономических показателей деятельности, диагностирует слабые и сильные стороны в бизнес-процессах, вырабатывает, на этой основе, более грамотные и рациональные управленческие решения. Также внедряются принципы бережливого производства, которые направлены на сокращение отходов, позволяя использовать каждый минимальный кусок металла или другого материала в той или иной форме [4].

Обращаясь к ООО «Пушкинский машиностроительный завод», отметим, что изготовленные на нем анкерные системы «GEOIZOL-MP» признаны наиболее экологически чистым промышленным товаром. При их монтаже они не наносят существенного ущерба окружающей среде, в отличие, например, от перфорированных свай. Рабочий процесс может выполняться в небольших помещениях, в том числе в стесненных условиях, без необходимости использования крупногабаритных машин, что приводит к значительному снижению потребления бетонной смеси. Кроме того, данный завод производит продукцию для атомной промышленности, которая сама по себе не производит вредных выбросов. Это как раз и является успешным и наглядным примером следования правилам ESG-трансформации.

В настоящее время обсуждается вопрос о том, следует ли поощрять машиностроительную отрасль к переходу на путь устойчивого развития или этот переход должен быть навязан. Предприятия, которые принимают стандарты ESG, могут пользоваться такими преимуществами, как налоговые льготы, гранты и участие в инвестиционных программах [5].

Нет лучших инвестиций, чем инвестиции в человеческий капитал. В российской машиностроительной отрасли актив принято рассматривать как ориентир, но на самом деле сотрудники низкого уровня более стабильны и менее склонны к смене работы, чем сотрудники более высокого класса.

Поэтому инвестирование в сотрудников является рекомендацией для развития. Для достижения высокой эффективности в машиностроительной отрасли важно создать комфортные условия для сотрудников, которые, в свою очередь, неразрывно связаны с заботой об окружающей среде. Машиностроительные предприятия, пытающиеся отрицать эти отношения, постепенно прекращают свою деятельность [6].

Таким образом, каждая угроза приносит с собой возможности. Чем успешнее машиностроительная отрасль, тем эффективнее и грамотнее она может использовать имеющиеся возможности и потенциал. Универсального метода не существует, необходимо адаптировать подход к каждой машиностроительной организации. Прежде чем внедрять принципы ESG-трансформации, крайне важно определить цели развития предприятия, следуя принципу, который пока еще не очень популярен в России, но уже давно руководствуется западными бизнес-структурами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Стручкова, С.С. Внедрение принципов ESG-трансформации в российских компаниях в условиях санкций: вызовы и перспективы / С.С. Стручкова // Самоуправление. – 2023. – № 1(134). – С. 885-889.
2. Смотровая, Т.И. ESG-трансформация российских предприятий / Т.И. Смотровая, Т.С. Наролина, И.А. Пургаева, Т.А. Некрасова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2022. – № 11(155). – С. 60-73.
3. Касымова, К.А. Опыт применения ESG-технологий в России / К.А. Касымова, П.А. Сажина, О.В. Широкова // В сборнике: Современные вызовы экономики и систем управления в России в условиях многополярного мира. Сборник статей и тезисов докладов III Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2022. – С. 124-129.
4. Кочина, С.К. Диагностика деятельности промышленных предприятий в условиях ESG-трансформации / С.К. Кочина, А.Н. Брежнев, Е.В. Осыченко // В сборнике: Развитие современной науки и технологий в условиях трансформационных процессов. Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2023. – С. 331-339.
5. Константиныди, Х.А. Оценка устойчивости развития и перспектив ESG-трансформации субъектов Российской Федерации / Х.А. Константиныди, Е.Ю. Яковлева, С.Н. Бобылев, С.В. Соловьева // Экономика устойчивого развития. – 2023. – № 1(53). – С. 176-180.
6. Аникиенко, Т.И. Стандарты ESG-трансформации / Т.И. Аникиенко, Н.И. Дунченко, В.С. Елисеев // Компетентность. – 2023. – № 2. – С. 22-26.

*Варламов П.П., Сергеев Е.П., Бакланова П.М.
Научный руководитель: Кочина С.К., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ЦИФРОВЫЕ АКТИВЫ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, НЕОБХОДИМОСТЬ УЧЕТА, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Любой цифровой файл, который повышает ценность современного предприятия, называется цифровым активом. В идеале эти активы должны быть организованы таким образом, чтобы они были доступны любому подразделению современного предприятия и могли легко и быстро распространяться. Определение того, может ли цифровой актив использоваться вне рамок организации, на основе которых он создает ценность, является первым шагом к его оценке. Стоимость большинства цифровых активов определяется контекстом, в котором они используются, а не независимой стоимостью на свободном рынке.

Цифровой актив – фрагмент контента, который был сохранен в виде цифрового файла. Примерами могут служить изображения, фотографии, видео, текстовые файлы, электронные таблицы и презентации. Постоянно появляются новые цифровые формы – например, MP3-файлы были до 1990-х годов – следовательно, определение цифрового актива постоянно меняется [1].

Цифровым активом может быть разнообразный контент в любом формате, сохраненный в цифровом виде и приносящий ценность для современного предприятия, а не определенному списку соответствующих форматов файлов (или пользователю, или потребителю).

Сегодня набирает обороты заинтересованность криптовалютой как на уровне обычных людей, так и на уровне бизнес-структур и государств. Основы валют базируются на их полезности в качестве хранилищ ценностей, единиц измерения и средств обмена. Хотя большинство криптовалют имеют схожие характеристики, они относятся к классу активов, где технический анализ преобладает из-за спекулятивного характера большей части сделок на сегодняшний день. Как технологи, так и ученые все еще вникают в принципы криптовалют [2].

Оценка цифровых активов необходима для предоставления точной информации для их использования. Цифровые активы в настоящее время широко используются современными предприятиями для

влияния на покупательское поведение и повышения узнаваемости бренда. Цифровые активы придают продуктам или услугам визуальный образ и позволяют устанавливать контакт с аудиторией и привлекать ее через различные каналы и средства массовой информации. Таким образом, цифровые активы составляют основу фирменного стиля, от логотипа предприятия до рекламного контента, поэтому грамотное управление цифровыми активами крайне важно с точки зрения позиционирования бизнеса как современного и перспективного, а также формирования отличительных конкурентных преимуществ.

Стоит отметить, что все цифровые активы имеют ценность, но не у всех она одинаковая. Некоторые, по сути, незаменимы, их стоимость значительно превышает стоимость производства. Рассмотрим цифровые активы, которые нельзя воспроизвести, например изображения или фильмы, относящиеся к событиям, которые случаются раз в жизни. Эти активы более ценны для фирмы или отдельного человека, чем активы, на создание которых потребовалось время, но которые могут быть воссозданы с небольшими затратами времени и усилий [3, 4].

Первым шагом в оценке цифрового актива является определение того, можно ли его использовать вне бизнес-структуры, из которой он извлекает ценность. Большинство цифровых активов приобретают ценность, когда они используются в определенном контексте, учитывая и временной период (т.е. продолжительность использования такого актива), а, не исходя из рыночной стоимости [5].

Способность создавать ценность для бизнеса – второй шаг – предполагает присвоение денежной стоимости цифровому активу на основе его способности приносить доход. Возможно, прямо в настоящее время цифровые активы не приносят много денег, но они могут помочь одному или нескольким современным предприятиям улучшить конкурентоспособность в стратегическом разрезе [6].

Перспективные активы – третий шаг, который утверждает, что любая оценка цифровых активов должна быть перспективной. Важно то, сколько что-то может стоить кому-то еще в будущем, а не то, сколько компания за это заплатила.

Для учета цифровых активов (в т.ч. криптовалюты) существует возможность применения On-chain-метрик, предоставляющих информацию о деятельности блокчейна, такую как количество транзакций за время работы или общая стоимость транзакций за время, активные адреса, хэшрейты и уплаченные комиссии. Транзакции внутри сети – это транзакции с криптовалютой, которые происходят в блокчейне и проверяются состоянием сети. Только когда блокчейн был

обновлен для отражения транзакций в публичной бухгалтерской книге, транзакции внутри сети считаются подлинными. Поскольку они не могут быть изменены после проверки и входа в систему в сети, транзакции внутри сети обеспечивают безопасность и прозрачность [7].

Проект – обоснование криптовалюты, используемая в ней технология, варианты ее использования, а также план поставки и распространения токенов – все это раскрывается с помощью показателей проекта. Процесс организации, хранения и распределения цифровых активов в рамках проекта или организации известен как управление цифровыми активами. Современное предприятие может создать единый центр для всех цифровых активов, используя решение для управления проектами, которое включает в себя возможности управления цифровыми активами.

Как мы знаем, в традиционном экономическом анализе финансовые показатели показывают рыночную капитализацию актива, ликвидность и объем. Чтобы получить информацию о предприятии, финансовые показатели используют числовые значения, полученные из финансовых отчетов. Количественный анализ используется для изучения ликвидности организации, кредитного плеча, роста, маржи, прибыльности, нормы прибыли, оценки стоимости и многого другого с использованием цифр, содержащихся в ее финансовой отчетности – балансе, доходах и движении денежных средств. Анализ преследует две основные цели: отслеживать и сравнивать результаты деятельности и выносить сравнительные суждения [8].

Обзор руководства предприятия, финансовой структуры, прогнозов будущих доходов или рыночной стоимости его активов – все это может быть частью оценки цифровых активов. Для этого используется несколько инструментов. В большинстве оценок используются три распространенных метода оценки: подход к активам, рыночный подход и доходный подход [9].

Подход к активам – стоимость современного предприятия основана на стоимости его чистых активов, которая может быть получена путем вычитания общей суммы обязательств из общей суммы активов. Активы включают в себя материальные активы (такие как недвижимость и автомобили), а также нематериальные активы (например, интеллектуальную собственность).

Рыночный подход – стоимость компании определяется путем сравнения рыночных сил в схожих ситуациях. Этот подход основан на существующих данных для того, чтобы сравнивать организации в отрасли. В рамках этого подхода существует два метода: сравнения публичных компаний и метод прецедентных транзакций.

Доходный подход – доходный подход использует будущие доходы предприятия или денежные потоки для определения его стоимости. По сравнению с рыночным подходом доходный подход не использует предыдущие транзакции для определения стоимости организации. Двумя основными методами в рамках этого подхода являются метод капитализации прибыли и метод дисконтированных денежных потоков.

Итак, некоторые цифровые активы соответствуют показателям и стоимости реальных предприятий, в то время как другие ориентированы на создание альтернативной финансовой среды. Следовательно, когда есть определенные показатели, можно эффективно использовать их для описания стоимости цифрового актива. Соотношение стоимости сети к транзакции, или коэффициента, представляет собой предлагаемый подход, который определяется путем деления рыночной капитализации цифрового актива на стоимость транзакции за определенный период времени. Это важные показатели, которые помогают в оценке цифровых активов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Белозорова, Э.Н. Цифровые финансовые активы, цифровые валюты и цифровой капитал в трансформации мировой финансовой системы / Э.Н. Белозорова // Экономические науки. – 2023. – № 221. – С. 29-32.

2. Grishin, V.S. Prospects of the utilization of digital assets in international settlements for Russia / V.S. Grishin, I.V. Solovov, K.A. Shuklina, V.S. Osipov // ЦИТИСЭ. – 2023. – № 3(37). – PP. 93-103.

3. Сулейманова, М.И. Аккаунт в социальных сетях как цифровой актив: вопросы цифрового наследования / М.И. Сулейманова // Вопросы российского и международного права. – 2023. – Т. 13. – № 6-1. – С. 151-158.

4. Кочина, С.К. Цифровая корпоративная культура как атрибут системы менеджмента современного предприятия / С.К. Кочина, Е.В. Солодова, В.А. Яговдик // В сборнике: Актуальные проблемы государственного и муниципального управления: теоретико-методологические и прикладные аспекты. Материалы Всероссийского научно-практического круглого стола (с международным участием). – Донецк, 2023. – С. 115-117.

5. Кочергин, Д.А. Цифровые активы, криптоактивы и цифровые валюты: экономическое содержание и потенциал конвергенции / Д.А. Кочергин, С.А. Андрюшин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2023. – Т. 39. – № 4. – С. 496-533.

6. Кресс, В.В. Цифровые права, цифровые финансовые активы, цифровая валюта и криптовалюта: проблемы правового содержания и взаимодействия / В.В. Кресс // Экономика. Право. Общество. – 2023. – Т. 8. – № 4(36). – С. 66-71.

7. Абрамова, Е.Н. Цифровой финансовый актив как цифровая ценная бумага / Е.Н. Абрамова // Гражданское право. – 2024. – № 1. – С. 10-13.

8. Тресницкий, А.Б. Актуальные вопросы бухгалтерского учета операций с цифровым рублем в условиях развития отечественного рынка цифровых финансовых активов / А.Б. Тресницкий, Н.А. Качан, Г.Б. Тресницкий // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 6(103). – С. 76-83.

9. Шестемиров, А.А. Потенциал внедрения цифровых финансовых активов и цифровых валют центральных банков в финансовую систему государства / А.А. Шестемиров, Д.В. Жатикова // Финансовое право. – 2023. – № 10. – С. 25-32.

УДК 336.71

Васильева А.А.

*Научный руководитель: Чикина Е.Д., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ КРЕДИТНОГО РЫНКА РОССИИ

Актуальность исследования кредитного рынка Российской Федерации обуславливается его значимой ролью в системе рыночных отношений. Кредитный рынок, являясь крупным сегментом финансового рынка, выполняет функцию перераспределения денежных капиталов между отраслями экономики, направляя их в наиболее перспективные и доходные сферы. Он выступает инструментом, который соединяет кредиторов, располагающих временно свободными денежными средствами, и заёмщиков, нуждающихся в дополнительных ресурсах для развития [1].

Изучение особенностей и тенденций развития кредитного рынка позволяет прогнозировать будущие изменения в данном сегменте финансового рынка, а также предупреждает граждан о возможных рисках, связанных с использованием кредитных продуктов.

Таким образом, исследование кредитного рынка Российской Федерации имеет как теоретическую, так и практическую значимость.

Внимательно изучим состояние кредитного рынка России за последние годы. Сначала проанализируем динамику работы кредитных организаций и банков в целом за период с 2020 по 2023 год (рис. 1).



Рис. 1. Динамика функционирующих кредитных организаций Российской Федерации за 2020 – 2024 гг., шт. [сост. автором по мат. (6)]

Таким образом, из рис. 1, можно увидеть, что с каждым годом количество кредитных организаций, в том числе и коммерческих банков уменьшается. Так на начало 2021 года ликвидировано 36 кредитных организаций и 36 коммерческих банка. Далее на начало 2022 года количество кредитных организаций сократилось еще на 36 и соответственно количество банков уменьшилось на 31, затем на 01.01.2023 г. уменьшение составили порядка 9 кредитных организаций и 9 коммерческих банков. Рассмотрев тенденцию на 01.01.2024 г. количество кредитных организаций не изменилось, в отличие от коммерческих банков, которые уменьшились на 2. Данные изменения прежде всего связаны с ужесточением требований ЦБ РФ к капиталу, а также ликвидности банков. Также среди причин, вызывающих данную динамику, можно выделить снижение конкурентоспособности банков, консолидацию банковского сектора, снижение спроса на кредиты, а также напряженную экономическую и политическую ситуацию [5].

На следующем этапе проведём анализ привлечённых и размещенных средств КО (кредитных организаций) в Российской Федерации.

Привлечённые средства коммерческого банка – это средства, которые клиенты банков размещают на банковских счетах, то есть вкладах и депозитах, заимствованные в банковском секторе (межбанковские кредиты – МБК), средства от выпуска ценных бумаг [3].

Представим динамику изменения привлечённых средств физических и юридических лиц по данным Банка России на рис. 2.

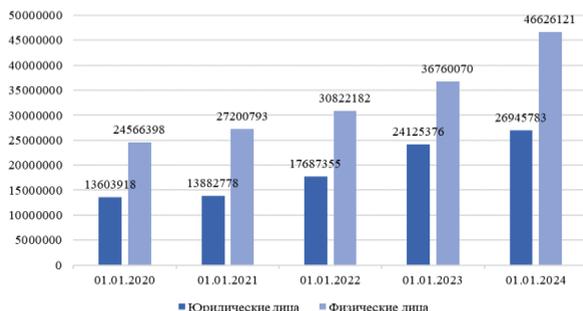


Рис. 2. Объём привлеченных ресурсов коммерческих банков на 01.01.2020 – 01.01.2024 гг., млн. руб. [сост. автором по мат. (6)]

Проведя анализ рис. 3.1.2, можно увидеть, что объём привлеченных кредитными организациями денежных средств с каждым годом имеет динамику возрастания. Рассмотрев показатели депозитов, физических лиц также имеют динамику роста с 24 566 398 млн. руб. до 46 626 121 млн. руб. Вклады (депозиты) физических лиц показали самый значительный рост за весь анализируемый период, увеличение которых на 01.01.2024 год составило 9 866 051 млн. руб. Также анализ показывает, что вклады физических лиц являются главным источником финансирования для банков, в свою очередь депозиты юридических лиц занимают второе место по объему [2].

Размещенные средства коммерческого банка – это средства, которые банк получает от клиентов, а также заимствует в банковском секторе и в дальнейшем представляет клиентам на определённых условиях (кредиты) [4].

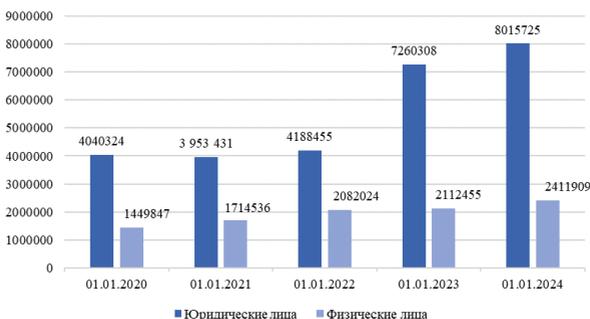


Рис. 3. Объём размещённых ресурсов коммерческих банков на 01.01.2020 – 01.01.2024 гг., млн. руб. [сост. автором по мат. (6)]

По данным ЦБ РФ, за анализируемый период объём выданных кредитов как физическим, так и юридическим лицам увеличился. Сумма кредитов, предоставленных физическим лицам, выросли с 1 449 847 млн. руб. до 2 411 909 млн. руб. [6].

Основными причинами положительной динамики объёмов размещенных средств коммерческими банками ресурсов, можно выделить государственные программы поддержки, постепенное восстановление экономики, а также увеличение депозитов. В целом, можно сказать, что положительная динамика объёмов размещенных коммерческими банками ресурсов в РФ является следствием комплексного воздействия различных факторов.

На следующем этапе проведём анализ ключевых финансовых индикаторов кредитных организаций, что позволит нам оценить текущее состояние кредитного рынка.

В рамках функционирования кредитных организаций активы выступают в качестве значимого индикатора, а активные операции генерируют наибольшую прибыль. В связи с этим, увеличение активов представляет собой позитивную динамику для кредитной организации.

Анализ представленных финансовых показателей позволяет сделать вывод о наличии устойчивой тенденции к росту активов кредитных организаций в период с 2020 по 2023 год (рис. 4).

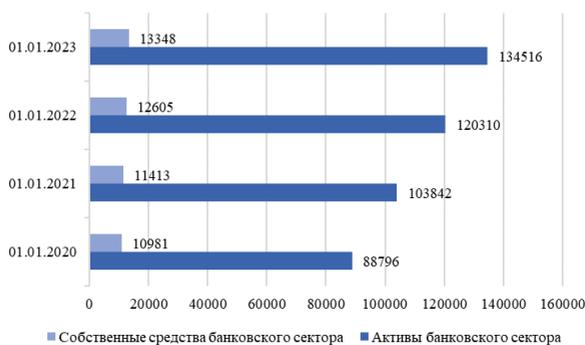


Рис. 4. Динамика активов и собственных средств банковского сектора РФ за 2020-2023 гг., млрд руб. [сост. автором по мат. (6)]

Таким образом, за 4-летний период наблюдается увеличение активов на 45 720 млрд рублей, что составляет 51,49 %. Данная динамика благоприятно сказывается на состоянии и перспективах кредитного рынка Российской Федерации.

В 2022 году активы банковского сектора значительно выросли, увеличившись на 16 468 млрд рублей, что составляет почти 35,5 % (или 31 514 млрд рублей) по сравнению с предыдущим годом [6].

В рамках анализируемого периода наблюдается устойчивая тенденция к росту собственных средств кредитных организаций. Зафиксировано увеличение данного показателя на 2 367 млрд рублей, что составляет 17,73 %.

Положительная динамика данного индикатора свидетельствует о повышении уровня надежности кредитных организаций, обусловленном ростом их прибыли и, как следствие, увеличением собственного капитала. С 2023 года прослеживается постепенное снижение темпов прироста собственных средств, так, в 2021 году он составил 3,93 %, в 2022 году – 10,44 %, а в 2023 году – 5,89 % [5].

В сравнении с 2022 годом, в 2023 году наблюдалось снижение темпов прироста как активов, так и собственных средств кредитных организаций. Данная тенденция может являться индикатором неготовности банковского сектора к экономическим трансформациям, в особенности к тем, которые затронули сферу бизнеса.

На основании проведенного анализа, а также с учетом сложившейся экономической и политической ситуации, можно обозначить главные проблемы и векторы развития современного кредитного рынка.

Основной характерной проблемой кредитного рынка является уменьшение количества коммерческих организаций по Российской Федерации. Данная ситуация может быть вызвана как банкротством, так и реорганизацией кредитных организаций. Для достижения стабильности на кредитном рынке необходимо реформировать систему управления кредитными организациями, путем совершенствования системы общего управления, а также изменением форм и методов управления [3].

Также экономические изменения в стране привели к снижению платежеспособности заемщиков вследствие уменьшения заработной платы и ростом тарифов на обязательные платежи. Совокупность факторов, таких как рост обязательных платежей и ужесточение кредитной политики, создает препятствия для обеспечения юридическими лицами (заемщиками) своевременной оплаты своих обязательств.

Российский кредитный рынок подвержен влиянию внешних факторов, таких как мировые кризисы и санкции, что негативно влияет на объемы выдаваемых кредитов и увеличивает количество просроченной задолженности [7].

Резюмируя, можно сделать вывод, что комплексный подход к решению вышеперечисленных проблем позволит кредитному рынку России улучшить взаимоотношения между всеми участниками кредитных процессов, а также нормализовать конечные результаты деятельности кредитных организаций. Данная инициатива позволит аккумулировать больше свободных средств на кредитном рынке и равномерно распределять их между всеми его участниками.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беляева О.В. Анализ современного состояния и тенденций развития кредитного рынка России // Финансы и кредит. - 2023. - № 4. - С. 32-38.
2. Гончаренко Л.И. Проблемы и перспективы развития кредитного рынка России // Экономика и управление: проблемы, решения. - 2023. - № 2. - С. 14-19.
3. Макарова Н.А. Кредитный рынок России: факторы, влияющие на его развитие // Вестник Финансового университета. - 2022. - № 6. - С. 52-60.
4. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общ. ред. проф. А. С. Трошина. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2024. – 242 с.
5. Официальный сайт Ассоциации российских банков - URL: <https://www.arb.ru/> дата обращения: 20.03.2024).
6. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. - URL: <https://www.cbr.ru/> дата обращения: 20.03.2024).
7. Оценка влияния государственного регулирования на развитие кредитного рынка России // Вестник Финансового университета. - 2021. - № 5. - С. 47-55.

УДК 338

Васильева А.В.

***Научный руководитель: Соловьёва Л.В., канд. пед. наук, доц.
Белорусский государственный технический университет,
г. Минск, Беларусь***

CUSTOMER SERVICE: PROBLEMS AND WAYS OF SOLVING THEM

Introduction. Customer service plays an important role in forming an opinion about a product, company, or enterprise, in other words, customer

experience directly depends on a well-chosen customer service management strategy. A huge number of people still have annoying factors in the service sector, which I have considered in this article.

Main part. During the period of the emergence of a large number of marketplaces and the expansion of customer bases, innovations such as CRM software appeared. They include information about customers in order to increase the indicator of LVT, improve customer service and automate the work of companies, and as a result, maximize profits by analyzing this data and using customer experience management. While registering on the website / online market, you should often specify a mobile phone number and email address. Unquestionably, companies have the opportunity to attract and retain customers through mentions. For example, messages with favorable discounts and offers endlessly come to customers by mail, which is an irritant. It is much more profitable to engage in high-quality advertising integration, which is able to hold the customer's attention, than to endlessly focus their attention on spam.

The correct location and placement of shelves and commercial equipment has long been thoroughly studied by psychologists and marketers to increase profits and more purchases, but the very rearrangement in stores repels customers. The usual arrangement speeds up the process of selection and movement, and the time saved affects a high level of customer experience, which cannot be said to the contrary. Getting lost in the space familiar to the buyer, a person is forced to seek help from consultants who may not always be free or spend time searching on their own. If you do rearrangement in your store, then you should remove the shelf with goods for a short distance from the previous place so that the customer can quickly figure it out, just by looking around.

Some organizations overestimate their capabilities in order to attract customers. After that, they don't keep their promises. Excessive promises and non-fulfillment of obligations damage the reputation of small and large businesses. Words about a quick solution to the problem of delivery to upset customers will only worsen the situation if the task is not completed on time, which usually happens. People tend to share bad customer experiences with their relatives and friends, so it's worth paying special attention to regulating conflict resolution processes or they may decide not to use your services or products anymore. A good customer service experience heavily impacts recommendations. Consumers who rate a company's service as "good" are 38% more likely to recommend that company. (Qualtrics XM Institute)

This will lead to a loss of revenue and a decrease in the customer base. Moreover, dissatisfied customers can leave negative reviews about your company on the Internet or tell their friends about their experience. This can

affect your brand's reputation and scare away potential customers. Poor customer experience can seriously affect the success and long-term sustainability of a business. Therefore, it is important to invest in improving customer service and strive to create a positive experience for each customer. This conclusion I have made after paying my attention to key findings of Dimensional Research (Pic. 1).

Key Findings

- **Customer service – both good and bad – impacts revenue**
 - Participants ranked customer service as the #1 factor impacting vendor trust
 - 62% of B2B and 42% of B2C customers purchased more after a good customer service experience
 - 66% of B2B and 52% of B2C customers stopped buying after a bad customer service interaction
 - 88% have been influenced by an online customer service review when making a buying decision
- **Fast customer service matters**
 - 69% attributed their good customer service experience to quick resolution of their problem
 - 72% blamed their bad customer service interaction on having to explain their problem to multiple people
- **Customer service experiences have a long lasting impact**
 - 24% continue to seek out vendors two or more years after a good experience
 - 39% continue to avoid vendors two or more years after a bad experience
 - Women (45%), B2B (51%), Gen X (54%) and high income households (79%) are most likely to avoid vendors two or more years after a bad customer service experience

Pic. 1 The results of Dimensional Research

During the period of active use of social networks and other innovations, customers expect the opportunity to communicate with the company through various channels: phone, email, chats, social networks and others. Companies need to be ready to serve customers on all these platforms, but many firms are against the introduction of online technologies and stick to offline meetings and dry phone conversations. By 2024, a huge number of generative services have appeared, the development of which is progressing every day due to constant improvements and updates. Moreover, it's not just about games, but about applications that use artificial intelligence or are completely based on it. ChatGPT, Watson, ViaVoice, Midjourney, Craftum AI, Bitritx24, BLOOM (BigScience Large Open-science Open-access Multilingual Language Model) – these are analytical systems based on AI. However, not all developing companies or experienced companies use the capabilities of such systems for the following reasons: 1) ignorance, 2) lack of skills among staff, 3) fear of leakage of company data, 4) the need for large financial costs for the implementation of artificial intelligence. The above-mentioned points are quite common in the business sector both in Belarus and in the Russian Federation. However, from my point of view, with the help of the application of these systems, it is possible to computerize the work of enterprises and companies. Modern consumers appreciate a personalized approach. Companies should be able to adapt their services and offers to the individual needs of each client, so it is worth mentioning once again the

importance of implementing CRM systems for firms. The problem lies in the lack of training and use of technology by employees, and as a result, the possibility of obtaining colossal benefits from CRM is lost. However, don't forget that with the enhancement of online transactions and the collection of personal data of customers, companies must provide a high level of information protection.

As a conclusion, I want to emphasize that it is necessary to create a positive experience for customers, pay attention to their needs and strive to continuously improve the quality of service. Working on CRM software optimization, personalized communication, transparency, effective conflict resolution and online reputation management are all important aspects that can help improve customer relationships and strengthen the company's position in the market. Solving these problems requires attention to detail, constant staff training, the use of modern technologies to improve service processes and active work to meet customer needs.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Курносова Л.С. Социологический анализ потребительских практик методологические проблемы и историческая ретроспектива/ Л.С. Курносова / – 2019 – №1.– С. 100-111. URL: <https://www.elibrary.ru> (дата обращения: (11.05.2024). – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

2. Cyberleninka: Научная электронная библиотека: сайт. –Санкт-Петербург, 2019 – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 16.05.2024). – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

3. Cyberleninka: Научная электронная библиотека: сайт. –Санкт-Петербург, 2018 – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 17.05.2024). – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

УДК 339.137.22

Выглазова П.Б.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ

В условиях современной экономики обеспечение конкурентоспособности предприятия (организации) тесно связано с

внедрением и использованием инновационной системы развития. Это наталкивает нас на выводы о том, что из условий традиционной конкуренции происходит переход в иную среду, наполненную инновациями – принципиально новыми и существенно обновленными товарами и услугами, имеющими высокий спрос на рынке. [3]

В настоящее время проблема конкурентоспособности, ее достижения и стабильного поддержания с ориентацией на последующее лидерство, по-прежнему особо актуальна, поскольку в условиях рыночных отношений конкурентоспособность является ключевым фактором, который определяет способность экономического субъекта вести деятельность в долгосрочной перспективе, достигать результатов и устанавливать первенство.

Одна из главных задач в процессе формирования условий для введения инноваций на предприятии - устойчивый и надежный рост конкурентоспособности продукции. Оценка достигнутого уровня и анализ факторов конкурентоспособности приобретают еще большую актуальность в связи с этим. Также необходимо определить текущую конкурентоспособность предприятия, которая формирует инновационную и инвестиционную политику. Следует отметить, что рассмотрение влияния инновационной деятельности на рост конкурентоспособности предприятий предполагает существенную проработку и системный подход к организации внешней и внутренней среды организации. Факторы конкурентоспособности предприятий тесно взаимосвязаны с инновациями. Введение новой технологии, способствующей модернизации, автоматизации и экономии ресурсов на производстве, а также услуг или продуктов с новыми для потребителя качествами бесспорно повышают конкурентоспособность предприятия.

Инновации – один из важнейших рычагов конкурентной борьбы. Более крупным предприятиям наличие инноваций и постоянные внутренние улучшения способны обеспечить выгодные позиции и возможность стабильно функционировать, в случае же малых и средних – это инструмент планомерного развития, способствующий укрупнению и росту.

Предприятия, которым удалось укрепиться на рынке, занимаются созданием и реализацией стратегий по преодолению конкуренции и дальнейшему развитию. Именно опыт ведения бизнеса, выстраивания процесса производства, предыдущая практика внедрения нововведений позволяет просчитывать стратегии дальновидно, учитывать ошибки и удачи прошлого. Разработки и внедрение инноваций формирует конкурентные преимущества. При этом в качестве инновации может рассматриваться как определенный продукт, так и нововведение,

созданное при помощи современных технологий, а также новый способ организации деятельности. Инновационная деятельность также может быть связана с разработкой и внедрением маркетинговой стратегии, совершенствованием управления предприятием, автоматизацией циклов производства и повышением качественных показателей выпускаемого продукта.[8]

Чаще всего инновационные стратегии, которые внедряются предприятиями, связаны с технологическими нововведениями. Например, изменение качественных показателей существующего продукта или разработка новинки, а также различные варианты модернизации технологии производства (уменьшение количества выброса вредных веществ при производстве, рециклинг и т.д.)

Наиболее распространенным объектом корпоративной инновационной стратегии выступает продукт или услуга, который(ую) производит предприятие. Для сохранения конкурентоспособности компании продукт должен постоянно улучшаться, дополняться, модернизироваться по результатам исследования деятельности конкурентов и способов преобразования их продукции.

Второй по популярности является стратегия, связанная с маркетинговыми инновациями. Внедрение инноваций в сфере маркетинга помогает повысить компании конкурентоспособность и не потерять свои позиции на рынке. [1] Базой маркетинговых стратегий является внедрение новшеств в трех основных сферах: цена, каналы продаж, продвижение. Сегментация рынка – актуальная и популярная инновация, используемая современными предприятиями. Рост конкурентной борьбы, так или иначе, приводит хозяйствующий сегмент к выводу о том, что удовлетворение потребностей и нужд определенных рыночных сегментов является выгодным и приводит к получению большей прибыли. Для достижения этой цели продукт, выпускаемый производителем, должен обладать набором определенных характеристик, которые являются востребованными представителями данной целевой аудитории.

Организационные инновации – еще один вид инноваций, востребованных различными компаниями [4, 5]. Этот вид способствует улучшению процессов, происходящих в управленческой структуре. Таким образом, например, вводятся новые стандарты, помогающие достичь результата, выявляются новые стратегические ориентиры. Основная цель таких инноваций – повысить эффективность работы коллектива посредством повышения удовлетворенности и продуктивности сотрудников, повышения их мотивации. [2, 7]

Важно учитывать, что информация является решающим фактором в процессе инновационного развития. Данные, которые используются конкурентами, или же информация, доступная узкому кругу лиц и являющаяся ценной, благоприятно воздействуют на деятельность предприятия. Чаще всего, поиску новых возможностей развития, которые отличны от общественных представлений, способствует получение необходимых сведений.

В заключение отметим, что особую важность для предприятия имеет не только инновация, но своевременность ее внедрения. Ведь необходимо грамотно и своевременно предложить это рынку, учитывая тенденции, потребности и спрос со стороны потенциального покупателя, при этом разработка нового продукта или введение других новшеств – только половина успеха.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баранович, Е.А., Шашков, И.Г. Методы оценки эффективности инновационных процессов в компании // Инновации. 2014. № 1. С. 57-63.
2. Евсеев, Д.С. Инновационное управление как фактор конкурентоспособности предприятия. - М.: ООО "Издательство Спутник", 2018. С. 8-9
3. Загорянский, А.М., Краснобаева, А.М., Философские аспекты инновационной деятельности компании // Наука и инновации. 2016. № 3. С. 45-54.
4. Данилов, А.М. Управление инновационным развитием предприятия. - М.: Издательство "Эксмо", 2017. С. 25-27.
5. Зайцев, П.Н. Основы инновационного управления в современной компании. - СПб.: Издательство "БХВ-Петербург", 2019. С. 319-321.
6. Никитин, М.М. Инновационная стратегия предприятия: практическое руководство. - М.: ООО "Издательство ЮНИТИ", 2006 год, С. 34-39.
7. Сомина И.В. Трансформация рынка труда в условиях цифровизации и внедрения инноваций // Белгородский экономический вестник. – 2021. -№2 (102).- С. 24-29.
8. Тарасов, А.А. Конкуренция на рынке с учетом инновационного развития компании. - М.: ООО "Издательство Спутник", 2019. С. 46-54.

Галактионов Д.Д.

*Научный руководитель: Петимко А.М., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

«ПИРАТЫ» НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Пиратство на рынке товаров и услуг – это явление, которое существует уже многие века. Пираты – это те, кто нарушает законы и правила, касающиеся интеллектуальной собственности, пытаясь извлечь незаконную выгоду из чужих трудов. С развитием технологий и распространением интернета, пиратство стало еще более актуальной проблемой [1].

Виды пиратства в интернете: записанные контент:

1. включает в себя нелегальное скачивание и использование фильмов, музыки, программного обеспечения и других цифровых продуктов без разрешения правообладателя;

2. фальшивые товары: продажа фальшивых или поддельных товаров через интернет, таких как одежда, обувь, электроника и прочее;

3. кража личных данных: хакеры могут взламывать базы данных компаний, воровать личные данные пользователей и используют их в мошеннических целях.

Одним из наиболее распространенных видов пиратства на рынке товаров и услуг является нарушение авторских прав. Пираты создают нелегальные копии книг, фильмов, музыки и других произведений, которые затем продают или распространяют через интернет. Это приводит к ущербу для правообладателей, которые не получают должного вознаграждения за свои труды [2].

Положительные моменты пиратства в интернете: доступ к контенту: многие люди, особенно в развивающихся странах, могут получить доступ к различным цифровым продуктам, которые они бы не могли себе позволить из-за их высокой стоимости; свобода информации: пиратство может способствовать распространению информации и культуры, не доступной в определенных странах или регионах.

Минусы пиратства в интернете: ущерб для индустрии: пиратство причиняет значительный ущерб индустрии развлечений, медиа и технологий, ограничивая их способность вкладывать средства в производство более качественного контента и развитие новых технологий; нарушение авторских прав: пиратство нарушает авторские

права и интеллектуальную собственность, лишая авторов и создателей возможности получать заслуженное вознаграждение за свои труды; риски безопасности: скачивание контента с нелегальных источников может представлять угрозы для безопасности пользователей, такие как вирусы, вредоносные программы и потеря конфиденциальных данных [3].

Кроме того, пираты могут действовать и в других сферах рынка товаров и услуг, например, продавая поддельные товары или предлагая недобросовестные услуги. Это также наносит ущерб законным бизнесам и потребителям, которые могут столкнуться с некачественными или опасными товарами и услугами.

Для борьбы с пиратством на рынке товаров и услуг необходимо принимать меры как на уровне государства, так и на уровне компаний и отдельных граждан. Важно совершенствовать законодательство, чтобы ужесточить наказание за нарушение авторских прав и продажу поддельных товаров. Кроме того, компании должны укреплять свои механизмы защиты интеллектуальной собственности и контроля качества своей продукции. Потребители также могут помочь в борьбе с пиратством, отказываясь от покупки нелегальных копий товаров и услуг.

Таким образом, пиратство на рынке товаров и услуг представляет серьезную угрозу для законных бизнесов, правообладателей и потребителей. Для борьбы с этим явлением необходимо совершенствовать законодательство, укреплять механизмы защиты интеллектуальной собственности и повышать осведомленность общества о вреде пиратства.

Кроме того, пиратство на рынке товаров и услуг порождает своеобразную игру кошек и мышей между правообладателями и нарушителями. Нередко пираты находят новые и изобретательные способы обхода защиты и распространения поддельных товаров, вызывая недоумение у законодателей и ищущих справедливости борцов за защиту интеллектуальной собственности.

Статистика, касающаяся пиратства контента в интернете:

1. согласно отчету агентства Digital TV Research, ущерб, причиняемый пиратством онлайн-видеоконтента, достигнет 52 миллиарда долларов к 2022 году;

2. по данным исследования, проведенного агентством MUSO, лицензирование пиратского контента в 2019 году привело к потере 29.2 миллиарда долларов для индустрии развлечений и 8.1 миллиарда долларов для отрасли спорта;

3. согласно отчету аналитической компании Statista, в 2020 году 111.4 миллиарда пользователей по всему миру скачали пиратское видео- и аудиоконтент;

4. данные ассоциации BSA (Software Alliance) показывают, что в 2019 году 37% программного обеспечения, установленного на компьютерах по всему миру, было пиратским.

Эти статистические данные являются лишь малой частью широкого спектра ущерба, который пиратство контента в интернете наносит правообладателям, компаниям и отраслям развлечений и культуры.

А также: по данным Роскомнадзора, за 2020 год было заблокировано более 25 тысяч интернет-ресурсов, распространяющих пиратский контент; согласно исследованию Ассоциации "Интернет-ТВ" и Яндекс.Музыки, около 61% российских пользователей используют сервисы пиратского контента, что приводит к значительным потерям для отечественной индустрии развлечений; по данным аналитического центра "Легального контента", потери российской киноиндустрии от нелегального онлайн-просмотра фильмов составляют примерно 20 миллиардов рублей в год; исследование Роскомнадзора показывает, что 47% российских интернет-пользователей регулярно используют пиратский контент, нарушая авторские права.

Эти данные подчеркивают серьезное влияние пиратства контента на российскую индустрию развлечений, культуры и правообладателей, что требует дальнейших усилий по борьбе с нелегальным распространением контента в сети. Также стоит отметить, что в некоторых случаях пиратство может стать плодотворным источником вдохновения для искусства и культуры. Например, музыка, фильмы или книги, распространяемые нелегально, могут найти новую аудиторию и стать объектом обсуждения, что в конечном итоге может быть положительным для авторов и правообладателей.

Таким образом, пиратство на рынке товаров и услуг — это сложное и многогранное явление, которое заслуживает внимания и поиска решений. Помимо вреда, которую оно наносит законным бизнесам и правообладателям, пиратство также вызывает интерес и вызывает неожиданные последствия, делая эту проблему еще более увлекательной для изучения и рассмотрения.

Изучение пиратства на рынке товаров и услуг приводит к выявлению феноменальных явлений, включая "распространение антипиратской пиратской программы". Данное явление представляет собой парадоксальную ситуацию, когда сами пираты создают и распространяют программное обеспечение для борьбы с нарушениями

авторских прав. Такие действия могут рассматриваться как стратегия обхода мер контроля за нелегальным использованием контента [4].

Более того, исторические данные свидетельствуют о стремлении некоторых государств спонсировать и поощрять пиратство в собственных интересах. Например, за счет поддержки пиратских действий страны могут получить доступ к желаемым технологиям, обогатить свои экономические ресурсы или привлечь внимание к своему политическому статусу. Таким образом, взаимодействие между пиратскими группировками и государственными органами оказывает влияние на формирование политических стратегий и силовых структур.

Различные факты и примеры пиратства в интернете:

1. Согласно отчетам, в 2020 году цифровое пиратство привело к потере более 53 миллиардов долларов для индустрии развлечений.

2. Одним из наиболее распространенных видов пиратства в интернете является онлайн-пиратство фильмов и сериалов. Платформы для просмотра фильмов и сериалов бесплатно, не имеющие лицензий на контент, привлекают миллионы пользователей по всему миру.

3. Программное обеспечение также страдает от цифрового пиратства. Нелегальные копии программ и игр доступны для скачивания на множестве торрент-сайтов и файлообменных платформ.

4. Музыкальная индустрия также столкнулась с проблемой пиратства в интернете. Многие пользователи скачивают музыку через торренты или видеохостинги, не покупая лицензии на использование песен.

5. Одним из знаменитых примеров интернет-пиратства является дело против основателя файлообменной сети Megaupload, Кима Доткома, который был обвинен в нарушении авторских прав и незаконном распространении контента.

6. Некоторые страны принимают жесткие меры в отношении пиратства в интернете. Например, во Франции была введена система "три предупреждения", где пользователи, скачивающие нелегальный контент, получают предупреждения от своего интернет-провайдера и могут быть отключены от сети.

7. Успешная борьба с пиратством в интернете. Например, стриминговые сервисы, такие как Netflix, Spotify и Apple Music, предлагают удобные и доступные платформы для потребления контента, что снижает спрос на нелегальные копии.

В контексте исследований пиратства на рынке товаров и услуг продемонстрированы сложные взаимосвязи между экономическими, социальными и политическими аспектами. Развитие пиратства и его влияние на общество выходят за рамки простого незаконного

потребления контента, акцентируя внимание на глубоком проникновении этого явления в различные сферы жизни и его значении для понимания социокультурных процессов.

В результате исследования пиратства на рынке товаров и услуг мы видим, что это явление оказывает значительное влияние на экономику, социум и политику. Пиратство не только угрожает интеллектуальной собственности и прибылям компаний, но также может стимулировать развитие новых технологий, создавать неожиданные социокультурные практики и даже играть определенную роль в геополитических процессах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Официальный сайт КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 03.05.2024)
2. Официальный сайт Ветров и Партнеры [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vitvet.com> (дата обращения: 29.04.2024)
3. Информационный сайт МедиаЦентр [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.cloudav.ru> (дата обращения: 13.05.2024)
4. Старикова М.С. Оценка ожидаемой результативности партнерских взаимодействий предпринимательских структур // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2016. № 5. С. 207-211.
5. Щетинина, Е. Д. Факторы, влияющие на формирование конкурентных преимуществ предприятия в современных условиях / Е. Д. Щетинина, А. В. Уварова // 2017 // Белгородский экономический вестник. — 2017. — N 1. — С. 31-39.

УДК 004.9

Гендик А.А.

*Научный руководитель: Шамардина И.А., канд. экон. наук.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В современном мире глобализация играет важнейшую роль в формировании экономических и социальных процессов, но особую роль глобализация играет в строительной отрасли. На сегодняшний день, глобализация строительной отрасли приводит к процессам

интеграции всех видов капитала и рынка сбыта продукции, что порождает увеличение капитализации рынка и конкурентной борьбы в его рамках. Беларусь, как активный участник мирового сообщества, сталкивается с вызовами и возможностями, которые несет с собой глобализация строительной отрасли. Изучение современных вызовов и перспектив развития в условиях глобализации имеет важное значение для определения стратегических направлений развития строительной отрасли

Глобализация оказывает серьезное воздействие на строительную отрасль всех государств, включая Беларусь, и предоставляет различные перспективы для развития.

Строительная отрасль — высококонкурентная отрасль, и каждая заинтересованная сторона в проекте борется за свое место. Зачастую подрядчики больше заинтересованы в выполнении дорогостоящих краткосрочных задач, чем в достижении конечной цели проекта. Отчасти поэтому для строительной сферы характерна низкая слаженность работы команд. По сути, глобализация строительной отрасли является общей концепцией развития экономики страны, которая предполагает сокращение доли бюджетных расходов и увеличение использования внебюджетных источников. Рост строительного сектора способствует экономическому развитию страны, повышает стандарты строительства и обеспечивает новые возможности для социально-экономического развития. Новые строительные объекты строятся с учетом современных требований к удобству, энергоэффективности и экологичности, благодаря использованию новых материалов, технологий и конструкций. Недостаточное применение современных технологий в проектировании и недостаточная ответственность проектных компаний оказывают негативное воздействие на сроки и качество разработки документации. Низкая заработная плата в сфере строительства привела к массовому уходу работников. Каждый день в строительных компаниях освобождаются новые вакансии. Возьмем к примеру ООО РБУ № 2, к концу 2023 года текучесть кадров составила 13%. Различным организациям постоянно требуются квалифицированные рабочие: монтажники, бетонщики, каменщики, отделочники, сварщики и представители других профессий [1].

Резкое снижение экономического роста в строительстве влияет на замедление роста экономики в целом, вместе с тем стагнация в строительном комплексе тесно взаимосвязана с кризисными явлениями в смежных отраслях.

Показатель, ед. изм.	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Объем работ, выполненных по виду экономической деятельности «строительство», млрд руб. (в фактически действовавших ценах; 1990 – 1995 гг. – трлн. руб.)	0,122	145,69	503,84	703,83	831,0	1042,72	1313,65
- к предыдущему году, %							
В сопоставимых ценах к предыдущему году, %	95,2	93,8	113,5	110,4	102,9	112,8	110,1
Среднегодовая численность занятых по ВЭД «строительство», всего, тыс. чел.:	9020	6208	4325	4385	4458	4555	4743
- к предыдущему году, %							
- к 1990 г., %							
Число действующих строительных организаций (на конец года), сл.:	70862	127764	129340	118374	112971	113578	114464
- средний размер строительной организации по численности, чел.							

Рис. 1 - Основные показатели строительной деятельности в Республике Беларусь в 1990–2004 гг

Кризис строительства в Беларуси вызывает рост безработицы, снижение инвестиций в основной капитал, замедление обновления основных производственных фондов, сокращение количества введенных зданий жилого фонда в эксплуатацию и, как следствие, увеличение цен на жилье, а также другие последствия, дестабилизирующие развитие экономики. Имеет место быть кризис в строительстве, с одной стороны, глобальными неплатежами за производимые строй работы и, с иной - как обнаружившаяся уязвимость большинства строй компаний, связанная с отсутствием припаса обратных средств, который имел возможность бы сгладить негативный эффект временной неплатежеспособности клиентов и увеличения процентных ставок банковских кредитов [3].

Вливание денежных средств в отрасль происходит в виде инвестиций: иностранных, государственных или собственных. Привлечение инвестиций напрямую зависит от инвестиционной привлекательности страны. В связи с чем на строительство в первую очередь реагирует экономический спад в стране и может служить его индикатором.

Инвестиции предоставляет заказчик проекта, в качестве которого выступают иностранные и национальные, частные и государственные организации.

Ценообразование в строительстве строится на основе торгов. Заказчик на бирже размещает заказ, а генеральные подрядчики предоставляют свои конкурсные предложения. Далее заказчик выбирает исполнителя, предоставившего наиболее конкурентную стоимость, качество работ и сроки ее выполнения. При выборе

подрядчика генеральному подрядчику необходимо также организовать торги, а подрядчику для выбора субподрядчика соответственно.

Положительные стороны глобализации в строительной отрасли:

1. Глобализация стимулирует развитие и внедрение передовых технологий в строительство. Компании получают доступ к новым методам проектирования, строительства и управления проектами, что способствует повышению производительности и качества работ.

2. Открывает двери для участия компаний в крупных международных строительных проектах. Это способствует обмену опытом, технологиями и лучшими практиками между различными странами, что способствует росту индустрии.

3. Расширяет рынки сбыта для строительных компаний, позволяя им работать не только на местном, но и на международном уровне. Это создает новые возможности для роста бизнеса и привлечения инвестиций.

4. Глобализация увеличивает конкуренцию в строительной отрасли. Компании вынуждены постоянно совершенствовать свои процессы, улучшать качество услуг и снижать цены, чтобы оставаться конкурентоспособными на мировом рынке.

Глобализация требует учета культурных особенностей и правил каждой страны при реализации проектов. Это может быть вызовом для компаний, но также открывает возможности для обучения и развития международного опыта. Также вносит изменения в требования к устойчивости строительных проектов. Компании должны быть готовы к использованию экологически чистых материалов, энергоэффективным технологиям и соблюдению стандартов устойчивого развития. Глобализация стимулирует цифровизацию в строительстве, что требует от компаний адаптации к новым цифровым технологиям.

Глобализация представляет как вызовы, так и возможности для строительной отрасли. Компании, способные адаптироваться к изменяющимся условиям мирового рынка, инновационно мыслить и использовать передовые технологии, смогут успешно развиваться и оставаться конкурентоспособными в условиях глобальной экономики.

Глобализация может стать двигателем экономического процветания, способствовать передаче передовых технологий и инноваций, а также способствовать созданию новых рабочих мест. Для этого государству необходимо создать комфортные условия для инвесторов, улучшить правовую систему, обеспечить защиту прав инвесторов и упростить процедуры для предпринимателей [2].

Строительная отрасль Беларуси сталкивается со многими трудностями из-за изменений и возможностей, которые приносит глобализация. Чтобы эффективно управлять модернизацией строительной отрасли и использовать возможности развития в глобализованном мире, крайне важно преодолевать проблемы. Разработка и реализация стратегий развития, а также создание благоприятной среды для инвестиций и инноваций требуют активного участия. Приняв соответствующие методы, поставив четкие цели и работая вместе со всеми.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Внешняя торговля Республики Беларусь = Foreign trade of the Republic of Belarus: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, пред. редкол. И.В. Медведева — Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018

2. . Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь. Строительство. Трудовое законодательство (Электронный ресурс). – Режим доступа: <http://www.gosstandart.gov.by/ru/> – Дата доступа: 14.05.2024

3. Научно-исследовательский институт труда и социальной защиты Республики Беларусь (Электронный ресурс). – Режим доступа: <https://nii-tsz.by/>– Дата доступа: 14.05.2024

УДК 330.55.051

Генец С.Е.

*Научный руководитель: Медведев И.П., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПРОБЛЕМЫ РАСЧЕТА ВВП В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Валовый внутренний продукт – это универсальный статистический показатель, применяемый во всех странах мира. Он действительно является широко используемым экономическим индикатором, который отражает общие экономические показатели страны. ВВП представляет собой общую стоимость всех товаров и услуг, произведенных внутри границ страны за определенный период времени. В его состав входят потребительские расходы,

государственные расходы, инвестиции и чистый экспорт. Хотя методы расчета ВВП могут немного различаться в разных странах, их общая цель - отразить экономическую производительность нации.

Вместе с общим положительным отзывом о СНС в этой системе существуют проблемы, решение которых поможет более точно определять объемы ВВП и предварительно оценивать уровень неравновесия [3]. Сбалансированное или дисбалансированное состояние экономики, а также предварительная оценка экономического кризиса, зависят от соотношения общего спроса (доходов) и общего предложения (стоимостные объемы производства и оказанных услуг).

Прежде всего, эти проблемы касаются методологии расчета доходов, который в экономике имеет значение не только как показатель уровня жизни, но также потому, что сравнение его с объемом производства может привести к неравновесному состоянию экономики [6]. Проблема методологии СНС в расчетах доходов заключается в том, что объем доходов в стране полностью зависит от расчета ВВП по производству, при этом объем производства считается также и объемом доходов в России.

Полная зависимость объёма доходов от расчёта ВВП по производству в методологии СНС может быть проблемой, потому что на изменение объёма ВВП в фактических ценах влияет не только изменение количества произведённых или использованных товаров и услуг, но и изменение цен на товары и услуги. Это может приводить к искажениям в расчётах, особенно в периоды экономических кризисов, когда цены на товары и услуги резко меняются.

Для решения этой проблемы в методологии СНС используются различные методы переоценки ВВП: метод дефлятирования с помощью индексов цен, метод двойного дефлятирования, метод экстраполяции показателей базисного периода с помощью индексов физического объёма и метод переоценки элементов затрат.

Методы расчета ВВП делятся на три вида: по доходам, по расходам, по добавленной стоимости (Таблица 1).

Таблица 1. Методы расчета ВВП.

Метод расчёта	Официальное название Росстата	Порядок расчёта
По доходам	Метод формирования по источникам доходов	Доходы работников (з/п, премии) + Валовая прибыль организации + Чистые налоги на производство и импорт

По расходам	Метод использования доходов	Расходы на конечное потребление + Инвестиции + Государственные расходы + Чистый экспорт
По добавленной стоимости	Производственный метод	Сумма всех добавленных стоимостей, под которыми понимается разность между стоимостью произведённых товаров (услуг) и стоимостью товаров (услуг), применённых в ходе производства.

Существующие методы оценки ВВП, хотя и широко признаны на международном уровне, все чаще вызывают сомнения в своей точности. Например, по итогам 2022 года десятка лучших стран мира по этому показателю выглядит таким образом (Таблица 2).

Таблица 2. Топ 10 стран по ВВП за 2022г. согласно онлайн-изданию «MBFinance» [7].

Страна	ВВП (в триллионах долларов США)
США	25,04
Китай	18,32
Япония	4,3
Германия	4,03
Индия	3,47
Великобритания	3,2
Франция	2,78
Канада	2,2
Россия	2,14
Италия	2,0

Если же использовать метод оценки ВВП не по текущему обменному курсу, а по паритету покупательной способности, то картина меняется. Многие экономисты считают, что расчет по обменным курсам не отражает реальную картину.

Например, власти Китая неоднократно обвиняли в преднамеренном занижении курса юаня относительно доллара, чтобы обеспечить своим экспортерам конкурентные преимущества. Это приводит к тому, что цены на многие товары и услуги на внутреннем рынке Китая значительно ниже, чем за его пределами. Как следствие, покупательная способность юаня по отношению к доллару оказывается

выше, чем показывает обменный курс. При учете ППС для расчета ВВП становится ясно, что его объем значительно превышает те данные, которые были представлены в предшествующей таблице [10].

Другой пример такой же ситуации можно наблюдать в отношении ВВП Южной Кореи. Его рост в течение 2022 года составил 2,7%, что совпало с ростом ВВП США. Следовательно, можно было бы ожидать, что их сравнительные показатели останутся неизменными. Однако из-за изменения курса корейской воны ВВП Республики Корея в долларах меняется, в то время как остальные показатели остаются стабильными.

Это изменение курса корейской воны также отразится на общих показателях мирового ВВП и рейтинге экономик по ППС. Например, в топ-10 страны могут войти такие страны (Таблица 3).

Таблица 3. Топ 10 стран по ВВП с учетом ППС за 2022г.согласно статье С. Погудина, размещенной на интернет-пространстве «Финам» [11].

Страна	ВВП с учетом ППС (в триллионах долларов США)
Китай	30,07
США	25,04
Индия	11,67
Япония	6,11
Германия	5,32
Россия	4,65
Индонезия	4,02
Бразилия	3,782
Великобритания	3,776
Франция	3,69

Однако распределение мирового ВВП значительно меняется. Тогда, например, Китай становится лидером, Индия занимает третье место, а некоторые не западные страны увеличивают свою долю. Индонезия и Бразилия входят в десятку крупнейших, в то время как Италия и Канада, ранее постоянные члены топ-10, покидают список. Примером таких изменений являются экономики Аргентины и ЮАР, входящие в G20. По данным ППС они уступают Тайваню, Египту и Ирану, и не могут быть признаны «одной из 20 крупнейших экономик мира».

В дебатах, по которым метод расчета более точно представляет экономические условия в странах и во всем мире, обсуждения продолжаются. Например, Организация Объединенных Наций

использует стандарты Системы национальных счетов для оценки и сравнения индикатора ВВП в различных странах. Эксперты утверждают, что этот подход предлагает более точное сравнение жизненно важных мер, таких как доход на душу населения и качество жизни.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Агеев В. М., Кочетков А. А., Новичков В. И. Экономическая теория: учебник. - 5-е изд. - М.: Дашков и к, 2016. - 696 с.
2. Анисимов А. А., Артемьев Н. В., Тихонова О. Б. Макроэкономика: теория, практика, безопасность: учебное пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 599 с.
3. Васильев В. П., Холоденко Ю. А. Экономика: учебник и практикум для академического бакалавриата. - 2-е изд. - М.: Юрайт, 2018. - 297 с.
4. Головчик А. А., Уткина Н. А. Национальная экономика: учебное пособие. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2012. - 114 с.
5. Горбулич А.А. Анализ динамики Валового внутреннего продукта России// Журнал «Вектор экономики». - Новороссийск. - 2017 г.- стр.74-85
6. Максимова В. Ф. Макроэкономика: учебник для вузов. - 2-е изд. - М.: Юрайт, 2024. - 155 с.
7. Седов В. В. Макроэкономика: продвинутый уровень: учебное пособие. - Челябинск: Челябинский государственный университет, 2012. - 203 с.
8. Сидоров В.А., Кузнецова Е.Л., Болик А.В. Общая экономическая теория: учебник для студентов высших учебных заведений [Электронный ресурс]: электронное учебное издание. - Майкоп: ООО «ЭЛИТ», 2017. - 603 с.
9. Столярова З. В., Медведев И. П. Экономическая теория: учеб. пособие для иностр. студентов, изучающих экон. дисциплины. - Белгород: Белгородский гос. технологический ун-т (БГТУ) им. В. Г. Шухова, 2013. - 86 с.

Гетманова Е.В., Чикин Н.А.

Научный руководитель: Максимчук Е.В., канд. экон. наук, доц.

Белгородский государственный технологический университет

им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ В СНИЖЕНИИ ОПЕРАЦИОННЫХ РИСКОВ В БАНКАХ

В настоящее время развитие банковской системы неразрывно сопряжено с развитием цифровой трансформации и, как следствие, повсеместном использовании технологий, играющих ключевую роль в безопасности банка и снижении его операционных рисков, что также обуславливает развитие технологических инноваций, автоматизации процессов и развитие средств, позволяющих выстроить надежную защиту от внешнего вмешательства.

Впервые понятие операционного риска было раскрыто в п. 4.1. Приложении № 1 Указанием Банка России от 15.04.2015 г. № 3624-У. Под данным определением принято понимать прямые и косвенные потери банка по следующим причинам [6]:

- из-за любых несовершенств системы;
- ошибки во внутренних процессах банка;
- действия сотрудников, как целенаправленные, так и непредвиденные;
- внешние факторы;
- сбои в системе.

Существует ряд разновидностей операционных рисков, которые отражены на рис. 1.



Рис. 1. Разновидности оперрисков (сост. автором с исп. источника [6])

Наиболее важным аспектом при оценке влияния операционных рисков в банках является обеспечение безопасности данных. Ежегодно растет число совершенных кибератак и возрастают киберугроз, в связи с чем первостепенной задачей для банков является защита внутренней информации и персональных данных клиентов.

Благодаря использованию информационных технологий, развитию многоуровневых систем аутентификации, внедрению биометрической идентификации, контролю за транзакциями в режиме реального времени становится возможным обеспечить высокий уровень безопасности.

Благодаря повсеместному развитию цифровой трансформации и, как следствие, роста элементов цифровизации, использование автоматизированных инструментов оказывает благоприятное влияние на операционные риски, сводя влияние негативных факторов к минимуму. Кроме того, следует отметить, что процесс автоматизации позволяет не только снизить риски, но и полностью оптимизировать работу банков, а также исключить ошибки, вызванные человеческим фактором [4].

Процесс автоматизации, использование роботизированного процесса, BigData, реструктуризация внутренних сервисов – все это позволяет существенно сократить затраты, а также повысить эффективность функционирования финансового учреждения.

На сегодняшний день в финансовом секторе известно множество технологий, позволяющих управлять и стабилизировать имеющиеся риски. Активное внедрение искусственного интеллекта, а также аналитических инструментов, позволяет обеспечить безопасность транзакций, повысить общую эффективность и сократить различного рода затраты. К 2030 году прогнозируется, что в финансовом секторе потребность на инструменты цифровой трансформации возрастет более чем на 47% [3].

Чтобы минимизировать операционные риски в банковской сфере, возможно использовать ряд методов. Каждый из них имеет собственные инструменты, особенности и сферы влияния. При этом, важно отметить, что при выборе методов, необходимо делать уклон на конечные потребности, проанализировать существующие недостатки и наиболее уязвимые сферы, на которые будет направлено влияние информационных технологий [2].

На рис. 2 представим современные технологии, позволяющие минимизировать операционные риски.



Рис. 2. Современные технологии, позволяющие минимизировать операционные риски банков (сост. автором с исп. источника [1,3])

Необходимо отметить, что представленные на рис. 2 технологии не являются единственными, данный список можно пополнять и добавлять новыми элементами, которые появляются в зависимости от изменяющихся трендов в экономике.

Также, следует рассмотреть эффект от применения таких технологий в финансовом секторе (табл.1). В зависимости от конкретных целей, задач, а также ситуации на рынке влияние может быть совершенно разным.

Таблица 1 Эффект от применения современных технологий в банковской сфере (сост. автором с исп. ист. [5,6])

Повышение безопасности	Использование технологий блокчейн, искусственный интеллект, системы кибербезопасности и др. позволяет обеспечить надежную защиту внутренних и клиентских данных, что позволит повысить уровень доверия клиентов и обеспечит их приток в банк.
Снижение операционных издержек	Благодаря процессу автоматизации с помощью RPA позволяет снизить влияние человеческого фактора, а также ускорить внутренние процессы и, как следствие, обеспечить более высокий уровень эффективности операций.
Скорость принятия решений	С использованием искусственного интеллекта и BigData возможно повышение скорости принятия управленческих решений, что является ключевым преимуществом в условиях изменяющихся бизнес-систем.
Улучшение конкурентоспособности и клиентского опыта	Банки, которые успешно применяют новейшие технологии в управлении для снижения операционных рисков, как правило, имеют более высокий уровень надежности и профессионализма, что оказывает положительное влияние на их репутацию на рынке финансовых услуг.

На основании предоставленной информации можно сделать вывод, что ещё несколько лет назад к технологиям в финансовом секторе не было столько внимания, как сегодня. Рост киберпреступлений, повышенный спрос со стороны заёмщиков и ряд других факторов говорят о необходимости использования инструментов цифровой трансформации в данной сфере. Также, современные технологии позволяют быстро переадаптироваться к функционированию в новой реальности, с учетом геополитического кризиса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лаврентьев В.А., Лаврентьева Л.В. IT-технологии в системе управления операционными рисками в условиях санкций на примере коммерческого банка // Инновационная экономика: перспективы развития и появления. 2022. № 2 (60). С. 26-32.

2. Лычева И.М., Клименко А.Ю. Современные тенденции инновационного развития банковской деятельности // Белгородский экономический вестник. 2019. № 1. С. 108-113.

3. Методы управления операционными рисками [Электронный ресурс] URL: <https://beintrend.ru> (дата обращения: 21.03.2024 г.)

4. Роль ИТ-стратегии в управлении операционными рисками ритейлового банка [Электронный ресурс] URL: <https://journal.itmane.ru> (дата обращения: 21.03.2024 г.)

5. Современный подход к управлению операционными рисками банков [Электронный ресурс] URL: <https://bosfera.ru> (дата обращения: 21.03.2024 г.)

6. Управление операционным риском в банке [Электронный ресурс] URL: <https://fisgroup.ru/> (дата обращения: 21.03.2024 г.)

УДК 388.57

Гильмутдинова Р.И.

***Научный руководитель: Зинуров В.Э., канд., техн. наук
Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия***

АНАЛИЗ ЗАВИСИМОСТИ ИНДЕКСА ДОХОДНОСТИ ОТ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

Для повышения эффективности производственных процессов важно использовать новейшие технологические решения и инновационные продукты. Использование новых технологических решений и инновационных продуктов является актуальным вопросом для повышения эффективности производственных процессов. Предприятия сталкиваются с задачей успешного внедрения инновационных технологий в производственный процесс с учетом возможных рисков. Неэффективное внедрение инноваций может привести к экономическим потерям. Для успешного определения экономической эффективности проектов по внедрению инноваций важно проводить технико-экономический анализ, оценивая преимущества и недостатки новых решений. Важным вопросом является своевременное определение экономической эффективности мероприятий по реализации инновационных проектов.

Для замены циклонов в реакторах с псевдооживленным слоем предложено устройство, которое представляет собой набор дугообразных элементов, расположенных в шахматном порядке.

Действие данного устройства основано на образовании волнообразной структуры газового потока [1-2].

Сепарационное устройство имеет ряд преимуществ. Дугообразные элементы способствуют эффективному разделению жидкости и газа, увеличивая поверхность контакта между ними и улучшая процесс сепарации. Благодаря особенной конструкции дугообразных элементов, процесс сепарации становится более эффективным и эффективным. Благодаря более эффективному процессу сепарации и уменьшению затрат на энергию, сепараторы с дугообразными элементами требуют меньше обслуживания и ремонта [3].

Принцип действия устройства основан на подаче запыленного потока воздуха в отверстие устройства 1, которой в свою очередь огибает дугообразные элементы 2, расположенные в сепарационном устройстве. Благодаря силам гравитации, действующей на частицы в газовом потоке, они могут выбиваться из газового потока и ,ударяясь о стенки устройства, оседать в бункер 7 (рис. 1).

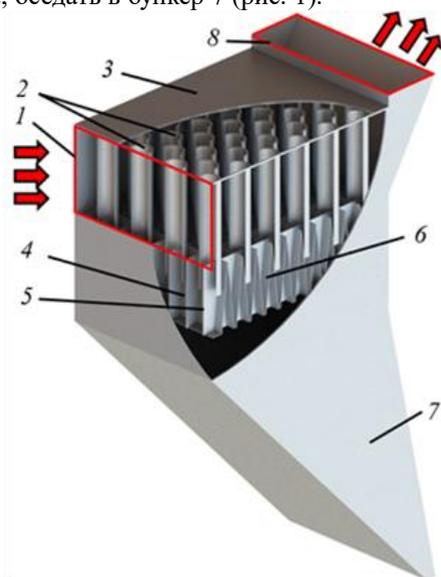


Рис. 1 – Сепарационное устройство с дугообразными элементами:
1 – подача запыленного потока; 2 – дугообразные элементы; 3 – крышка из нержавеющей стали; 4, 5, 6 – сотовые элементы; 7 – сужающийся бункер; 8 – выход очищенного газа.

Для технико-экономического анализа внедряемых устройств в производственный процесс используются методы оценки

эффективности инвестиционных проектов. Среди статических и динамических методов оценки эффективности инвестиционных проектов в данной работе выбран такой динамический метод как индекс доходности, на основе которого делается вывод эффективности проекта. Индекс доходности выражает отношение между денежными поступлениями от инвестиций и суммарными издержками на них. Он позволяет оценить, насколько выгодно и безопасно будет выполнение инвестиционного проекта, и сравнивать различные проекты между собой.

Целью работы является анализ зависимости индекса доходности от денежных потоков при вариации значений толщины стенок устройства.

На основе поставленной цели были проведены исследования в параметрической CAD-модели, где вводилось разная толщина, на основе которого изменялась стоимость материала. Толщина стенок устройства изменялась от 2 мм до 4 мм.

При исследовании принималось, что дисконтированные денежные потоки варьировались от 1250 тыс. руб до 3750 тыс. руб. Оценка дисконтированных денежных потоков помогает сравнить инвестиционные проекты, инвестиционные возможности и принимать решения на основе их текущей стоимости. Дисконтированные денежные потоки представляют собой будущие денежные суммы, которые были приведены к их текущей стоимости путем применения дисконтирования. Они включают в себя сумму финансовых потоков в год, при учете амортизационных отчислений. Также учитывается ставка дисконтирования, представляющая собой процентную ставку, которая используется для приведения будущих денежных потоков к их текущей стоимости. Эта ставка учитывает временную ценность денег и риск инвестиции. Чем выше ставка дисконтирования, тем ниже будет текущая стоимость будущих денежных потоков, и наоборот.

Индекс доходности является важным показателем, который позволяет оценить эффективность инвестиций. Этот показатель позволяет инвесторам и предпринимателям оценить, насколько успешно они использовали свои инвестиции для получения прибыли. Влияние индекса доходности может быть огромным, поскольку он позволяет принимать обоснованные решения о дальнейших инвестициях, а также оценивать эффективность текущих проектов и бизнес-процессов [4]. Высокий индекс доходности может быть свидетельством успешной стратегии и высокой прибыльности, в то время как низкий индекс может указывать на неэффективное использование ресурсов. Индекс доходности рассчитывался по формуле :

$$PI = \frac{NPV}{IC} + 1 \quad (1)$$

В формуле также фигурирует чистый дисконтированный доход NPV, показывающий оценку ценности инвестиционного проекта. Он представляет собой разницу между текущей стоимостью притоков денежных средств от проекта и текущей стоимостью его затрат. NPV позволяет оценить, принесет ли инвестиционный проект прибыль, учитывая время и стоимость денег. Положительное значение NPV означает, что инвестиционный проект или бизнес будет давать прибыль, превышающую затраты, в то время как отрицательное значение указывает на потенциальные убытки. Также в формуле фигурирует инвестиции IC, которые показывают размещение средств с целью получения прибыли и дохода в будущем.

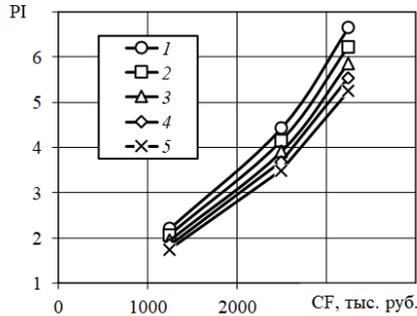


Рис. 2 – Зависимость индекса доходности от денежных потоков при вариации значений толщины стенок устройства δ , мм:

1 – 2; 2 – 2,5; 3 – 3; 4 – 3,5; 5 – 4

При внедрении устройства в технологический процесс нужно учитывать параметры, влияющие на стоимость, эффективность и производительность устройства, себестоимость устройства, включая затраты на приобретение, установку. Интеграция нового устройства в технологический процесс требует комплексного подхода и анализа указанных параметров. На рис.1 можно наблюдать влияние индекса доходности.

Таким образом, можно увидеть зависимость индекса доходности при изменении толщины стенок аппарата. Внедрение устройства в технологическую линию будет выгодным при денежных потоках более 1250 тыс.руб.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Салахова Э. И. и др. Численное моделирование улавливания мелкодисперсных частиц катализатора сепарационным устройством с дугообразными элементами: рgsjvk //Ползуновский ВЕСТНИК. – 2024. – №. 1. – С. 161-168.
2. Гильмутдинова, Р. И. Исследование потери давления в новом сепарационном устройстве / Р. И. Гильмутдинова // Энергосбережение и инновационные технологии в топливно-энергетическом комплексе : материалы Национальной с международным участием научно-практической конференции студентов, аспирантов, учёных и специалистов, Тюмень, 20–22 декабря 2023 года. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2023. – С. 137-139. – EDN NBPTOS.
3. Очистка газа пылеулавливающим устройством с дугообразными элементами / Э. И. Салахова, В. Э. Зинуров, А. В. Дмитриев [и др.] // Экология и промышленность России. – 2024. – Т. 28, № 2. – С. 12-18. – DOI 10.18412/1816-0395-2024-2-12-18. – EDN IXPTZB.
4. Чувашов А. В. Срок окупаемости и индекс доходности //Экономическая наука сегодня: теория и практика. – 2017. – С. 53-56.

УДК 338.45

Головачёва А.С.

*Научный руководитель: Молчанова В.А., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ДИНАМИКА ИНДЕКСА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

«Индекс промышленного производства - один из основных макроэкономических индикаторов развития производства (товаров, работ, услуг).» – согласно приказу Росстата от 16 января 2020 года №7 [4].

В данной статье я буду рассматривать временной период с 2019 по 2023 год включительно, чтобы проследить тенденцию развития отраслей после введения санкций. В связи с пандемией, которая началась в 2020 году за базисный период беру 2018 год. Данные взяты с сайта Федеральной службы государственной статистики [5].

Опираясь на данные из Росстата, можно отметить, что, несмотря на введение санкций в 2022-м году, индекс промышленного производства продолжил расти и сохранил положительную динамику и в 2023-м. В

2022 году, по сравнению с 2021-м, индекс вырос на 0,7%, а в 2023 году ещё на 3,5%. За последние 9 лет индекс промышленного производства показал отрицательную динамику только в 2020-м году и составил 97,9% в сравнении с 2019-м.



Рис. 1. Темп роста по отраслям промышленного производства 2019-2023 года, в % к 2018 году [5]

Индекс промышленного производства рассчитывается по сырьевой, обрабатывающей, тепло- и электроэнергетической отраслям, а также по отрасли водоснабжения, водоотведения, организации сбора и утилизации отходов. На рисунке 1, который приведён выше, можно увидеть динамику индекса промышленного производства за последние 5 лет в сравнении с 2018-м годом.

Из рисунка 1 видно, что добычи в сырьевом секторе в 2022 году замедлили свой рост, а к 2023-му и вовсе показали отрицательную динамику. Похожая ситуация наблюдается в отрасли, связанной с водоснабжением, водоотведением и утилизацией отходов. Однако в этой отрасли отрицательная динамика была замечена уже в 2022 году и сохранила тенденцию падения в 2023. Положительную динамику показали обрабатывающие производства. В сравнении с 2021 годом, в 2022-м производство выросло на 0,3%, а в 2023-м ещё на 7,5%. Касательно энергетического сектора, в нём также сохраняется положительная динамика.

В 2022 году в сырьевом секторе зафиксирован рост добычи бурого угля на 20,1% к 2021 году. Также увеличились объёмы добычи прочих полезных ископаемых, включая камень, щебень и песок [1].

Публикация данных о динамике добычи нефти и газа приостановлена в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 26 апреля 2023 г. № 1074-р.

В обрабатывающих производствах темпы роста продемонстрировала отрасль пищевых продуктов. В 2022 году производство сократилось в связи с остановкой работы иностранных предприятий на территории РФ, а в 2023 году с помощью импортозамещения был восстановлен рост производства. При этом объёмы выпуска напитков уменьшаются. Интересный факт, что после 2021 года производство табачных изделий стало показывать отрицательную динамику. Возможно, так могло произойти из-за пропаганды здорового образа жизни.

Также, несмотря на санкции, производства одежды и обуви продолжили выпуск своей продукции в больших объёмах. Производство резиновых и пластмассовых изделий в 2023-м году выросло на 9,2% с 2022-го. Производство компьютеров, электронных и оптических изделий выросло на 32,8%, а производство паровых котлов, кроме котлов центрального отопления, выросло на 57,3%.

Больше всего санкции повлияли на производство автотранспортных средств. В 2022 году их производство сократилось почти вдвое, однако с того момента выпуск легковых машин растёт.

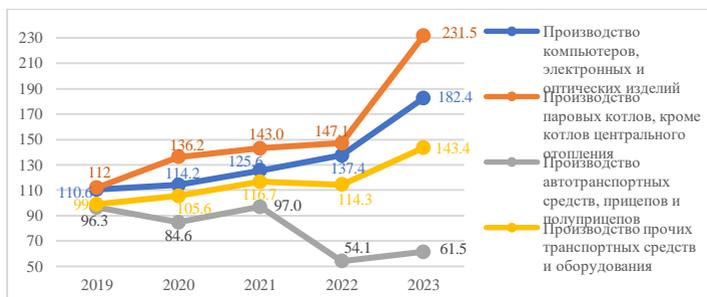


Рис.2. Динамика производств обрабатывающего сектора 2019-2023, в % к 2018 году [5]

Отрицательную динамику показали производство бумаги и бумажных изделий (на 1,4%), а также распиловка и строгание древесины (-3,5%). Производство спортивных товаров сократилось на 6,3%. Всё вышесказанное отображено в таблице 1.

Таблица 1. Темп роста промышленного производства по отраслям, в % к предыдущему году [5]

	2021	2022	2023
Производство пищевых продуктов	104,2	101,1	105,9
Производство напитков	107,6	106,7	101,4
Производство табачных изделий	102,3	93,1	89,8
Производство одежды	107,4	109,1	104,1
Производство обуви	110,7	104,1	111,5
Производство резиновых и пластмассовых изделий	110,5	100,2	109,2
Производство компьютеров, электронных и оптических изделий	109,9	109,4	132,8
Производство паровых котлов, кроме котлов центрального отопления	105,0	102,9	157,3
Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов	114,6	55,8	113,6
Производство бумаги и бумажных изделий	110,2	99,8	98,6

Энергетический сектор за два года показал рост индекса производства на 0,7%. В то время в отрасли, связанной с водоснабжением, водоотведением, утилизацией отходов и ликвидацией загрязнений с 2021 года индекс снизился на 5,7%.

Подводя итоги, можно сказать, что санкции однозначно повлияли на весь российский рынок промышленного производства, что хорошо видно по статистике за 2022 год. Не мало производств в этом году показали отрицательную динамику, однако также было много тех, у кого получилось сохранить положительную, сократив производство в сравнении с предыдущим 2021 годом.

Хочется отметить, что несмотря на остановку работы иностранных предприятий, прекращение ими сервисного обслуживания, поставки инструментов и запасных частей на добывающие и производственные предприятия на территории Российской Федерации, уже в 2023 году большинство производств с помощью импортозамещения показали положительную динамику и восстановили рост объёма производств.

Благодаря государственной поддержке частного бизнеса в виде грантов, помощи с созданием и льготным налогообложением производственных кластеров, удалось в краткие сроки освоить выпуск оборудования, узлов и деталей, взамен иностранных производителей.

Самый большой рост был замечен в секторе производства автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов (57,8%), прочих транспортных средств и оборудования (25,5%), производство компьютеров, электронных и оптических изделий (22,9%),

производство паровых котлов, кроме котлов центрального отопления, выросло на 57,3%. А в сырьевом секторе добыча бурого угля увеличилась на 20,1% с 2021-го года.

На основании открытых статистических данных и публичной активной работы правительства, мы наблюдаем содействие в выкупе крупных иностранных предприятий российским бизнесом и скорейшему их запуску, что приводит к росту выпуска продукции импортозамещения. В пример можно привести передачу остановленного завода Renault в муниципальную собственность, где сейчас производят автомобили марки "Москвич". Покупка простаивавшего завода Hyundai и запуск конвейера по выпуску 4-х марок автомобилей под брендом "Solaris". Выкуп компаний MacDonald, Pizza Hut, SHE'LL, Mercedes-Benz, Toyota, Volkswagen, Nissan, Continental и Nokian.

Можно с уверенностью сказать, что в 2024-й и последующие годы, нас ожидает рост большинства секторов экономики и появление множества новых предприятий, которые будут выпускать ранее не изготавливавшуюся в России наукоёмкую продукцию: электромобили, бытовую и офисную технику, сложные медицинские приборы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Динамика промышленного производства в июле 2023 года. — Текст: электронный // Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 20.02.2024).
2. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общ. ред. проф. А.С.Трошина. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2024 – 243 с.
3. О промышленном производстве в 2022 году. — Текст: электронный // Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 20.02.24).
4. Об утверждении официальной статистической методологии исчисления индекса промышленного производства. — Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. — URL: <https://docs.cntd.ru> (дата обращения: 19.02.23).
5. Промышленное производство. — Текст: электронный // Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 20.02.2024).

Голуб Е.Д.

*Научный руководитель: Дубровина Т.А., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИКИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ

В современном мире экономика является основой развития любого государства. Она определяет уровень жизни населения, возможности для развития бизнеса и перспективы для сотрудничества с другими странами. В этой статье мы рассмотрим экономику Великобритании, её основные отрасли, особенности и перспективы развития.

Великобритания является одной из ведущих экономик мира. Она обладает развитой инфраструктурой, квалифицированной рабочей силой и высоким уровнем жизни. Изучение экономики Великобритании позволяет понять, как работает современная рыночная экономика, какие факторы влияют на её развитие и какие перспективы она имеет.

Я собираюсь провести анализ экономики Великобритании, выявить её особенности и рассмотреть следующие задачи:

- рассмотреть общие сведения о Великобритании;
- изучить основные экономические показатели страны;
- рассмотреть отраслевую структуру Великобритании
- исследовать финансовую систему;
- определить основные направления международных экономических отношений;
- определить доходы населения, занятость и безработицу;
- выявить экономические регионы Великобритании;
- сформулировать особенности экономики Великобритании.

Великобритания – островное государство, занимающее территорию Британских островов, располагающееся в восточной части Атлантического океана, в непосредственной близости от берегов континентальной Европы и отделённое от неё небольшим проливом. Другое официальное название страны – Соединённое Королевство Великобритании и Северной Ирландии. Наибольшее количество жителей – англичане, в том числе и поэтому, страну ещё называют Англией. Столица – город Лондон, считается в Европе одним из самых больших.

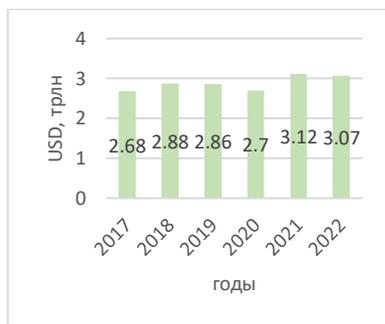


Рис. 1 – Динамика ВВП Великобритании

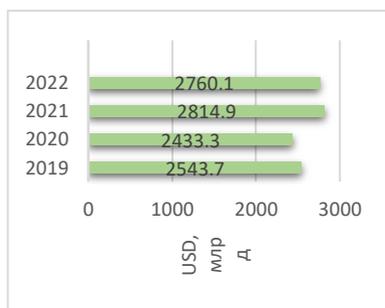


Рис. 2 – Динамика ВДС

По рис. 1 видно, что наибольший ВВП был в 2021 году (он составил 3,12 трлн \$), а наименьший – 2017 году (2,68 трлн \$).

На 2022 г. Экономика имеет следующие показатели: годовой темп роста ВВП равен 1,3%; темп роста ВВП показал -0,2%; ВВП на душу населения: 46831 USD.

Из рис. 2 можно сделать вывод, что наибольшая ВДС была в 2021 году (2814,9 млрд \$), а наименьшая ВДС – в 2020 году (2433,3 млрд \$).

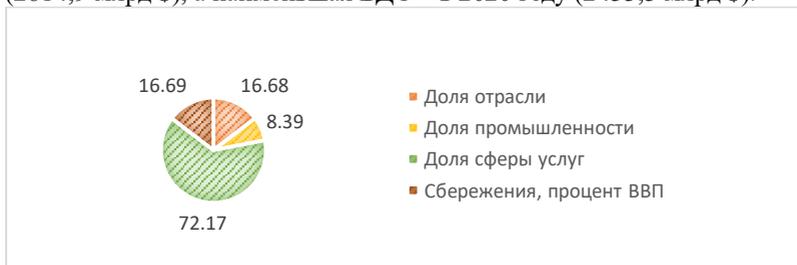


Рис. 3 – Валовая добавленная стоимость по видам деятельности (%)

Из рис. 3 можно сделать вывод, что наибольшая ВДС приходится на долю сферы услуг ($\approx 72\%$), на втором месте – сбережения, процент ВВП ($\approx 17\%$) и доля отрасли ($\approx 17\%$), а на третьем месте – доля промышленности ($\approx 8\%$).

Основными отраслями экономики Великобритании являются:

- Промышленность.
- Сельское хозяйство.
- Строительство.
- Сфера услуг.

Основные элементы финансовой системы Великобритании:

- Центральный банк.
- Коммерческие банки.
- Страховые компании.
- Пенсионные фонды.
- Инвестиционные фонды.
- Фондовый рынок.
- Рынок облигаций.
- Валютный рынок.
- Рынок деривативов.

Основные направления международных экономических отношений Великобритании:

- Торговля.
- Инвестиции.
- Международное сотрудничество.
- Туризм.

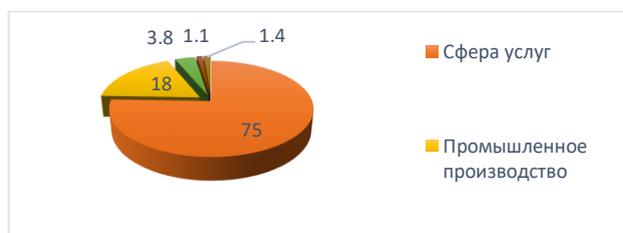


Рис. 4 – Структура занятости (%)

Из рис. 4 можно сделать вывод, что наибольшая часть населения занята в сфере услуг, на 2 месте – промышленное производство и наименьшее количество занято в строительстве, лесном, рыбном и с/х, добывающей отрасли, энергетика.

Уровень жизни в Великобритании один из самых высоких в мире.

Доходы населения складываются из заработной платы, социальных выплат и доходов от собственности.

Занятость в Великобритании является одной из самых высоких в Европе. Уровень безработицы составляет около 4 %. Это один из самых низких показателей в Европе.

Безработица в Великобритании является низкой и стабильной. Это связано с высоким спросом на рабочую силу, эффективной системой трудоустройства и социальной защиты безработных.

Великобританию можно разделить на несколько экономических районов, каждый из которых имеет свои особенности и специализацию.

1. Юго-Восточный специализируется на финансовых услугах, туризме, образовании и других отраслях сферы услуг. Здесь также расположены крупные промышленные предприятия, такие как автомобилестроительные заводы и химические предприятия.

2. Западно-Мидлендский район специализируется на производстве автомобилей, электроники, текстиля и других товаров.

3. Йоркшир и Хамбер специализируется на производстве стали, угля, текстиля и других товаров.

4. Восточный Мидленд специализируется на производстве автомобилей, электроники, текстиля и других товаров.

5. Северо-Западный район специализируется на производстве автомобилей, электроники, текстиля и других товаров.

6. Уэльс специализируется на добыче угля, производстве стали, текстиля и других товаров.

7. Шотландия специализируется на производстве виски, текстиля, электроники и других товаров.

Особенности экономики Великобритании:

1. Развитая сфера услуг является наиболее быстрорастущей отраслью экономики Великобритании. Она включает в себя финансовые услуги, туризм, образование, здравоохранение и другие услуги.

2. Либерализация экономики способствует развитию конкуренции, инноваций и повышению эффективности экономики.

3. Высокий уровень жизни обеспечивается развитой экономикой, высоким уровнем образования и квалификации рабочей силы.

4. Развитая инфраструктура, которая обеспечивает эффективное функционирование экономики, включает в себя транспортную сеть, энергетическую систему, телекоммуникации и другие элементы инфраструктуры.

5. Высокий уровень инноваций способствует развитию новых отраслей экономики, повышению конкурентоспособности и улучшению качества жизни.

6. Зависимость экономики от международной торговли делает её уязвимой к колебаниям валютных курсов, изменению цен на сырьё и товары, а также к политическим и экономическим кризисам в других странах.

7. Высокий уровень государственного долга, который может создавать риски для экономики в случае ухудшения экономической ситуации.

Великобритания - одна из крупнейших экономик мира с долгой историей развития. Одной из ключевых особенностей экономики Великобритании является её финансовый сектор, который играет значительную роль в мировой финансовой системе. Также стоит отметить разнообразие отраслей экономики Великобритании, включая производство, услуги, туризм, высокие технологии и другие. Эта диверсификация помогает стране справляться с экономическими колебаниями и обеспечивает устойчивость. Важным аспектом экономики Великобритании является также её открытость для международной торговли и инвестиций. Страна активно участвует в международной торговле и имеет развитые торговые связи с различными странами.

В целом, экономика Великобритании остается важным игроком на мировой арене, сочетая в себе традиции и инновации, диверсификацию и открытость. Страна имеет все возможности для дальнейшего развития и успешного соперничества на мировой экономической сцене.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Прыгун, В. П. Роль Великобритании в мировой экономике: последствия Brexit, тенденции и перспективы развития / В. П. Прыгун, Т. Ю. Сидорова // *The Newman in Foreign Policy*. – 2023. – Т. 1, № 70(114). – С. 34-37.

2. Короткая, А. Г. Место и роль Великобритании в мировой экономике / А. Г. Короткая // *Digital*. – 2022. – Т. 3, № 1.

3. Пехтерева, Е. А. Феномен Брексита: что изменилось для экономики Великобритании / Е. А. Пехтерева // *Социальные новации и социальные науки*. – 2022. – № 2(7). – С. 83-108.

4. Мурин, Б. А. Экономика Великобритании: проблемы повышения конкурентоспособности на мировом рынке / Б. А. Мурин // *Валютное регулирование. Валютный контроль*. – 2020. – № 1. – С. 29-36.

5. Национальные социально-экономические системы в условиях перехода к новому технологическому укладу / под ред. Куприянова С.В. – Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова, 2021. – 302 с.

УДК 338.46

Гончарова А.С.

*Научный руководитель: Люлюченко М.В., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СИСТЕМНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Последние несколько лет государство развивается в рамках рыночных отношений, обеспечивающих рост возможностей для реализации внешнеэкономической деятельности. Это и обуславливает рост интереса к маркетингу, как к одной из современных и эффективных концепций рыночного управления.

Осуществление управленческой деятельности в отношении хозяйствующего субъекта должно вестись с учетом актуальных преобразований. Необходимо ориентироваться на положения системного маркетинга, характеризующегося в качестве комплексной совокупности управленческих приемов, обеспечивающих результативность функционирования предприятия в условиях рыночной экономики.

Актуальность данной темы не вызывает сомнений, потому как постоянный рост и изменения потребительского спроса, усиливающаяся стремительными темпами конкурентная борьба – это факторы, обосновывающие возникшую необходимость укрепления позиций компаний на рынке. В связи с этим, многие торговые предприятия обращаются к возможностям управления собственной деятельностью на базе актуализации маркетинга. В бизнес-кругах ведутся постоянные дискуссии, касающиеся грамотных реакций на происходящие изменения, исключая при этом неудовлетворение имеющихся потребностей, свойственных как реальной, так и потенциальной целевой аудитории.

На текущий момент приоритетной задачей является обеспечение стратегического успеха предприятия за счет создания конкурентных преимуществ. Это возможно обеспечить за счет применения системного

маркетинга, воспринимаемого в качестве средства эффективизации различных экономических систем.

Говоря о маркетинге, стоит охарактеризовать его в качестве системы организационно-управленческого характера, актуальной для производственно-сбытовой деятельности предприятия, учитывающей актуальные рыночные возможности и потенциал компании; воздействующей на выработку целей и задач, способствующих практической реализации стратегии предприятия. Следственно, маркетинг обладает набором методов и инструментов, нацеленных на мониторинг рыночной среды, поведение потребителей.

Маркетинг воспринимается в английском языке в качестве рынка или же рыночной деятельности, работы с данными категориями.

На самом деле такое определение данного понятия является общим и не обеспечивает полное раскрытие его сущностной составляющей. Обратив внимание на мировую экономическую литературу, стоит отметить, что в ней представлено множество толкований указанного понятия.

Маркетинг можно охарактеризовать в качестве приоритетной формы реализации участниками рынка деятельности; функции организационного характера; совокупности процессов, ориентированных на выработку, продвижение, предоставление товаров или услуг потребителям, управления взаимоотношениями на выгодной для компании основе.

Основная цель маркетинга заключается в обеспечении достижения цели предприятия, выраженной в стремлении достичь желаемого объема продаж, получения прибыли и стабильности финансовых возможностей. Для этого многими предприятиями ведется аналитическая работа актуальных потребностей и возможностей рынка. На основании полученных данных вырабатывается определенная продуктивная, ценовая, коммуникационная, сбытовая стратегии.

Благодаря маркетингу предприятие развивается за счет достижения базовых целей с минимальным использованием имеющихся ресурсных возможностей, что обеспечивает стабильное развитие компании.

Что касается устойчивости развития предприятий, то соответствующий процесс предусматривает необратимые закономерные изменения структурной составляющей, способствующей переходу на новый качественный уровень (абсолютно новое состояние). Реализация представленных изменений возможна за счет применения различных маркетинговых инструментов, обеспечивающих принятие

грамотных инвестиционных решений, ориентированных на получение желаемых социально-экономических результатов.

Обращая внимание на существующую научную и практическую литературу, касающуюся бизнес-сферы, стоит отметить актуальные для нее вопросы об эффективности маркетинга и соответствующей деятельности, ее совершенствовании. Итак, мы можем определить перспективы современного маркетинга.

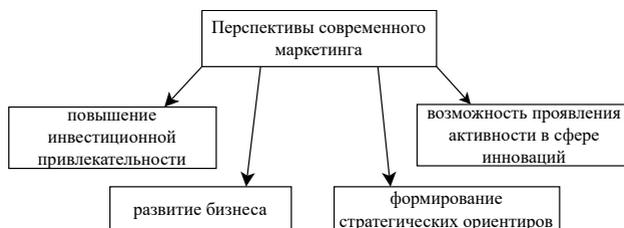


Рис. 1. Перспективы современного маркетинга

При ведении бизнеса на основании маркетинговых концепций у компаний возникают определенные сложности, вызванные не системностью и недостаточностью использования актуальных для него инструментов, способных увеличить эффективности и конкурентоспособность бизнеса.

В рамках реализации практической деятельности возможно использование комплексного подхода, учитывающего специфику принимаемых управленческих решений, способствующих повышению эффективности рассматриваемого маркетинга на основании систематизированных показателей бизнеса и соответствующей деятельности. Он предусматривает создание и реализацию программы планируемых изменений по оптимизации соответствующих показателей вне зависимости от воздействия внешней среды и ресурсной насыщенности компании.

Благодаря реализации маркетинговой деятельности можно обеспечить создание конкретных условий реализации работы в рамках конкретного рынка. В данном случае речь идет о стратегических направлениях, характеристике товаров, способов ведения предпринимательства, актуализации преимуществ (обеспечивающих возможность нахождения среди лидеров на рынке). Для того чтобы маркетинг был успешным, могут использоваться различные организационные и аналитические инструменты, позволяющие, в том числе, и корректировать маркетинговую деятельность в целом.

Резюмируя вышесказанное, нельзя не отметить, что комплексный подход, используемый в целях проведения аналитической работы маркетинга, основывающегося на системном подходе, воспринимаемого в качестве инструмента управления и реализации бизнес-деятельности, основывающегося на разностороннем понимании маркетинговой деятельности. Указанная концепция должна касаться, как стратегической результативности данного явления, так и его скорой адаптивности в постоянно изменяющихся реалиях действительности и рынка.

Подход, используемый в целях оптимизации эффективности маркетинговой деятельности, должен иметь как теоретическое, так и методологическое обоснование. Осуществление управления различными преобразованиями возможно с опорой на диагностические результаты, достигнутые в ходе исследования актуальной для предприятия маркетинговой стратегии, внешней и внутренней среды, а также с учетом роста ресурсных возможностей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. 2022. 414 с.
2. Карпова С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры – М.: Издательство Юрайт. – 2019. 181 с.
3. Конева Е. Ю. Маркетинг как инструмент развития предприятия // Молодой ученый. 2021. № 29 (215). С. 67–68.
4. Тарасов Д. Н. Маркетинг как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия // Вестник ИЭАУ. 2020. № 8. 10 с.
5. Тойменцева И. А. Маркетинг в стратегическом управлении и планировании предприятиями сферы услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2021. № 1 (135). С. 66–78.
6. Овчарова Н. В. Маркетинговые технологии оценки рынка инновационных продуктов и их рыночного потенциала // Белгородский экономический вестник. 2021. № 1. С. 50–55.

Гончарова А.С.

*Научный руководитель: Медведев И.П., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИЗМЕНЕНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ НА РЫНКЕ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Последние несколько лет главной тенденцией развития экономики является появление цифровых технологий в различных сферах жизни общества. Цифровизация экономики отразилась и на рынке труда. Некоторые профессии начали устаревать из-за автоматизации рабочих процессов, но появились и новые варианты трудоустройства в онлайн-сфере.

Актуальность данной темы не вызывает сомнений, потому как цифровая трансформация экономики является стратегией многих государств, в том числе и России. Поэтому была создана национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Она обеспечивает ускоренное внедрение цифровых технологий в экономике и социальной сфере.

Под цифровой (электронной) экономикой понимается экономика, характерной особенностью которой является максимальное удовлетворение потребностей всех её участников за счет использования информации, в том числе персональной [1]. Переход к цифровой экономике оказывает существенное влияние на рынок труда. Это влияние связано с масштабной трансформацией требований к специалистам. Поэтому на данный момент профессии начинают появляться и исчезать все быстрее и быстрее с рынка труда.

Распространение сферы услуг и глобальных сетей имеют прямую взаимосвязь с развитием технологий. Новые информационные технологии, совершенствование логистики и транспорта, улучшение качества и уменьшение стоимости инфраструктуры дают возможность организациям анализировать и сравнивать цены в режиме реального времени, осуществлять операции и управлять производством. Новые технологии, несомненно, привели к созданию новых форм труда, в том числе работы через интернет-плат-формы, мобильные приложения [2].

Можно выделить основные тенденции, связанные с изменением рынка труда в эпоху цифровой экономики. Главной тенденцией современного этапа развития рынка труда стала удаленная работа. В условиях пандемии с марта 2020 года её использование расширилось.

Это способствовало развитию цифровой экономики. Одной из её ключевых характеристик стали платформы цифрового труда. Они позволяют частным лицам и клиентам предприятий организовывать поездки, заказывать продукты питания и товары медицинского назначения, находить исполнителей-фрилансеров для разработки веб-сайтов и выполнения других заданий. Платформы цифрового труда можно разделить: онлайн-платформы на основе веб-технологий (например, разработка сайта предприятия) и платформы на основе геолокации (например, сервисы такси, сервисы доставки еды). Эти платформы оказывают значительное влияние на будущее сферы труда, поскольку они меняют традиционные трудовые отношения [3].

Развитие данных платформ является перспективным для развитых стран, так как способствует расширению возможностей получения доходов работниками. В виртуальное пространство переходит всё больше трудовых отношений и видов занятости. Растёт доля частичной и разовой занятости. Это ведёт к появлению гибких форм участия профессионалов в работе. В результате работодатель будет вынужден ориентироваться на производство в «облаке» и перейти к матричной структуре управления. Она осуществляется через информационные технологии территориально распределёнными проектными командами.

Следующая тенденция – это использование искусственного интеллекта. Искусственный интеллект уже активно начинают внедрять в отраслях розничной торговли и производства, также в сферу медицины. Искусственная интеллектуальная система – это программно-аппаратный комплекс, способный решать творческие задачи, относящиеся к конкретным предметным областям, знания о которых хранятся в памяти. Она способна выполнять задачи в изменяющихся, непредсказуемых обстоятельствах без контроля со стороны человека, она в состоянии обучаться, совершенствуя свои параметры [4]. На данный момент искусственный интеллект не обладает мыслительными способностями, сравнимыми с человеческими, но многие государства стремятся развивать технологии искусственного интеллекта. Это ведёт к тому, что со временем профессии с рутинными задачами уйдут с рынка труда. Сотрудники и профессиональные союзы, которые защищают их права и интересы, обеспокоены тем, что распространение искусственного интеллекта на рабочих местах может ограничить права работников.

Профессии, требующие высокой квалификации, также могут быть подвержены риску замены системами искусственного интеллекта. По мере развития технологий искусственного интеллекта, он будет всё больше применяться для решения производственных задач. Круг этих

задач постоянно расширяется, а сложность доступных для решения задач возрастает. В результате риск потери рабочих мест увеличивается и для высококвалифицированных специалистов. Некоторые эксперты, включая нобелевских лауреатов по экономике, считают, что человеческий труд может стать неактуальным на рынке труда уже через несколько десятилетий.

Рассмотрим следующую тенденцию – появление гиг-экономики. По мнению Л.В. Липидус, гигономика (*hygonomics*) или гиг-экономика (*gig economy*) – это всеобщее распространение новых видов частичной занятости и краткосрочных трудовых контрактов вместо долгосрочных трудовых отношений с работодателем на основе штатного трудоустройства. В то же время под гигономикой следует понимать новую социально-экономическую модель совместного использования трудовых ресурсов/профессиональных навыков при условии, что работник может одновременно совмещать сразу несколько должностей в разных компаниях, расположенных в любой точке мира посредством цифровых (электронных) сервисов [5].

В целом новая экономическая модель оказалась удобной всем. Бизнес может привлекать неограниченное число как профессиональных, так и неквалифицированных исполнителей, не тратясь на содержание штатных работников. Самозанятые получают свободу выбора заказчика, проекта и времени его исполнения. В новой экономической модели задействована пятая часть всего трудоспособного населения страны. И число людей, предпочитающих свободу предпринимательства, продолжает расти. Ежедневно в статусе самозанятых регистрируется 8,5 тысяч человек. Процесс распространения гиг-экономики неизбежен. Это очевидно и для государства, которое начинает адаптировать законодательство к новым реалиям рынка труда.

Чтобы адаптироваться к изменениям на рынке труда, нужно совершенствовать систему образования и повышения квалификации сотрудников, учитывая спрос на цифровые и универсальные навыки. Также важно улучшать правовое регулирование новых форм занятости, чтобы защитить права и интересы как работников, так и работодателей. Кроме того, необходимо поддерживать социальный диалог и сотрудничество между государством, бизнесом и общественными организациями по вопросам развития рынка труда и занятости в эпоху цифровых технологий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Введение в «Цифровую» экономику / под общ. ред. А. В. Кешелава. Москва: ВНИИгеосистем, 2017. 28 с.
2. Медведева Т. И., Селиверстов Ю. И. Анализ влияния цифровизации экономики на рынок трудовых ресурсов // Белгородский экономический вестник. 2022. №2. С. 3–9.
3. Сапрыкин В. А., Бочкова Т. А. Рынок труда: текущее состояние и современные тенденции // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 4–2. С. 101–104.
4. Филипова А. И. Влияние цифровых технологий на труд: ориентиры для трудового права: монография. Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н. И. Лобачевского. 2021. 106 с.
5. Романец И. И., Вербовский Г. Д. Гиг-экономика как новая форма рыночных отношений // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. №1 (51). С. 186–192.

УДК 336.71.078.3

Григорьева С.В.

*Научный руководитель: Чикина Е.Д., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ НОРМАТИВЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РОССИИ

Повышение эффективности деятельности банковской системы – основная задача любой страны, которая хочет построить стабильную и растущую экономику. Именно поэтому вся деятельность организаций, входящих в банковский сектор, строго контролируется и регулируется государством на законодательном уровне, что позволяет поддерживать стабильность как рынка банковских продуктов в целом, так и каждого конкретно взятого его участника. Основным мегорегулятором в России, как и во многих странах мира, в полномочия которого входит все выше перечисленное – это Центральный Банк РФ (Банк России) [7].

Помимо стабильности экономической системы и банковского сектора в том числе, важнейшей задачей регулирования банковской деятельности Банком России является защита интересов участников, без которых невозможно представить работу не одной кредитной организации – вкладчиков и кредиторов. При этом для ЦБ РФ важно придерживаться принципа невмешательства в оперативную

деятельность участников банковского сектора. Исключения составляют ситуации, прописанные в федеральных законах.

Осуществляет же регулирование деятельности кредитных организаций Банк России через определение условий их функционирования. В число таких условий входят:

- выполнение обязательных нормативов деятельности коммерческих банков;
- следование установленным правилам осуществления банковских операций;
- ведение бухгалтерского учета по определённым требованиям;
- составление и представление отчетности и статистических данных в уполномоченные органы в соответствующей форме и в установленные законом сроки [1].

В статье рассмотрим наиболее важный аспект регулирования функционирования коммерческих банков Центральным Банком Российской Федерации – обязательные нормативы деятельности банков.

Обязательные нормативы ЦБ РФ — ряд показателей деятельности банков, вычисляемых определенным способом, которые должны соблюдаться каждым зарегистрированным, и осуществляющим свою деятельность на территории России, банковским учреждением [5].

Другими словами, обязательные нормативы банков – это свод правил и ограничений, которые устанавливаются органами государственной власти для регулирования деятельности кредитных организаций и обеспечения надежности всей банковской системы. По своей сущности, нормативы – это минимальные требования к капиталу, ликвидности, резервированию и другим аспектам функционирования банков.

Как правило, обязательные нормативы банков включает требования к минимальному размеру капитала, соотношению собственных средств и активов, ликвидности, минимального размера обязательных резервов, правлению рисками и т.д. Данные показатели устанавливаются Центральным банком или крупными международными организациями.

Обязательные нормативы имеют большое значение не только для всей экономики в целом, но и для отдельных кредитных организаций. Следующие положения доказывают их роль:

- защита интересов вкладчиков и держателей депозитов и заемщиков;
- предотвращение кризисов, возникающих в финансовой системе;

– повышение эффективности деятельности кредитных организаций [4,8].

Выполнение обязательных нормативов является важным условием деятельности всех банков. Но в зависимости от вида лицензии, которой обладает кредитная организация – базовая или универсальная, к ней предъявляются разные требования.

Так, для банков с базовой лицензией ЦБ РФ в Инструкции Банка России от 06.12.2017 г. № 183-И «Об обязательных нормативах банков с базовой лицензией» установил пять обязательных нормативов, представил их числовые значения и методику расчета [2].

Расчет обязательных нормативов банков с универсальной лицензией осуществляется в соответствии с Инструкцией Банка России от 29 ноября 2019 г. N 199-И «Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам достаточности капитала банков с универсальной лицензией» [3].

Представленная в данном документе методика является достаточно сложной для стороннего пользователя, поэтому на сайте Центрального Банка РФ периодически публикуются отчеты о соблюдении обязательных нормативов. Эта информация находится в открытом доступе, так что любая заинтересованная сторона может ей воспользоваться.

Основные и наиболее важные нормативы банков будут описаны подробно ниже. В табл.1 представлен полный перечень данных показателей.

Таблица 1. Обязательные нормативы для банков с универсальной лицензией [3]

Наименование	Допустимое значение
Нормативы достаточности	
Норматив достаточности базового капитала банка $H_{1.1}$	$\geq 4,5\%$
Норматив достаточности основного капитала $H_{1.2}$	$\geq 6\%$
Норматив достаточности собственного капитала $H_{1.0}$	$\geq 8\%$
Норматив финансового рычага $H_{1.4}$	$\geq 3\%$
Нормативы ликвидности банка	
Норматив мгновенной ликвидности банка H_2	$\geq 15\%$
Норматив текущей ликвидности банка H_3	$\geq 50\%$
Норматив долгосрочной ликвидности банка H_4	$\leq 120\%$
Остальные нормативы	
Норматив максимального размера риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков H_6	$\leq 25\%$
Норматив максимального размера крупных кредитных рисков H_7	$\leq 800\%$

Норматив максимального размера риска на связанное с банком лицо (группу связанных с банком лиц) Н ₂₅	≤20%
Норматив использования собственных средств (капитала) банка для приобретения акций (долей) других юридических лиц Н ₁₂	≤25%
Норматив минимального соотношения размера ипотечного покрытия и объема эмиссии облигаций с ипотечным покрытием Н ₁₈	≥100%

Нормативы ликвидности являются важнейшим аспектом деятельности коммерческого банка. Вследствие этого на сайте ЦБ РФ периодически публикуются отчеты о соблюдении этих требований, на основе которых рейтинговыми агентствами ежемесячно составляются списки кредитных организаций.

На рис.1 представлен рейтинг лидеров банковского сектора РФ по значению обязательного норматива достаточности собственного капитала (Н₁).

По месту Сбербанка, Тинькофф Банка, Альфа-Банка, ВТБ можно сделать вывод о том, что коммерческие банки, входящие в десятку крупнейших кредитных организаций, могут значительно отставать от менее развитых банков по уровню достаточности капитала.

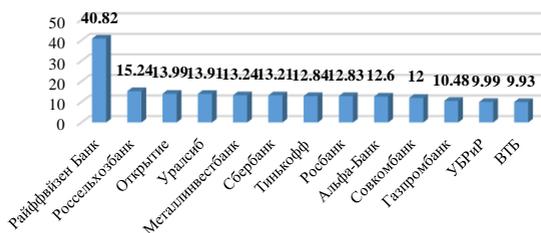


Рис.1. Уровень показателя Н₁ лидеров банковского сектора РФ на 01.01.2024 г. [6]

Такую же ситуацию можно наблюдать в рейтинге банков по соблюдению норматива текущей ликвидности банка (рис.2).

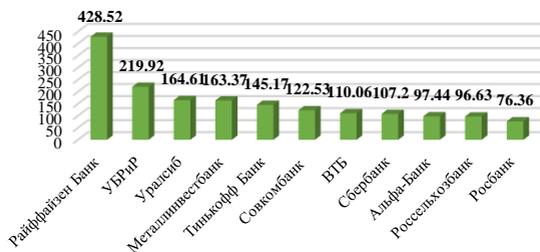


Рис.2. Уровень показателя H3 лидеров банковского сектора РФ на 01.01.2024 г. [6]

Более низкие показатели ликвидности лидеров банковского сектора связаны с тем, что они ведут деятельность с более высоким риском для повышения доходности осуществляемых операций.

Таким образом, можно заключить, что обязательные нормативы банка – это один из важнейших инструментов Банка России, который используется для регулирования деятельности всего банковского сектора и отдельных кредитных организаций. Несоблюдение обязательных нормативов влечет применение к банку санкций в виде ограничения осуществления отдельных операций или полного лишения лицензии. Также стоит отметить, что ЦБ РФ осуществляет непрерывный надзор за соблюдением требований к капиталу, ликвидности и степени риска банка и составляет ежемесячные рейтинги кредитных организаций по их уровню.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Указание Банка России от 25 октября 2013 г. N 3089-У "О порядке осуществления надзора за банковскими группами" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru> (дата обращения: 23.02.2024).

2. Инструкция Банка России от 6 декабря 2017 г. № 183-И "Об обязательных нормативах банков с базовой лицензией" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc> (дата обращения: 23.02.2024).

3. Инструкция Банка России от 29 ноября 2019 г. N 199-И "Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам достаточности капитала банков с универсальной лицензией" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru> (дата обращения: 23.02.2024).

4. Бухонова С.М., Максимчук Е.В., Чикина Е.Д. и др. Анализ современного состояния финансового сектора экономики с целью повышения инвестиционной привлекательности региона: монография. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2020. - 135 с.

5. Парахина, Д. С. Роль обязательных экономических нормативов ЦБ РФ в деятельности кредитных организаций / Д. С. Парахина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 44 (230). — С. 152-154. — URL: <https://moluch.ru> (дата обращения: 22.02.2024).

6. Рейтинг банков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru> (Дата обращения: 20.03.2024)

7. Савдерова, А. Ф. Регулирование структуры капитала и применение обязательных нормативов банков: отечественный и зарубежный опыт / А. Ф. Савдерова, Н. С. Павлов // Регионы России в меняющемся мире. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2023. – С. 148-152.

8. Яблонская, А. Е. Основы деятельности кредитной организации: Учебное пособие для студентов направления 38.03.01 - Экономика, профиля подготовки «Финансы и кредит» / А. Е. Яблонская, Е. Д. Чикина, А. А. Букурова. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2023. – 115 с. – ISBN 978-5-361-01143-8. – EDN OQODJS.

УДК 338.1

Гузеева В.Ю.

Научный руководитель: Стрекозова Л.В., доц.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АНАЛИЗ РЫНКА СТРОИТЕЛЬСТВА ДОРОГ В РОССИИ

В современной России строительство и реконструкция дорожной инфраструктуры играют важную роль в обеспечении безопасности и комфорта передвижения для жителей и бизнеса, а также в развитии экономики страны. Рынок строительства дорог остается одним из приоритетных сегментов инфраструктурного строительства, в котором активно внедряются инновационные технологии и материалы. В данном анализе мы рассмотрим текущее состояние и перспективы развития рынка строительства дорог в России, выявим основные тренды и факторы, оказывающие влияние на эту отрасль, а также предполагаемые перспективы развития в 2024 году.

Дорожное строительство является важнейшей частью экономической системы. Сказанное наиболее актуально для России, территория которой исчисляется десятками тысяч километров [2].

Реализация приоритетных национальных проектов подразумевает новый этап в развитии и становлении дорожной сети России. Он характеризуется переходом на создание сложных композитных конструкций дорожных одежд полифункционального значения, которые обеспечивают повышенную комфортность, долговечность и высокие транспортно-эксплуатационные свойства автомобильных дорог [3].

На начало 2023 года, согласно данным Федерального дорожного агентства (Росавтодор), протяженность автомобильных дорог (с твердым покрытием и грунтовые) на территории Российской Федерации составила 567527,8 км, что на 472,17 км больше, чем годом ранее (на начало 2022 года протяженность составляла 567055,6 км). Несмотря на то, что в 2022 году рост суммарной длины автодорог РФ замедлился — для сравнения, в 2021 году в эксплуатацию было введено 1179,5 км автодорог — инфраструктурные дорожные работы активно продолжаются [1]. К концу 2024 года отрасль автодорожного строительства должна выйти на новый рубеж - привести в нормативное состояние 85% дорог в крупнейших городах.

Подорожала ли реализация проектов в кризис?

Более заметной проблемой для строительной отрасли в 2023 году стало удорожание уже реализуемых проектов, уверены представители 88,2% опрошенных организаций. Лишь в 11,8% из них считают, что стоимость реализации проектов не изменилась. В большинстве (60%) ответивших положительно на этот вопрос компаний, считают, что диапазон удорожания находится в пределах от 11% до 25%. Более оптимистично видят ситуацию в 26,7% организаций, где полагают, что увеличение стоимости реализуемых проектов составляет до 10%. И в меньшинстве (13,3%) строительных компаний посчитали, что она в 2022 году выросла более, чем на 25%. В 82,4% опрошенных организаций убеждены, что стоимость реализации будущих проектов вырастет. В 11,8% компаний полагают, что цена никак не изменится, а в 5,8% считают, что она даже снизится. Увеличение стоимости реализации будущих проектов большинство (64,3%) заявивших о нем компаний оценили вновь на 11-25%. В 21,4% организаций считают, что рост будет меньшим (до 10%), а в 14,3% — большим (от 25% и выше).

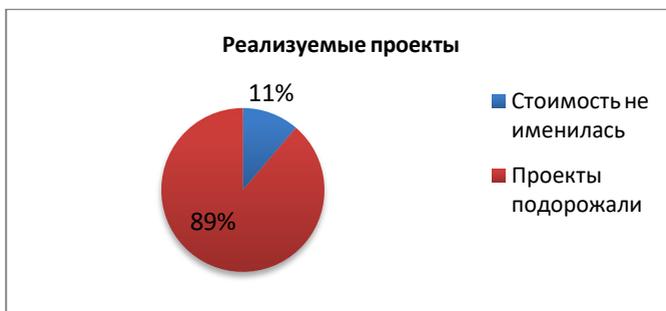


Рис. 1 – реализуемые проекты

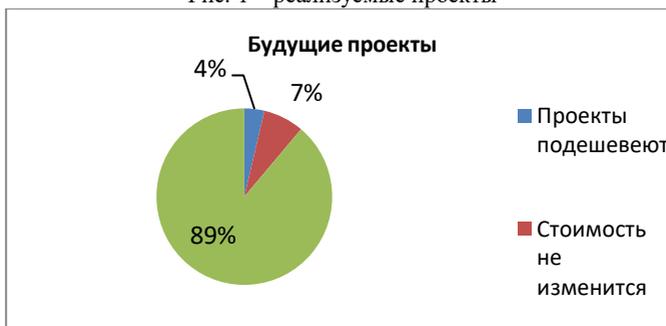


Рис. 2 – будущие проекты

Дорожное строительство — драйвер спроса на строительные материалы, продукцию машиностроения и нефтепереработки



Рис. 3 – реализация запланированных проектов

Рассмотрим влияние дорожно-строительных компаний на социально-экономическое развитие:

- Прямые эффекты от осуществления дорожной деятельности оцениваются в 2 трлн рублей, косвенные эффекты от осуществления дорожной деятельности составляют 1,1 трлн рублей (спрос в других отраслях).

- В сфере строительства автомобильных и железнодорожных дорог занято более 350 тысяч человек.

- С учетом мультипликатора в смежных отраслях занято еще около 490 тысяч человек.

- Объем кредитов по виду деятельности строительство инженерных сооружений составляет 1% от общего объема банковских кредитов.

В условиях масштабных задач по обновлению дорожного покрытия по всей стране все актуальнее стоит вопрос внедрения современных технологий. Речь идет в первую очередь о переходе на цементобетонное покрытие и внедрение технологии холодной регенерации.

По своим свойствам бетонные дороги в разы экологичнее асфальтовых, а служат они намного дольше — в среднем от 30 лет, тогда как для асфальта срок составляет порядка семи лет при условии регулярного подновления. «Можно видеть, что даже через три-четыре года эксплуатации дорога с асфальтобетонным покрытием уже требует дорогого ремонта, — говорит Виктор Ушаков. — Крайне важно расширять использование цементобетона в дорожном строительстве. При увеличении жесткости конструкции снижается нагрузка на грунт и нижние слои дорожной одежды, затраты на ремонт сводятся к минимуму. Так, можно посмотреть на пример трассы М-4 на участке с 52-го по 71-й км. В 2009 году участок был реконструирован по цементобетонной технологии, с тех пор весь необходимый ремонт покрытия заключается в обновлении раз в несколько лет 35-миллиметрового слоя износа, что можно делать быстро и незатратно. Срок службы такой дороги — даже не 30 лет, а 50 и более».

Помимо долговечности и прочности — а цементобетонная технология используется, например, при строительстве взлетно-посадочных полос, — к ее сильным сторонам также относятся:

- повышенные нагрузки (можно не ограничивать движение большегрузного транспорта);
- экологичность (бетон полностью перерабатывается и не выделяет токсичных веществ);

- снижение расхода топлива за счет стабильной формы (а соответственно, и выбросов CO₂);
- снижение вероятности ДТП;
- отсутствие необходимости в постоянном сложном ремонте — это не только экономит средства, но и упрощает дорожную логистику (не нужно надолго перекрывать большие участки трасс).

В заключение, рынок строительства дорог в России в 2023 году представляет собой перспективную сферу, в которой наблюдается активное развитие и внедрение новых технологий, материалов и методов строительства. Ожидается увеличение объема инвестиций в строительство и реконструкцию дорожной инфраструктуры, что способствует повышению качества и безопасности дорожных объектов. Внедрение цифровых технологий, улучшение дорожных материалов, а также фокус на развитии дорожной инфраструктуры в регионах с недостаточно развитой дорожной сетью являются основными трендами, которые определяют динамику рынка в предстоящем году. С учетом этого, строительство дорог в России в 2023 году будет продолжать активно развиваться, предоставляя возможности для инвестиций, инноваций и повышения качества инфраструктуры

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Инфраструктурное дорожное строительство: реализация планов и прогнозы— URL: <https://delprof.ru> (дата обращения: 1.03.2024).
2. Якунина, Л. В. Проблемы дорожного строительства и пути их решения / Л. В. Якунина, Е. С. Кожухова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 6.3 (110.3). — С. 48-51. — URL: <https://moluch.ru> (дата обращения: 01.03.2024).
3. Клюев С. В. Бетон для строительства оснований автомобильных дорог на основе сланцевого щебня / С. В. Клюев, Е. Н. Авилова // Вестник БГТУ им. В. Г. Шухова. - 2013. - №2. - С.38-41.

УДК 338.1

Гузеева В.Ю.

Научный руководитель: Стрекозова Л.В., ст. преп.

Белгородский государственный технологический университет

им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА ДОРОЖНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

В условиях экономического кризиса дорожное строительство играет важную роль в поддержании и стимулировании экономического роста. В то же время, кризисные ситуации могут сильно повлиять на инвестиции в дорожную инфраструктуру, что требует особенного внимания и поддержки со стороны государства. В данной статье мы проанализируем влияние экономического кризиса на дорожное строительство, а также меры его поддержки, которые могут способствовать поддержанию стабильности и развитию дорожной инфраструктуры в условиях экономического нестабильности [1].

Согласно исследованию Национальной ассоциации инфраструктурных компаний (НАИК) и Sherga Group, кризис в большей степени повлиял на стоимость реализации проектов, а не на их сроки.

Компании отмечают ухудшение ситуации с ценами и техникой, сокращение прибыли и избыточный контроль [2].

Все дорожно-строительные компании, участвовавшие в опросе, ощутили влияние новых санкций на свою работу, которые западные страны объявили с конца февраля 2022 года в отношении российской экономики или отдельных предприятий, либо влияние последствий ухода зарубежных компаний с рынка. По данным опроса, воздействие санкций на компании оказалось достаточно заметным: варианты ответа «никак не повлияли» или «повлияли слабо» не выбрал никто. Приблизительно в четверти (23,5%) опрошиваемых организаций влияние посчитали сильным, а в остальных трех четвертях (76,5%) — средним. В вопросе об основных последствиях санкций респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов. Большинство участников опроса в качестве последствий отметили задержку поставок оборудования или строительных материалов из-за рубежа (94,1% ответивших), недоступность иностранных материалов или технологий, а также уже имеющуюся (или ожидаемую) нехватку запчастей для импортной техники (эти варианты выделили 88,2% компаний). Около двух третей (64,7%) респондентов сообщили, что из-за санкций и ограничений снизилась доступность отечественных материалов,

производство которых зависит от импортного оборудования. Чуть более трети ответивших (35,3%) столкнулись с проблемами выстраивания логистики с альтернативными поставщиками, усложнением привлечения займствований и появлением (усилением) дефицита рабочей силы [2].



Рис. 1 Влияние санкций на деятельность компаний

Обратим внимание на трудовые кадры в компаниях и как кризис повлиял на это. Большинство опрошенных за прошедший год не увидели в своих компаниях изменения ситуации с формированием штата и развитием персонала. На прежнем уровне остается ситуация с доступностью программ обучения и повышения квалификации (об отсутствии изменений сообщило 76,5% респондентов), притоком кадров из профильных вузов (64,7%), сохранением штата квалифицированных сотрудников (58,8%) и поиском новых кадров (52,9%). Менее половины (41,2%) респондентов считают прежней ситуацию с уровнем оплаты труда. Меньшинство опрошенных считает, что за год в этих сферах стало заметно хуже: 5,9% опрошенных заявили так о доступности программ, притоке кадров, сохранении штата и изменении уровня зарплаты, а 11,8% признали серьезное ухудшение с поиском новых сотрудников. Примерно одинаковым было мнение о небольшом ухудшении в описываемых ситуациях, его зафиксировали 29,4% опрошенных во всех случаях, кроме доступности программ обучения. В последнем небольшое ухудшение увидели 17,6% респондентов. По данным опроса, компании увидели небольшие улучшения лишь в трех случаях: ситуации с уровнем оплаты труда (23,5% ответивших), поиском новых кадров (5,9%) и сохранением штата квалифицированных сотрудников (5,9%) — но как следует из результатов, так считает меньшинство опрошенных. Значительных

улучшений в социальной сфере внутри компаний за год не отметил никто [3].

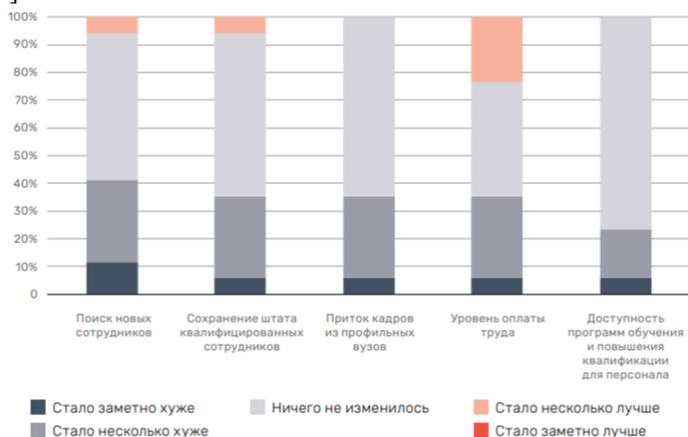


Рис. 2 Влияние кризиса на количество кадров

Кризис оказывает значительное влияние на дорожное строительство путем:

1. Сокращения бюджета: в период кризиса частные компании обычно уменьшают свои расходы на инфраструктурные проекты, включая дорожное строительство, из-за экономических затруднений и непредсказуемости.

2. Заморозки проектов: в условиях экономической неопределенности или недостатка финансирования могут замораживаться новые дорожные проекты или откладываться уже запланированные, что приводит к снижению объемов дорожного строительства.

3. Уменьшения инвестиций: кризис может привести к уменьшению инвестиций в развитие инфраструктуры, включая дорожное строительство. Это может привести к уменьшению строительных объемов, простоя оборудования и сокращению рабочей силы.

4. Негативного воздействия на качество дорожных работ: недостаток финансирования и увеличение конкуренции за ограниченные ресурсы могут привести к снижению качества дорожных работ и использованию более дешевых материалов и технологий.

Тем не менее, в период кризиса государство часто предпринимает шаги для поддержки дорожного строительства, среди которых:

1. Экономические стимулы: государство может увеличивать инвестиции в дорожное строительство и другие инфраструктурные

проекты в качестве стимулов для экономики и создания новых рабочих мест.

2. Инфраструктурные проекты национального значения: в периоды кризиса правительство может акцентировать внимание на проектах, имеющих стратегическое значение для страны, таких как строительство дорог, мостов, тоннелей и других ключевых инфраструктурных объектов.

3. Государственные программы, направленные на поддержку дорожного строительства, такие как: выделение государственных субсидий, льготных кредитов или других финансовых механизмов для стимулирования инвестиций в дорожную инфраструктуру.

По статистическим данным Фонда содействия ГЧП Всемирного банка, распределение процентного соотношения затрат коммерческих организаций и государства при использовании схемы ГЧП в рамках строительства и эксплуатации автомобильных дорог, дифференцируется в зависимости от страны (рис. 1).



Рис. 1 – Соотношение государственных и частных инвестиций в проектах ГЧП в сфере развития автомобильных дорог в различных странах мира (%)

Несмотря на важность инвестиций в инфраструктуру автомобильных дорог, для максимизации экономического развития необходимо использовать и другие инструменты развития автомобильных дорог. В некоторых случаях страны могут принимать внутренние меры для поддержки развития инфраструктуры в сфере автомобильных дорог. Планирование и управление коридорами, которые полностью учитывают затраты и выгоды проектов, прямо или косвенно позволит снизить риски устаревшей инфраструктуры. Например, минимизация препятствий и упрощение процедур торговли приведет к снижению торговых издержек и усилению интеграции независимо от инвестиций в инфраструктуру. Очевидным является тот факт, что упрощение процедур торговли позволит сокращать масштабы нишеты в конкретной стране, использующей такой инструмент [4].

Таким образом, кризис может оказывать существенное влияние на дорожное строительство, но при этом государство имеет возможность

принимать определенные меры для поддержки отрасли и стимулирования инвестиций в инфраструктурные проекты.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Дорожное строительство: влияние кризиса и поддержка отрасли URL: <https://nainfracom.ru> (дата обращения 30.05.24)
2. Якунина, Л. В. Проблемы дорожного строительства и пути их решения / Л. В. Якунина, Е. С. Кожухова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 6.3 (110.3). — С. 48-51. — URL: <https://moluch.ru/archive/110/27178/> (дата обращения: 01.03.2024).
3. Ключев С. В. Бетон для строительства оснований автомобильных дорог на основе сланцевого щебня / С. В. Ключев, Е. Н. Авилова // Вестник БГТУ им. В. Г. Шухова. - 2013. - №2. - С.38-41.
4. Давыдова А. А. ГЧП в автомобильном секторе: текущее состояние и перспективы // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. - 2013. - №6 (49). - С. 7-11.

УДК 004.896

Жук Д.В., Кашко П.А.

Научный руководитель: Максимович А.А.,

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Сельское хозяйство является важной отраслью экономики. Оно обеспечивает продовольственную безопасность страны. Кроме того, сельское хозяйство является важным фактором экономического роста. Так, исходя из данных графика, представленного на рисунке 1, на его долю приходится 4,32% мирового валового внутреннего продукта, а в некоторых наименее развитых странах оно может составлять более 25% валового внутреннего продукта страны.

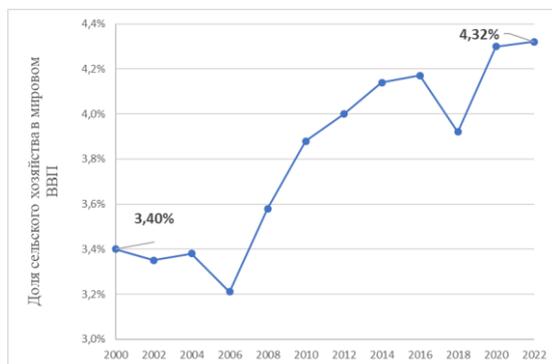


Рис. 1 – Доля с/х в мировом ВВП с 2000 по 2022 год

В настоящее время примерно четверть земной поверхности используется в сельском хозяйстве. Однако согласно оценкам, составленным в рамках «Оценки экосистем на пороге тысячелетия» (МЕА) – почти не осталось высокопродуктивных земель [1].

Так, в последние годы в сельскохозяйственном секторе наблюдается значительный прогресс благодаря внедрению информационных технологий, что привело к появлению понятия «умного сельского хозяйства».

Объем мирового рынка умного сельского хозяйства оценивается в 19,91 млрд долларов США в 2022 году, и ожидается, что к 2030 году он достигнет 43,37 млрд долларов США с зарегистрированным среднегодовым темпом роста 10,2% с 2022 по 2030 год (рис. 2) [2].

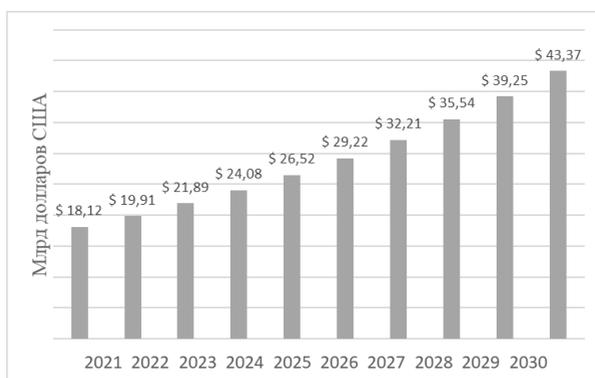


Рис. 2 – Объем мирового рынка умного сельского хозяйства

Так, умное сельское хозяйство помогает выращивать урожай более эффективно за счет использования передовых технологий. Одним из ключевых факторов, способствующих росту мирового рынка умного сельского хозяйства, является развитие технологических достижений и внедрение инновационных технологий. Такие технологии, как AI (искусственный интеллект), IoT (интернет вещей), ML (машинное обучение), blockchain (блокчейн) создают возможности для роста и развития глобального рынка умного сельского хозяйства в течение прогнозируемого периода.

Ярким примером внедрения информационных технологий в сельское хозяйство является создание умных теплиц. В последние годы рынок умных теплиц переживает значительный рост. Согласно исследованиям Precedence Research, рынок умных теплиц в 2022 году оценивался в 1,8 млрд долларов США, а к 2032 году ожидается, что он составит 4,7 млрд долларов США (Рис. 3). Также предполагается, что в период с 2022 по 2032 год среднегодовой темп роста составит 10,4%.

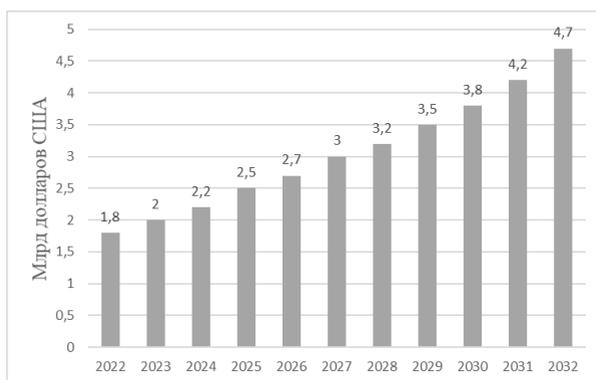


Рис. 3 – Рынок умных теплиц

Умные теплицы трансформируют сельское хозяйство за счет внедрения таких инновационных технологий как IoT и AI.

Внедрение технологии IoT позволит контролировать в теплице все факторы, влияющие на урожайность: температуру, качество воздуха, освещенность, влажность воздуха, влажность почвы и пр. В то же время анализ полученной информации при помощи технологии AI позволяет анализировать полученные данные и автоматизировать процессы для обеспечения наилучших условий ведения сельского хозяйства.

Умные теплицы обладают целым рядом преимуществ, которые делают их привлекательным выбором для современного сельского

хозяйства: круглосуточный мониторинг процесса выращивания, повышенная точность управления ресурсами, водо- и энергоэффективность, раннее выявление проблем и повышенная безопасность с учетом уникальных условий тепличного хозяйства. Контроль всех этих параметров помогает достичь идеальной среды в теплицах, что сводит к минимуму потерю ресурсов и обеспечивает точное земледелие.

Так, интеграция технологий искусственного интеллекта и интернета вещей создает мощную интеллектуальную экосистему для современного сельского хозяйства. Устройства интернета вещей активно помогают в контроле данных о сельскохозяйственных операциях. Алгоритмы искусственного интеллекта обрабатывают и анализируют полученные данные, что позволяет фермерам принимать оптимальные решения касательно ведения сельского хозяйства.

Дуэт искусственного интеллекта и интернета вещей все активнее используется в сельском хозяйстве, что позволяет значительно повысить эффективность и продуктивность данной отрасли.

Таким образом, действующая связь между технологиями искусственного интеллекта и интернета вещей совершает революцию в сельском хозяйстве, повышая эффективность, производительность и устойчивость. Используя объединенную мощь искусственного интеллекта и интернета вещей, фермеры могут принимать решения на основе данных, оптимизировать свою деятельность и обеспечивать более устойчивое будущее для сельскохозяйственного сектора.

Поскольку эти технологии продолжают развиваться и совершенствоваться, можно ожидать появления еще более инновационных приложений и решений, которые еще больше изменят мир сельского хозяйства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. The World Bank.:[сайт].– Вашингтон URL: <https://www.worldbank.org> (дата обращения 28.03.2024)
2. Precedence Research: [сайт]. – Оттава. – . – URL: <https://www.precedenceresearch.com/smart-agriculture-market> (дата обращения: 25.03.2024). – Текст. Изображение : электронные.
3. MarketsAndMarkets [сайт]. – Магарпатта URL: <https://www.marketsandmarkets.com> (дата обращения 28.03.2024)

УДК 338.1

Денике Л.В.

*Научный руководитель: Старикова М.С., канд. техн. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Качество разработки, оптимизации настройки и своевременного обновления информационной системы (ИС) предприятия определяет рациональность организации деятельности компании и эффективность производства. В период постиндустриальной экономики ИС, влияет на конкурентоспособность предприятия в целом. В частности, Е.Д. Щетинина и отмечают существенный вклад информации в обеспечение качества и конкурентоспособности [6]. Чтобы повысить свою конкурентоспособность фирмы улучшают техники управления, используют информационно-коммуникационные технологии. Отдельного исследования требуют инновации, отличительной чертой которых является их высокая наукоёмкость и технологичность, использование теоретических и прикладных научных результатов.

Традиционно считается, что инновация, нововведение – есть внедрённое или внедряемое новшество, обеспечивающее повышение эффективности процессов и (или) улучшение качества продукции, востребованное рынком. Успешный инновационный процесс, на наш взгляд, не возможен без создания информационной системы, обслуживающей инновационную активность субъектов. При этом сама информационная система не будет эффективно работать без инновационных решений в системе. Стоит рассмотреть ИС как систему поддерживающую инновационную деятельность предприятия (в управлении, производстве) и, собственно, как цель инновационных преобразований, влияющих на эффективность управления бизнес-процессами предприятия, производственными процессами.

Рассмотрим наиболее подробно один из основных блоков ИС – маркетинговую информационную систему (МИС). Определим структуру, задачи, функции МИС и то, как она консолидирует, анализирует, распределяет информацию из внешних и внутренних источников. Информация разнообразна. Это и финансовые показатели и особенности поведения клиентов. Данная информация является

основой для принятия управленческих решений как менеджментом предприятия, так и для принятия решений автоматизированной системой управления.

В МИС основным является блок консолидирующий информацию внутренних и внешних источников, осуществляющий аналитику, мониторинг рынка, конкурентов, анализ полученной информации. МИС необходима для оперативного реагирования на изменения внешней среды и адаптации инновационного продукта под текущие требования рынка. Таким образом МИС является блоком ИС предприятия, поддерживающим инновационную деятельность предприятия и в то же время объектом для инновационной деятельности, инновационных изменений. Обозначив значение МИС в деятельности предприятия, управления предприятием, бизнес-процессах предприятия. МИС, отметим, что стратегическое маркетинговое планирование лежит в основе бизнес-планирования деятельности предприятия. Маркетинговые подразделения представлены в организационной структуре управления предприятием. МИС является частью управления ИС предприятия, либо тесно интегрирована с ней. По сути функционал маркетинга полностью интегрирован с функционалом менеджмента.

Следует подчеркнуть значимость, влияние инноваций в МИС на систему управления предприятием, а также роль МИС в создании инновационных продуктов.

МИС – обеспечивает процесс принятия управленческих решений, на основании результатов анализа внешней и внутренней информации, с применением определенных методов анализа данных, на базе системы ресурсов, программного обеспечения, которые позволяют предприятию ставить цели и определять стратегию их достижения.

Исследование научной литературы позволило нам выделить наиболее емкие определения маркетинговой информационной системы:

1. Матвеева «Под маркетинговой информационной системой понимается совокупность технического, программного, методического и организационного обеспечения, а также персонала, обеспечивающая принятие опережающих маркетинговых решений на основе регулярного сбора, обработки и анализа информации о состоянии и изменении внутренней и внешней среды функционирования предприятия» [1, с. 49].

2. Мхитарян С.В.: «Маркетинговая информационная система – совокупность персонала, оборудования и процедур, предназначенная для сбора, обработки, анализа и распределения необходимой своевременной и достоверной информации, необходимой для принятия

маркетинговых решений» [2, с. 5].

3. Рожков И.В.: «Совокупность технического, программного, методического и организационного обеспечения, а также персонала, направленная на регулярное информационное обеспечение процесса управления предприятием в соответствии с требованиями рынка, а также осуществление активного информационного воздействия на внутреннюю и внешнюю маркетинговую среду предприятия.» [3, с. 68]

4. Якунин К.А.: «Маркетинговая информационная система - это совокупность постоянно функционирующих ресурсов и методов сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации от разных источников, обеспечивающая актуальность релевантность, достоверность, восприятия смысла информации без искажения или потерь с целью снижения степени неопределенности задачи и повышения эффективности маркетинговых решений» [7, с. 10].

5. Черняков М.К.: «МИС - совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, объединенных в некоторую структуру с целью обеспечения экономической деятельности наилучшим образом» [4, с. 9].

6. Шиловский С.В.: «МИС – совокупность индивидов, оборудования, процедур и методов, предназначенных для регулярного, планомерного сбора, анализа и распределения информации для подготовки и принятия управленческих решений, необходимых для получения предпринимательского дохода» [5, с. 37].

Представляется, что более точными являются определения, подчеркивающие роль МИС во всех основных сферах деятельности, в управлении предприятием в целом.

Основными задачами МИС формирование действенного бизнес-плана, стратегии развития компании на основании результатов анализа и прогнозирования, определения сильных и слабых сторон предприятия. Если говорить о задачах, то с помощью маркетинговой системы можно определить стратегию развития бизнеса; определить основные риски и угрозы для компании; провести анализ аудитории; определить тенденции рынка; провести диагностику текущей деятельности компании и др.

В настоящее время МИС тесно интегрированы с ИС предприятия, и их задачи, цели, функционал намного шире, а влияние на управление производством намного больше и фактически является опорным для принятия решений в области сбыта, производства продукции, компании, нежели десятилетие назад.

Как было отмечено выше, МИС должны быть совместимы с ИС. Но пока данная проблема не решена эффективно. Задержка в решении

данной проблемы может привести к потере данных, затруднении работы. Для устранения данной проблемы нужно участие разработчиков, возможно внесение изменений в программное обеспечение, написание вспомогательных программ. Внедрение МИС в информационную систему предприятия может столкнуться с различными проблемами и вызовами, которые следует учесть для успешной интеграции. Это финансовые риски, технические проблемы, проблемы обучения пользователей.

Нами выделены проблемы интеграции МИС в ИС с учетом ориентации предприятия на рост инновационной активности (табл.).

Таблица – Проблемы интеграции МИС в ИС предприятия в процессе активизации инновационной деятельности.

Сферы	Комментарий
Финансы	Недостаточное финансирование, расстановки приоритетов. Несовершенные системы оплаты и вознаграждений, расходы на исследования рынка и потребителей, рекламные кампании Приобретение, разработка нового программного обеспечения, его адаптация, обучение персонала, внедрение и поддержка информационных систем управления требует достаточного финансирования. Недостаток финансирования – это невозможность покупки при необходимости доп. оборудования, разработки вспомогательных программ, адаптации основных.
Оборудование	Устаревшее оборудование, неверно выбранное оборудование для выполнения определенных задач, недостаток оборудования.
Программное обеспечение, протокол данных	Несовместимость протоколов обмена данными между системами может замедлить или даже сделать невозможным внедрение МИС. Решение этой проблемы может потребовать разработки преобразователей данных или использования стандартных протоколов, которые поддерживаются всеми участвующими системами. Несовместимость программного обеспечения может возникнуть при интеграции новой МИС с существующими информационными системами предприятия. Решение этой проблемы может потребовать адаптации или модернизации существующих систем, что может быть ресурсоемким и времезатратным.
Организационные проблемы	Спротивление других служб предприятия инновациям. Необходимость реорганизации предприятия.
Сопrotивление	Сотрудники могут сопротивляться внедрению МИС из-за

изменениям	страха перед изменениями или опасений о потере рабочих мест. Важно проводить информационные сессии и обучение, чтобы сотрудники понимали преимущества новой системы и видели свою роль в ее успешном функционировании. Возможны трудности в освоении программного обеспечения сотрудниками компании проявлять сопротивление новшествам, необходимости вносить изменения в налаженный рабочий процесс, непонимание необходимости внесения изменений в ИС, необходимость внедрения дополнительного программного обеспечения.
Интеграция данных.	Интеграция данных из различных источников и систем может быть сложным процессом, особенно если структура данных различна.
Качество данных	Качество и точность данных являются важными факторами для эффективного функционирования МИС. Неполнота, неактуальность или некорректность данных могут привести к неверным выводам и решениям.
Безопасность	Безопасность информационной системы является одним из главных факторов успешного внедрения МИС. Регулярное проведение аудита безопасности, обучение сотрудников и использование современных технологий шифрования являются эффективными способами обеспечения безопасности данных и системы в целом.
Конфиденциальность	Конфиденциальность данных является критическим вопросом при внедрении МИС. Несанкционированный доступ к конфиденциальной информации или утечка данных могут нанести серьезный ущерб репутации компании и вызвать правовые проблемы.

Резюмируя написанное, следует сказать о наличии на данный момент большого числа проблем, возникающих при интеграции МИС в ИС предприятия. Интегрируясь с ИС, МИС предприятия обеспечивает более быстрое реагирование производственной, финансовой, торговой, кадровой сфер деятельности к быстро меняющимся внешним условиям, изменяющейся экономической и политической ситуации и к требованиям инновационного развития. Интегрированные МИС используются для автоматизации всех функций маркетинга и охватывают все этапы маркетинговой деятельности от планирования до реализации инновационного продукта. Требуется дальнейшее исследование по проблематике совершенствования МИС в целях инновационного развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Матвеева, Л. Г. Маркетинговые информационные системы: учебное пособие / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2015. – 224 с. – ISBN 978-5-9275-1785-5. – EDN XBANLL.

2. Мхитрян С.В. «Маркетинговая информационная система»: Учебное пособие /Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М.,2004 – 113 с.

3. Рожков, И.В. Маркетинговые информационные системы: современные подходы к определению и использованию / И.В. Рожков. - Текст : электронный // Управленческие науки, 2013. - № 3 (8) — С.68-73 URL: <https://znanium.ru> (дата обращения: 02.05.2024).

4. Черняков М. К. Информационные системы маркетинга: учебно-методическое пособие. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2006. – 156 с.

5. Шиловский С. В. Организационно-методические подходы к формированию маркетинговой информационной системы в университете предпринимательского типа: дис. ...кандидат экономических наук. : 08.00.05 / Шиловский Сергей Витальевич: науч. рук. д. э. н., профессор Ю. В. Рожков; ГОУВПО "Владивостокский государственный университет экономики и сервиса" - Хабаровск, 2006. – 227 с

6. Щетинина, Е. Д. Информационное обеспечение управления качеством и конкурентоспособностью / Е. Д. Щетинина, М. А. Пахомов // Белгородский экономический вестник. – 2019. – № 3(95). – С. 3-11.

7. Якунин К. А. Формирование интегрированной маркетинговой информационной системы предприятия : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Якунин, Константин Алексеевич; науч. рук. д. э. н., профессор Т. Д. Маслова; С.-Петерб. гос. инженер.-эконом. ун-т. - Санкт-Петербург, 2005. - 19 с.

Джорджевич А.

*Научный руководитель: Ряпухина В.Н., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

КОНЦЕПЦИЯ ОБЩЕСТВА 5.0. КАК ВОЗМОЖНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДАЛЬНЕЙШЕГО РОСТА И РАЗВИТИЯ И РЕШЕНИЯ ВНУТРЕННИХ ПРОБЛЕМ В СЕРБИИ

Условия сегодняшнего роста и развития диктуют необходимость использования новых технологий, где ни один человек не может быть исключен из технологического прогресса, и поэтому необходимо достигать цели устойчивого развития, которые включают методы использования современных технологий и создание и использование стратегий, обеспечивающих устойчивость. В рамках общего тренда мирового индустриального развития развитые страны используют своё ведущее преимущество в области информационных технологий, чтобы ускорить создание интеллектуальной производственной индустрии. Социальную эволюцию определяет достижение свободы благодаря овладению различными технологиями, навыками и методами. Индустрию 4.0 характеризует применение кибер-физических систем, умных индустрий, автоматического знания, глубокого понимания, больших данных и интернета [5, 6]. Интеллектуальное производство стало основной высокой технологией для укрепления общей конкурентоспособности производственной индустрии [4], так как для того чтобы Республика Сербия могла конкурировать на международном уровне, ей необходимо использовать возможности, которые предоставляет технологическое совершенствование, и применять концепции развития, применяемые в мире, одной из которых является Индустрия 5.0, которая представляет дополнение к Индустрии 4.0.

Согласно подходу, принятом в Европейском союзе, Индустрия 5.0 "представляет видение индустрии целью которой является не только эффективность и производительность, но и укрепление роли и вклада индустрии в общество", а также "ставит благополучие работников в центр производственного процесса и использует новые технологии для обеспечения процветания вне работы и устойчивого роста с уважением к производственным ограничениям планеты". Это дополняет подход Индустрии 4.0, "особенно направленный на исследования и инновации в целях перехода к устойчивой европейской индустрии, сфокусированной на людей и устойчивости" [7].

Общество 5.0 достигает высокий уровень схожести между киберпространством (виртуальным пространством) и физическим пространством (реальным пространством). В информационном обществе (общество 4.0) люди получают доступ к облачным сервисам (базам данных) в киберпространстве через интернет и исследуют, загружают и анализируют информацию или данные. В обществе 4.0 распространено является сбор информации через сеть и их анализ людьми. В обществе 5.0, однако, люди, вещи и системы соединены в киберпространстве, и оптимальные результаты, полученные от искусственного интеллекта, превосходящие способности людей, возвращаются в физическое пространство. Этот процесс приносит новую ценность промышленности и обществу способами, которые ранее были невозможны. Здесь стали необходимыми различные меры, такие как снижение выбросов парниковых газов, увеличение производства и сокращение потери продовольствия, смягчение затрат, связанных с старением общества, поддержка устойчивой индустриализации, перераспределение богатства и коррекция региональных неравенств, а также достижение экономического развития и решение социальных проблем.

В обществе 5.0 огромное количество информации от датчиков в физическом пространстве накапливается в киберпространстве. В киберпространстве эти большие данные анализируются искусственным интеллектом, а результаты анализа возвращаются людям в физическом пространстве в различных формах. Общество 5.0 основано на принципе использования новых технологий для создания и функционирования устойчивого общества [3]. Основные принципы этого общества - это использование интернета вещей, связанных с системами, которые снижают энергопотребление и, таким образом, смягчают социальную проблему выбросов углерода. В этом обществе стремятся использовать большие данные, интернет вещей, искусственный интеллект. Эти технологии решают проблему местоположения, что означает, что люди, или работники, могут создавать ценность независимо от своего местоположения благодаря цифровой инфраструктуре. Указанные технологии способствуют повышению производительности, связанности и благополучию людей. Для достижения этой цели необходимо провести технологическую трансформацию, то есть цифровизацию. Эта новая социальная модель управляет экономическими и социальными вопросами и напрямую фокусируется на потребности людей [8]. Общество 5.0 стремится создать новые методы работы индивидуальных систем, в которых компании, университеты и правительства независимо стремятся создать

оперативный концепт сотрудничества, стимулируемый текущей социальной взаимосвязью. В обществе 5.0 социальные процессы и данные должны распределяться таким образом, чтобы обеспечить разработку интеллектуальных решений, создание жизнеспособных методов и установление общества, где ценится разнообразие [1].

Применяя принципы общества 5.0, Республика Сербия может решить проблемы, такие как: старение населения, миграция, деградация окружающей среды и низкий уровень жизни. Проблемы, с которыми сталкивается Республика Сербия, могут быть решены через развитие своей экономики на принципах общества 5.0. В частности, в Республике Сербии наблюдается тенденция сокращения населения, преимущественно талантливого, мигрирующего в другие, развитые страны. Проблема заключается, в частности, в фокусе на развитие бизнеса, в то время как цели и развитие человека как субъекта отодвигаются на второй план. В Сербии большая проблема заключается в поиске и удержании квалифицированных кадров, учитывая, что у них нет условий для личного развития, поскольку стратегии направлены на приобретение компаративных преимуществ бизнеса и использование этих преимуществ для создания дополнительной ценности, как для конечного потребителя товаров или услуг, так и для компании или организации. Смена парадигмы на общество 5.0 создаст основу для создания и использования преимуществ в целях развития занятости.

Компании и организации в Республике Сербия работают по принципам эффективности и оптимизации прибыли, в то время как концепция устойчивости абстрагируется. Индустрия 5.0 меняет основное внимание компаний и организаций, которое больше не будет направлено на рост, прибыль и эффективность, а будет сосредоточено на создании организаций, которые будут предвидеть, реагировать и учиться своевременно и систематически реагировать на кризисные ситуации, обеспечивая тем самым стабильную и устойчивую производительность. Когда речь идет о стратегии устойчивости, ее значимость более чем очевидна. Проблемы, с которыми мы все сталкиваемся это, конечно же, изменение климата и ограниченные ресурсы. Фокус компании должен быть на создании стратегии, которая будет частью решения, а не частью проблемы. Решение является очевидным: технологически управляемый, в основном автоматизированный город может почти мгновенно преодолеть большинство вызовов в области эффективности и сложности.

Новые технологии очевидно имеют ключевое значение в рамках этой эволюции и будут продолжать играть все более важную роль. Необходимо синергией и созданием общего результата развивать

общество. "Публичный и частный секторы должны работать вместе над созданием подходящей среды для роста, сосредотачиваясь на рамках рынка труда, предпринимательстве, конкуренции, а также на развитии талантов и навыков, а также на безопасности и правилах относительно обмена данными. Эти усилия могут максимально использовать преимущества данных инноваций и реанимировать его производительность и рост в обществе 5.0" [2, С. 13]. В Обществе 5.0 новая ценность, созданная через инновации, устранила бы региональные, возрастные, гендерные и языковые разрывы и позволила предоставлять продукты и услуги, четко настроенные под различные индивидуальные и скрытые потребности. Таким образом, станет возможным создание общества, способного способствовать экономическому развитию и находить решения для социальных проблем.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Mavrodieva AV, Shaw R. Disaster and Climate Change Issues in Japan's Society 5.0—A Discussion. Sustainability. 2020; 12(5):1893. <https://doi.org/10.3390/su12051893>

2. Kayano F. Science, technology and innovation ecosystem transformation toward society 5.0, International Journal of Production Economics, Volume 220, (2020), 107460, ISSN 0925-5273, <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.07.033>.

3. Van Dijk, Jan A.G.M. & Hacker, Kenneth. (2003). The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon. Inf. Soc.. 19. 315-326. 10.1080/01972240309487. 55

4. Дорошенко, Ю. А. Влияние цифровизации на экономическое развитие: преимущества и недостатки / Ю. А. Дорошенко, И. О. Малыгина, А. А. Гатаулин // Наукоемкие технологии и инновации (XXV научные чтения) : Сборник докладов Международной научно-практической конференции, Белгород, 23 ноября 2023 года. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2023. – С. 1468-1472. – EDN WHJOOP.

5. Takakuwa, S., Veza, I., Celar, S. "" INDUSTRY 4.0" IN EUROPE AND EAST ASIA." Annals of DAAAM & Proceedings 29 (2018). pp. 0061–0069

6. Berawi, M.A. Managing Nature 5.0 in Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0 Era. Int. J. Technol. (2019), 10.2: 222-225

7. Официальный сайт European Commission, What is Industry 5.0.? URL: <https://research-and-innovation.ec.europa.eu> (дата обращения

05.05.2024)

8. Ворожихин В. В. «Общество 5. 0» как ответ человечества на вызовы глобального развития // Россия: тенденции и перспективы развития. 2019. №14-1. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 07.05.2024).

УДК 339.7

Доманова Э.И.

*Научный руководитель: Гриненко Г.П., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ НА МИРОВОМ ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ

Мировой валютный рынок является финансовым центром, на базе которого происходят операции по купле-продаже иностранных валют и ценных бумаг, выраженных в иностранной валюте, базирующихся на результатах взаимодействия их спроса и предложения. Современная валютная система не подчиняется каким-либо жестким правилам функционирования. Фиксированные и плавающие валютные курсы регулируются как на двусторонней основе путем соглашения между странами, так и на многосторонней – через механизмы МВФ. Система расчетов на базе валютного рынка постоянно совершенствуется [2].

Доллар США остается основной резервной валютой, а также широко используемой валютой в мировой торговле.

Однако государства по мере роста своего международного потенциала пытаются увеличить роль своих национальных валют в глобальной экономической системе. Происходит некий переход от международной валютной системы, построенной на центральном контрагенте в виде доллара.

В рамках санкционного давления и отключения российских банков от международной системы SWIFT укрепилось стремление ряда стран интернационализировать свои валюты для торговых расчетов. Это происходит с целью снижения зависимости от доллара США, укрепления суверенитета и уменьшения уязвимости перед санкциями.

Перспективы российской валюты во многом зависят от цен на нефть, поскольку Россия является крупным экспортером. Беспрецедентное санкционное давление стало основной причиной волатильности рубля (рис. 1).

Президент РФ утвердил перевод российских поставок природного газа недружественным странам на оплату в рублях. Расходы по конвертации легли на покупателей, что привело к укреплению национальной валюты России. За два года действия указа государство заработало за счет поставок в европейские страны 2,3 триллиона рублей. Это позитивно отразилось на самочувствии валюты [1].

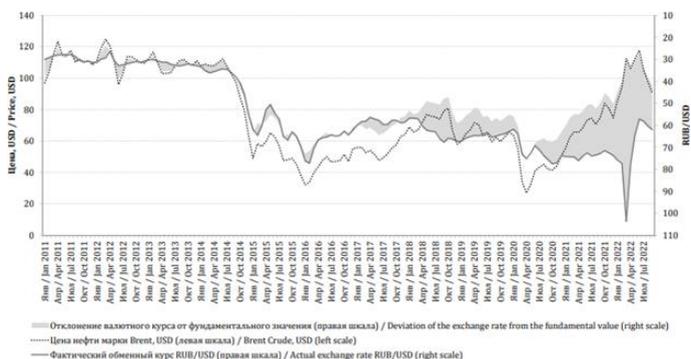
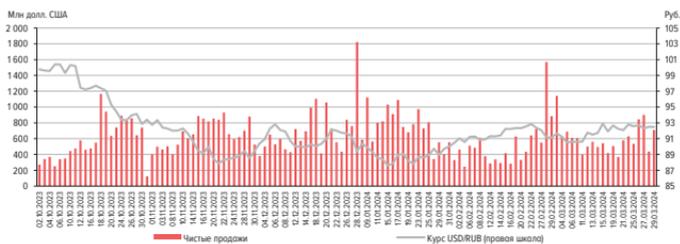


Рис. 1 Динамика валютного курса и цен на нефть [4]

В марте 2024 г. российский рубль остался относительно стабильной валютой, укрепление доллара США к рублю составило 1,5% (в феврале – 1,3%). Жесткая денежно-кредитная политика и постепенное восстановление объема чистых продаж валюты крупнейшими экспортерами (рис. 2) оказали значительную поддержку российской валюте [3].



* По 29 крупнейшим экспортерам.
Источник: опрос кредитных организаций об объемах покупки/продажи иностранной валюты крупнейшими экспортерами, ГАО Московской Биржи.

Рис. 2 Чистые продажи иностранной валюты крупнейшими экспортерами

Проанализируем состояние валютных резервов. В феврале 2024 г. Россия вышла на 6 место в мире по объему валютных резервов (442 млрд. долл.). В результате заморозки российский активов 300 млрд. долл. остаются заблокированными. Центробанк продолжает учитывать

их, поскольку право собственности осталось неизменным. Итого валютная часть резервов составляет примерно 140-150 млрд. долл. [5].

Валютные резервы необходимы на случай просадки платежного баланса (исходящие валютные потоки больше входящих). В настоящее время такой ситуации не наблюдается. Резкая девальвация рубля, как правило, была вызвана искусственным методом путем создания дефицита на валютном рынке РФ.

Определим количество необходимого валютного резерва. Он равняется половине годового объема импорта. По итогам 2023 г. импорт составил 285 млрд. долл. Имеющийся объем валютного резерва с учетом заблокированной его части соответствует задачам, которые необходимо решить в случае просадки платежного баланса.

В завершении работы приведем рейтинг торгуемых валют (рис. 3). Российский рубль занимает 18 место (1,14%). Это свидетельствует о довольно низкой позиции РФ в сфере мировой торговли валютой.

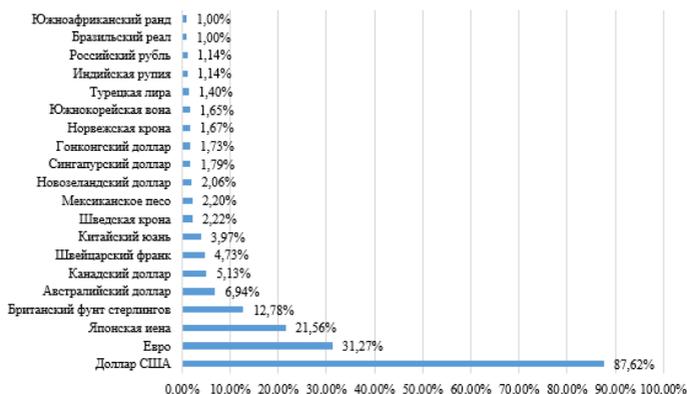


Рис. 3 Рейтинг самых торгуемых валют в 2024 г.

Таким образом, перспективы развития России на мировом валютном рынке зависят от многих факторов, включая экономическое состояние страны, политическую ситуацию и внешнее экономическое давление. Отметим, что несмотря на санкции и другие ограничения, страна предпринимает довольно эффективные меры по стабилизации российского рубля и повышения его устойчивости.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Болонин А.И., Рейес Н.Э. Трансформация мировой валютно-финансовой системы в текущих геополитических условиях: факторы,

тенденции и сценарий дальнейшего развития // *Мировая экономика и мировые финансы*. №1 (3). 2024. С. 81-90.

2. Куприянов С.В. *Международные валютно-кредитные отношения: учебное пособие для студентов направления 38.03.01 – Экономика профиля Мировая экономика / С.В. Куприянов.* – Белгород: Издательство БГТУ, 2017. – 236 с.

3. Обзор рисков финансовых рынков март 2024. Информационно-аналитический материал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cbr.ru> (Дата обращения: 03.05.2024).

4. Печалова М.Ю. Трансформация российской валютной политики на фоне обострения геополитической напряженности // *Экономика. Налоги. Право*. №1 (16). 2023. С. 48-57.

5. Россия выходит в мировые лидеры по валютным резервам – хорошо ли это? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iagex.ru> (Дата обращения: 03.05.2024).

6. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общей ред. проф. А.С. Трошина. Белгород: изд. БГТУ, 2024. – 243 с.

УДК 330.342

Доманова Э.И., Добкин С.Г.

*Научный руководитель: Божков Ю.Н., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА ДО 2030 ГОДА

Экономика Российской Федерации претерпела ряд изменений, сначала столкнувшись с кризисом в 2019 году, когда пандемия COVID-19 внесла корректировки в работу всех предприятий, как крупных, так и малых, затем в 2022 г. после ухода зарубежных компаний из России. Все это привело к снижению доходов от экспорта энергоносителей и сырьевых товаров, что оказало негативное влияние на бюджет и торговый баланс страны.

Кроме того, внутренние проблемы, такие как низкий уровень инвестиций, недостаточная диверсификация экономики и зависимость от экспорта энергоносителей стали очевидными уязвимостями российской экономики в этот период.

Санкции Запада, введенные в ответ на ряд политических событий, также нанесли ущерб экономике, затруднив доступ к финансовым

рынкам и технологиям. Это снизило инвестиционный потенциал и способствовало усилению экономической нестабильности [2].

Все эти факторы в совокупности создали сложную ситуацию для экономики России в период с 2019 по 2024 годы, требующую комплексных и долгосрочных мер для преодоления вызовов и стимулирования устойчивого экономического роста.

Существуют различные перспективы развития экономики России, которые могут способствовать устойчивому экономическому росту в будущем. Некоторые из основных направлений развития включают в себя следующее [4]:

1. Диверсификация экономики: Россия стремится к уменьшению своей зависимости от экспорта энергоносителей и сырьевых товаров. Развитие других отраслей, таких как IT-технологии, агропромышленный комплекс, машиностроение и другие, может способствовать разнообразию экономики и увеличению ее устойчивости к внешним шокам.

2. Инновационное развитие: инвестиции в научно-технический прогресс, развитие цифровой экономики, поддержка стартапов и инновационных компаний могут сделать российскую экономику более конкурентоспособной на мировом рынке и способствовать созданию новых рабочих мест.

3. Реформы в экономике: продолжение структурных реформ, улучшение инвестиционного климата, повышение эффективности государственного управления и сокращение бюрократии могут содействовать увеличению производительности труда и стимулированию экономического роста.

4. Развитие человеческого капитала: инвестиции в образование, здравоохранение, социальную защиту и поддержку малого и среднего бизнеса могут способствовать развитию человеческого потенциала и поддержанию стабильности в обществе.

5. Внешнеэкономические связи: развитие торговых партнерств, привлечение иностранных инвестиций, укрепление международного сотрудничества и участие в глобальных экономических процессах могут стимулировать экономический рост и содействовать развитию российской экономики.

Успешное осуществление перечисленных выше мер и стратегий может способствовать развитию экономики России и созданию благоприятной среды для устойчивого и долгосрочного экономического роста.

Одним из главных драйверов развития экономики России является цифровая трансформация, которая с каждым годом набирает обороты.

Предполагается, что к 2030 году затраты на технологические инновации вырастут почти в 9 раз (рис. 1).

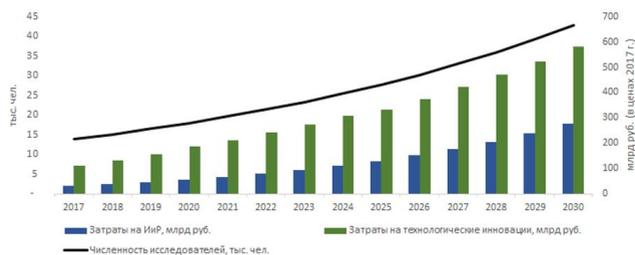


Рис. 1. Прогнозные оценки ресурсного обеспечения развития цифровой экономики до 2030 г. [1]

Цифровая трансформация имеет огромный потенциал для дальнейшего развития экономики России. Внедрение цифровых технологий в различные сферы жизни и деятельности может привести к следующим положительным изменениям, представленным на рис. 2



Рис. 2. Эффекты от использования цифровой трансформации (сост. автором с исп. источника [3,5])

Цифровая трансформация играет ключевую роль в дальнейшем развитии экономики России, способствуя увеличению эффективности, конкурентоспособности и устойчивости национальной экономики. При условии достижения необходимых объемов инвестиций цифровизация станет одним из ключевых факторов экономического роста. К 2030 г. рост ВВП будет более чем наполовину связан с цифровизацией и обеспечен не только за счет развития индустрии информации, но и в результате повышения эффективности и конкурентоспособности других секторов экономики. Так, в целом за период с 2017 по 2030 годы вклад индустрии информации в рост ВВП составит почти 4%, а цифровизации секторов экономики – около 30% [1].

Развитие экономики России в условиях геополитического кризиса представляет собой сложную задачу, требующую внимательного

анализа и принятия стратегических решений. Даже в условиях неопределенности и экономических вызовов, у России есть потенциал и возможности для роста и устойчивого развития.

Безусловно, для успешного развития экономики в условиях геополитического кризиса, России необходимо сосредоточить усилия на повышении конкурентоспособности, развитии инноваций, улучшении институциональной среды и поддержке разнообразных отраслей экономики. Важно также учитывать глобальные тенденции и динамику мировой экономики для формирования эффективных стратегий развития национальной экономики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вклад цифровизации в рост российской экономики [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru> (дата обращения: 29.04.2024)

2. Гостев Д.А. Цифровизация российской экономики: новая болезнь или путь к совершенству // Молодой учёный. 2022. № 31 (426). С. 32-34.

3. Доможирова О.В., Дмитриева Ю.А. Затраты на цифровую трансформацию бизнеса: перспективы российских компаний в 2023 г. // Белгородский экономический вестник. 2023. № 2. С. 8-12.

4. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общ. ред. проф. А.С. Трошина – Белгород: Изд-во БГТУ, 2024. – 243 с.

5. Направления развития цифровой экономики России [Электронный ресурс] URL: <https://apni.ruo> (дата обращения: 29.04.2024)

6. Цифровая Россия - 2024. Как новые технологии изменят жизнь россиян [Электронный ресурс] URL: <https://tass.ru> (дата обращения: 29.04.2024)

Дорошкова М.А., Юдина В.О.

Научный руководитель: Кравченко А.В.

Белорусский государственный университет транспорта,

г. Гомель, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Неотъемлемой частью хозяйственной деятельности организации являются её расчётные отношения. В зависимости от того, насколько своевременно выполняются расчёты с покупателями и заказчиками, поставщиками и подрядчиками, а также другими контрагентами различают два вида долговых обязательств: дебиторская и кредиторская задолженности.

Дебиторская задолженность – это вид задолженности физических и юридических лиц данному хозяйствующему субъекту. Появление у предприятия дебиторской задолженности сопровождается отвлечением свободных денежных средств из его оборота, что приводит не только к дефициту бюджета, но и является источником возникновения кредиторской задолженности.

Различают следующие виды задолженности:

1. По сроку погашения:

1.1 долгосрочная – срок погашения превышает 12 месяцев;

1.2 краткосрочная – погашается в течении 12 месяцев.

2. По сроку исполнения обязательств:

2.1 нормальная – срок погашения задолженности не истёк;

2.2 просроченная – задолженность, срок погашения которой превышает срок, определённый договором.

- сомнительная – задолженность, срок погашения которой истёк, и на основании оценки финансового состояния дебитора не ожидается её погашение;

- безнадёжная – задолженность, срок исковой давности истёк или дебитор признан неплатёжеспособным.

Дебиторская задолженность относится к активам организации и используется при определении доходов и прогнозировании финансового результата субъекта хозяйствования. [2]

Появление такого вида задолженности свидетельствует о развитии договорных отношений между контрагентами, а также повышении производственных возможностей предприятия, повышении качества

продукции, расширении её ассортимента, выходе на новые рынки сбыта.

Значительное увеличение дебиторской задолженности негативно сказывается на финансовых результатах предприятия и указывает на необходимость усиления контроля над состоянием задолженности, принятия мер по укреплению договорной и платежной дисциплины, повышению ответственности за соблюдение платежной дисциплины.

Эффективное управление дебиторской задолженностью может быть связано со следующими дополнительными факторами:

1. Кредитная политика предприятия – определение оптимальных условий предоставления кредита клиентам (сроки отсрочки платежа, размеры скидок, штрафные санкции за просрочку и т.д.).

2. Оценка и мониторинг кредитоспособности покупателей – анализ их финансового состояния, платежной дисциплины, рисков неплатежей.

3. Использование системы авансовых платежей и предварительных оплат от клиентов – это позволяет снизить объем дебиторской задолженности.

4. Применение современных инструментов управления дебиторской задолженностью – факторинг, цессия, инкассация, досудебная и судебная работа с должниками.

5. Автоматизация процессов выставления счетов-фактур, напоминаний, контроля сроков оплаты – это повышает оперативность реагирования.

6. Сегментация клиентской базы и дифференцированный подход к работе с разными категориями дебиторов – в зависимости от их платежной дисциплины.

7. Эффективное бюджетирование и планирование денежных потоков для управления ликвидностью и оптимизации уровня дебиторской задолженности.

Комплексный учет данных факторов позволяет обеспечить более эффективное управление дебиторской задолженностью.

Можно сказать, что анализ и эффективное управление дебиторской задолженностью непосредственно влияет Отвлечение оборотных средств, т.к. вложенные в дебиторскую задолженность, не участвуют в текущем производственном цикле, что ограничивает возможности предприятия по инвестированию, расширению производства и развитию бизнеса. Кроме того, высокий уровень дебиторской задолженности ухудшает показатели ликвидности, затрудняя текущие платежи. Чем выше доля дебиторской

задолженности, тем выше вероятность неплатежей со стороны контрагентов, что сказывается на финансовом результате.

Выделим основные показатели эффективности, на которые оказывает влияние дебиторская задолженность:

- Оборотный капитал.
- Коэффициент текущей ликвидности.
- Финансовый рычаг.
- Товарооборот.
- Операционный денежный поток.
- Сезонность [3].

Следует учитывать не только состояние текущей дебиторской задолженности, но и принимать в расчёт данные о величине заключённых соглашений, в том числе доли долгосрочных договоров, состоянии безнадёжной к получению задолженности, а также организации управления дебиторской задолженностью.

Оценивая степень и размер влияния задолженности на определённые выше показатели, можно определить финансовое состояние предприятия, насколько рационально им используются активы, установить финансовый результат предприятия и дать рекомендации по совершенствованию действующей системы.

Кредиторская задолженность представляет собой задолженность хозяйствующего субъекта физическим и юридическим лицам, бюджету и внебюджетным фондам, а также другим кредиторам.

Кредиторская задолженность диаметрально противоположна дебиторской и показывает незавершенные расходы, которые необходимо оплатить до определенной даты. Такой вид задолженности учитывается в составе обязательств предприятия и возникает в результате недостатка собственных денежных средств. [1]

Кредиторская задолженность может оказывать значительное влияние на финансовые результаты предприятия. Вот основные моменты:

1. Ликвидность и платёжеспособность. Большой объём кредиторской задолженности снижает ликвидность предприятия, может привести к трудностям с погашением текущих обязательств. Это ухудшает финансовое состояние предприятия.

2. Расходы на обслуживание долга. Если кредиторская задолженность включает в себя займы, проценты по ним увеличивают финансовые расходы предприятия, что снижает прибыль.

3. Репутация и деловые отношения. Систематическая просрочка платежей поставщикам и подрядчикам ухудшает деловую репутацию

предприятия, может привести к потере надёжных партнёров и ухудшению условий договоров.

4. Начисление штрафов и пени. Просрочка платежей может повлечь за собой начисление штрафов и пени, что увеличивает прочие расходы предприятия.

Грамотное управление кредиторской задолженностью является важным фактором обеспечения финансовой устойчивости и повышения финансовых результатов предприятия. Необходим систематический контроль и оптимизация кредиторской задолженности.

При анализе финансовых результатов особое внимание уделяется соотношению дебиторской и кредиторской задолженности. Коэффициент соотношения показывает, какая часть кредиторской задолженности финансируется за счет дебиторской. Оптимальное значение коэффициента – около 1, показывающее сбалансированность задолженностей. [3]

Комплексный анализ соотношения задолженностей позволяет оценить финансовую устойчивость предприятия, выявить проблемные зоны в управлении оборотным капиталом и разработать мероприятия по их устранению.

Показатель оборачиваемости дебиторской задолженностей показывает, сколько раз в течение анализируемого периода предприятие получает средства от своих дебиторов. Высокая оборачиваемость свидетельствует об эффективной политике по взысканию долгов. Оборачиваемость кредиторской задолженности показывает, сколько раз в течение периода предприятие производит оплату своим кредиторам. Высокая оборачиваемость может говорить о налаженных отношениях с поставщиками и подрядчиками.

Стоит отметить, что для определения финансовых результатов субъекта хозяйствования необходимо также оценить такие показатели, как ликвидность, платежеспособность и кредитоспособность предприятия. Чем выше дебиторская задолженность, тем ниже ликвидность, так как средства "заморожены" в расчетах с покупателями. Высокий уровень кредиторской задолженности повышает текущую ликвидность, т.к. предприятие может использовать эти средства в текущей деятельности.

Высокий удельный вес дебиторской задолженности в оборотных активах снижает кредитоспособность, так как эти средства не могут быть быстро конвертированы в денежные. Высокий уровень кредиторской задолженности, особенно просроченной, ухудшает кредитоспособность предприятия, так как свидетельствует о финансовых затруднениях [1]. Необходимо поддерживать оптимальное

соотношение и структуру дебиторской и кредиторской задолженности для обеспечения достаточной ликвидности и повышения кредитного рейтинга предприятия.

Таким образом, на сегодняшний день дебиторская и кредиторская задолженности являются неотъемлемой частью денежных отношений и имеют огромное значение в деятельности любой организации. Величина данных задолженностей может существенным образом влиять на формирование конечных показателей экономической деятельности предприятия, именно поэтому необходима организация эффективного управления и анализа дебиторской и кредиторской задолженностей. Это позволит контролировать состояние расчетов с дебиторами и кредиторами, снижать риск невозврата дебиторской задолженности и образования просроченной задолженности, а также определять потребность в дополнительных ресурсах для покрытия задолженности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Зуй, Н. П. Влияние дебиторской и кредиторской задолженности на финансовые результаты предприятия и методы управления ею / Н. П. Зуй // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – С. 133–141.
2. Ваганова, О.Е. Методика отражения в учете финансовых результатов от продажи товаров и аудита данных операций / О.Е. Ваганова // Синергия наук. – 2022 – С. 308-334.
3. Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности: учебник и практикум / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — Москва: Издательство Юрайт. – 2021. — 332 с.
4. Калинин, А.Р. Оценка влияния дебиторской задолженности на формирование финансовых результатов предприятия / А.Р. Калинин, А.Е. Руденко., Н.А. Захаров // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – С. 94-101.

УДК 658.8

Дубова П.Г.

Научный руководитель: Прядко С.Н., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

РЕКЛАМА, КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА РЫНКЕ

Для написания данной статьи были использованы результаты исследования по средствам проведения опроса. Основная цель исследования заключалась в том, чтобы выявить взаимосвязь между такими понятиями, как бренд и спрос.

Из основ экономической теории мы знаем, что спрос – это желание потребителей приобрести тот или иной товар. В свою очередь, бренд – это зарегистрированный товарный знак, символ и т.д., обозначающие какого-то конкретного производителя или группу производителей товаров. Если говорить конкретнее, то бренд всегда связан с термином «реклама».

Данная работа направлена на то, чтобы прояснить, как связаны между собой желание потребителей и визуальная реклама. В проведенном опросе принял участие 61 респондент [3]. Вопросы были направлены на то, чтобы проверить различные торговые линейки.

Респондентов попросили назвать бренды из нескольких сфер деятельности. В опросе упоминались бренды одежды, косметики, продовольственных товаров, безалкогольных напитков, издательств, технических устройств и образовательных услуг.

В анкете мы просили назвать бренд, который первым приходит в голову респондентам. Но также задали два уточняющих вопроса. Пользуетесь ли вы продуктами этого бренда и видели ли вы его рекламу. На диаграмме показаны бренды, которые называли чаще всего в опросе (Рис.1).

Количество упоминаний бренда одежды

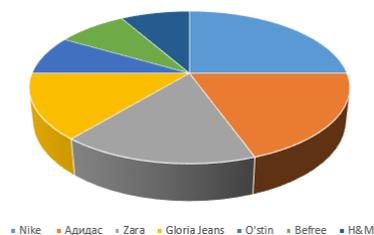


Рис.1 Статистика брендов одежды

Если рассмотрим самый популярный бренд Nike, то увидим, с помощью уточняющих вопросов некоторые детали. Большинство опрошенных, что упомянули этот бренд пользуются его товарами и видели рекламу.

С брендом Zaga ситуация достаточно спорная. Четверо из шести человек по опросу пользуются ее услугами. Такая же ситуация с брендом Адидас. Но когда мы задали уточняющий вопрос про рекламу мнения разошлись. Большинство респондентов уверены в том, что видели рекламу Адидас. В то время, как половина людей, которые указали бренд Zaga не особо уверены в том, что видели ее рекламу, но все равно ею пользуются [2].

Для большей объективности нужно рассмотреть еще несколько брендов. Перейдем к брендам косметических товаров. Статистика по этому сегменту рынка показана на диаграмме (Рис. 2)

Количество упоминаний бренда косметики

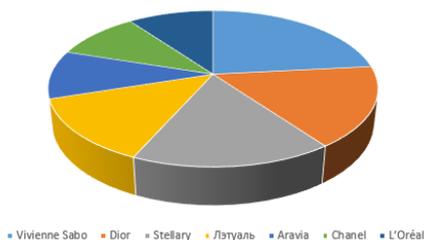


Рис. 2 Статистика брендов косметики

Исходя из данных опроса удалось выделить 7 самых популярных брендов косметики. Самым запоминающимся из них оказался бренд Vivienne Sabo. Также, судя по данным исследования, практически все люди назвали бренды, товарами которых они пользуются. Исключением является бренд Лэтуаль. Респонденты, которые назвали данную марку лишь видели ее в рекламе, но сами ее услугами не пользуются.

Следующие бренды у нас связаны с продовольственными товарами. Ответы респондентов сильно разошлись, в сравнении с другими видами деятельности. Самыми популярными продуктами оказались 3 бренда – Мираторг, Простоквашино и Белый город. Остальные опрашиваемые называли разные названия. Не смотря на сильный разброс ответов в этой области можно сделать один точный вывод. В первую очередь люди назвали именно те продукты, которыми они пользуются сами, независимо от рекламы.

На очереди у нас идут бренды различных безалкогольных напитков (соков, чая, кофе и т.д.). Статистику самых распространенных ответов можно увидеть ниже (Рис. 3).

Количество упоминаний бренда напитков

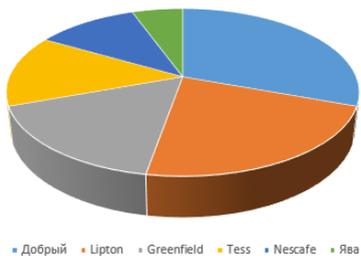


Рис. 3 Статистика брендов напитков

Самыми популярными брендами среди респондентов стали чай Lipton и сок Добрый. Если с брендом сока все совершенно однозначно, то с чаем есть некоторые погрешности. Примерно половина людей, назвавших этот чай его не покупают, но они видели рекламу.

Если мы рассмотрим ситуацию брендов, которые связаны с техникой увидим наглядную картину. Статистика брендов техники представлена ниже (Рис. 4).

Количество упоминаний бренда техники

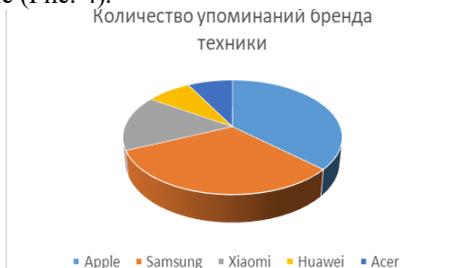


Рис. 4 Статистика технических брендов

Как ни странно, в первую очередь респондентам приходил на ум именно бренд Apple. Интересно то, что большинство из назвавших действительно покупают товары этой марки. Тоже самое касается и других торговых наименований.

Ранее мы замечали, что такие понятия, как «пользование» и «реклама» были связаны напрямую. Одно понятие чаще всего (лишь в редких исключениях) соотносилось со вторым. Сейчас мы опишем прямо противоположную ситуацию.

Среди торговых марок, которые связаны с выпуском книг самыми популярными стали ЭКСМО, АСТ, Читай город, Литрес, Азбука и

Попкорн. В большинстве случаев респонденты назвали именно тот бренд, продуктами которого они пользуются, но при этом рекламу торговых наименований видели лишь единицы. Исключением считается бренд Читай город. Его рекламу люди видели чаще, но услугами не пользовались.

Совершенно другая картина складывается с образовательными услугами. Skillbox один из самых популярных брендов в этой области. Skillfactory, Sky, Duolingo не менее известные наименования, которые стали узнаваемыми, благодаря рекламе [1]. Однако большинство респондентов, которые назвали эти марки не пользуются их услугами.

Таким образом, из проведенного исследования мы можем сделать следующие выводы. В большинстве случаев именно «пользование» товарами определенного бренда может вызвать соответствующие ассоциации. Кроме того, можно предположить, что респонденты при прохождении опроса руководствовались собственными нуждами (особенно это прослеживается при выборе продовольственных товаров). Также можно сделать окончательный вывод о том, что реклама не является самым главным фактором продвижения на рынке. Необходимо, чтобы продукты, представленные компанией соответствовали яркой рекламе. Но можно заметить и обратную сторону вопроса. Людям свойственно ориентироваться на свои ощущения, поэтому при покупке они скорее всего будут выбирать товары, которые им уже нравились раньше. Достаточно всего лишь поддерживать качество товаров и сделать рекламу на старте бизнеса для узнаваемости.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Герасименко, О.А., Тхориков, Б.А., Титова, И.Н. Геомаркетинговое моделирование – аналитический инструмент планирования бизнеса / О.А. Герасименко, Б.А. Тхориков, И.Н. Титова // Вестник Белгородского университета. Серия Экономика. Информатика. – 2020. – Т.47. – №4. – С. 710-717.

2. Tselyutina, T.V. Assessment of the supply chain management as a comprehensive evaluation of the labour potential of the region / T.V. Tselyutina, T.A. Vlasova, O.A. Timokhina, Y.V. Maslova // International Journal of Supply Chain Management. – 2019. – Vol. 8. – No. 5. – Pp. 1039-1046.

Елютин С.В.

*Научный руководитель: Бердникова В.Н., канд. экон. наук, доц.
Академия маркетинга и социально-информационных технологий-
ИМСИТ, г. Краснодар, Россия*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ ЗАПАДНОГО ВНУТРИГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОДА КРАСНОДАРА)

Улучшение качества и повышение уровня жизни населения являются стратегическими целями для органов управления на макро-, мезо- и микроуровнях, при достижении которых могут использоваться всевозможные механизмы, методы, средства, а также привлекаться все виды производственных ресурсов. Перечень данных механизмов в настоящее время является уже достаточно обширным, возможности их использования отображены в нормативных правовых актах на всех уровнях публичного управления [1].

Необходимо учитывать, что в процессе обеспечения полноценного развития всех сфер жизнедеятельности региона, одна из важнейших ролей принадлежит именно органам местного самоуправления, которые в последние годы стали важнейшим звеном в процессе формирования на муниципальных территориях социально ориентированных структур. В органы местного самоуправления чаще всего обращаются жители соответствующих территорий с целью решения самых разных вопросов относительно социальных, экономических, жилищных, культурных и прочих аспектов жизнедеятельности [2]. Уже давно назрела необходимость изменений в государственном и муниципальном управлении, которые позволят создавать современную среду в городском пространстве, решать инфраструктурные проблемы и находить новые решения [3].

Эффективность функционирования органов местного управления является ключевым фактором, характеризующим уровень социально-экономического развития муниципальных образований, что свидетельствует о наличии тесной связи между результатами проведенной работы органа местного самоуправления и развитием соответствующей территории. Таким образом, качество предоставленных услуг и качество жизни населения соответствующего муниципального образования непосредственно зависит от эффективности работы органов местного самоуправления.

Для более детального исследования и выявления финансовых возможностей и путей повышения эффективности работы органа местного самоуправления, проведём анализ основных финансовых показателей деятельности администрации Западного внутригородского округа города Краснодара по результатам 2021 и 2022 годов. Полученные результаты свидетельствуют о том, что операционный результат деятельности учреждения в 2022 году также является отрицательным, как и в 2021 году, и составляет 138,2 млн руб. убытка. Указанное является следствием существенного превышения расходной составляющей над доходной. При этом необходимо учитывать, что доходная составляющая в 2022 году приросла только на 0,14% или 18,7 тыс. руб., в то время как расходная - увеличилась на 36,24% или 40,31 млн руб [4].

Существенный прирост расходной составляющей был вызван увеличением расходов на оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда (прирост составил 18,84 млн руб. или 27,27%), оплату работ, услуг (прирост составил 15,38 млн руб. или 63,96%), безвозмездные перечисления капитального характера организациям (прирост составил 4,41 млн руб.).

Активы администрации Западного внутригородского округа города Краснодара на протяжении 2022 года возросли на 3,87% или на 2,3 млн руб., в том числе нефинансовые активы – увеличились на 4,09% или на 2,35 млн руб., финансовые активы – уменьшились на 7,37% или на 82,1 тыс. руб. Указанное стало возможным вследствие увеличения обязательств на 16,2% или на 1,4 млн руб., а также финансового результата на 1,72% или на 855,2 тыс. руб.

Учитывая результаты проведенного анализа основных финансовых показателей, можем выделить следующие основные проблемы, сдерживающие процесс максимизации качества предоставленных услуг, как в вышеуказанной администрации, так и в целом в органах местного самоуправления в Российской Федерации:

– Западному внутригородскому округу города Краснодара, как и многим муниципальным образованиям, характерен недостаток финансовых и земельных ресурсов, необходимой собственности. Таким образом, можно утверждать о несоответствии объёма полномочий органа местного самоуправления имеющимся в его распоряжении ресурсам. Указанное подтверждается проведенным анализом основных финансовых показателей деятельности рассматриваемой администрации за 2021 и 2022 года. Также установлен факт существенной нехватки средств, необходимых для разрешения инфраструктурных вопросов;

– установлен факт нехватки квалифицированных кадров, недостаток временных ресурсов для подготовки, переподготовки и повышения квалификации муниципальных служащих, рационального использования их потенциала и профессионального становления и продвижения в целом. Указанное подтверждается также и тем, что в 2022 году курсы повышения квалификации по программе «Контрактная система в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» прошли только четыре муниципальных служащих. Оказание услуг повышения квалификации по программе «Противодействие коррупции в системе государственной и муниципальной службы» – три муниципальных служащих. И это при том, что по состоянию на 01 января 2023 года численность работников администрации была утверждена в количестве 78 штатных единиц и 11 штатных единиц по должностям, не отнесенным к должностям муниципальной службы.

Учитывая вышеуказанное, в целях создания эффективной модели функционирования органов местного самоуправления, необходимо обеспечить реализацию широкомасштабного комплекса мер по формированию эффективной и результативной системы партнёрских отношений между публичными органами власти и обществом, обеспечению прозрачности функционирования органов местного самоуправления, формированию и продвижению инициатив, предложенных представителями общественности соответствующей территории.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Васькова Д. Н. Проблемы развития местного самоуправления в Российской Федерации и пути их решения / Д. Н. Васькова // Вопросы студенческой науки. – 2019. – Выпуск № 5 (33). – С. 346-348
2. Бердникова, В. Н. К вопросу о проблемах обеспечения населения доступным стандартным жильем / В. Н. Бердникова // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2019. – № 1(35). – С. 17-22.
3. Инновационные траектории современного города : Коллективная монография с международным участием / Д. Н. Ганченко, Ю. М. Митьковец, М. В. Буйлова [и др.]. – Москва : ООО «Актуальность.РФ», 2023. – 264 с.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ВИДОВ ЦЕН: ОПТОВЫХ, ЗАКУПОЧНЫХ И РОЗНИЧНЫХ ЦЕН

Оптовые цены представляют собой первоначальную стоимость продукции, по которой деятели скупают изделия крупными партиями. Чаще всего уровень оптовых цен ниже продажной цены. Производители указывают себестоимость товара, так как покупатель впоследствии скупает большой объем партии, снижая затраты на поставку и производство, а после перепродает по рыночной стоимости.

Целью торговой организации является извлекать прибыль, которая считывается как превышенный доход от сырья и оказанных услуг. Процесс ценообразования исполняется в течение всего товарооборота - от оптовой до цены и до продажи заключительному покупателю [1].

Оптовые цены в ценообразовании являются основой для подготовки цен конечного потребителя. При высчитывании стоимости скупки сырьевого материала и комплектующих, производство определяет оптовую цену товара. Она непосредственно влияет на отпускную цену изделия, а также на окончательный ценник. Зачастую оптовые цены - объект согласования между подрядчиком и клиентом. Приобретатель может претендовать на скидку в зависимости от количества закупки, условий оплаты и других договоренностей. Предприятие розничной торговли определяют свой процент на товар к общей оптовой стоимости, после чего формируют из этого прибыль. Процент зависит от спроса на данный товар, соперничества в данной сфере. Некоторые ценники на определенные товары устанавливает государство, для того, чтобы изделие было доступно для общественности.

Во многих случаях оптовая и закупочная цены равны между собой. Оптовый товар - закупочный товар, но закупочный товар не всегда будет оптовым. Закупочную продукцию приобретают для дальнейшей перепродажи либо использования в личных целях организацией. Объем товара может быть как в маленьком объеме так и в большом, а вот оптовые закупки всегда считаются закупкой огромных партий. Их приобретают компании или перекупщики для дальнейшей перепродажи розничным торговцам или альтернативным оптовым заказчикам [2].

Действенный контроль растрат на приобретение товара ориентирует на экономию сырья, предотвращение лишних затрат и увеличение объемов продаж. С помощью этого организация привлекает покупателей, тем самым увеличивая продажи, повышает качество изделия и сотрудничает с безопасными импортёрами. В результате всего этого компания стоит на рынке устойчиво и развивается.

Что же такое «розничная цена»? Розничные цены выражают воздействие на финансовый анализ предприятия, показывают уровень дохода, финансовую устойчивость. Верно указанный ценник охарактеризовывает спрос на продукцию, увеличивает прибыль и развивает коммерческую деятельность. Неправильная оценка товара может привести к снижению покупателей и потерям вырученных средств. Удачное ценообразование в первую очередь указывает на способность найти общее между соревновательными ценами, учитыванием рыночного спроса и снабжением доходности. Грамотный подход позволит организации устоять на плоту [3].

Итоговая розничная цена формируется из результативных издержек, процента разработчика и поставщика, пошлины на добавленную стоимость товара и спрос на изделие [4].

Преобразование закупочной цены воздействует на оптовую стоимость, а после на розничную. К примеру говоря увеличение расценки исходного материала влечет за собой к росту закупочной цены, что за собой влечет поднятию розничной и оптовой. Конкуренция на рынке также играет не малую роль все три вида цен. Если на бирже высокая конкуренция-цену как правило понижают, чтобы не терять доход и повышать клиентский спрос. Также и наоборот, когда низкое соперничество на рынке стоимость на сырье могут повысить. Высокий спрос влияет на рост оптовой и розничной цены, несмотря на неменяющуюся закупочную цену [5].

Эта взаимосвязь нужна для того, чтобы исполнителям и оптовым торговцам плодотворно вырабатывать ценовую политику и руководить прибылью; характеризовать соревновательные цены и привлечение клиентов для розничных продавцов; осознавать как правильно вырабатывать ценник продукции и заключать доказанные результаты о приобретении для потребителей [6].

Таким образом оптовые, розничные и закупочные цены играют большую роль в экономике. Они ускоряют цепочку формирования цены производства и воздействуют на продавцов, производителей и потребителей. Все три вида взаимосвязаны между собой. Когда меняется одна цена - соответственно изменяют и другие. На оптовые, закупочные и розничные цены влияют такие обстоятельства, как

соперничество, нуждаемость в товаре, экономическое положение. Познание признаков и соотношения розничных, закупочных и оптовых затрат надобность для: результативного руководства коммерческой деятельностью, введения доказанных результатов, оценки биржи.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баянова, О. В. Регрессионный анализ зависимости объемов производства от закупочной цены на картофель / О. В. Баянова // Московский экономический журнал. – 2023. – № 4. – С. 309-312.
2. Беляев, Л. С. Механизмы ценообразования в рыночной и плановой экономиках / Беляев Л. С. // Журнал «Теоретическая экономика». – 2022. – №. 1. – С. 42-56.
3. Оптовые, розничные и закупочные цены [Электронный ресурс] Систем. требования: ВІТ-новости. – URL: <https://www.std72.ru>. (Дата обращения: 22.12.2011).
4. Змеева, Е. Е. Управление розничной ценой продажи / Змеева, Е. Е. Терпугов // Научная статья. – 2006. – №. 1. – С. 163-166.
5. Ленкова, О. В. Методический подход к обоснованию розничных цен на нефтепродукты / Ленкова, О. В. Чистякова // Журнал «современная конкуренция». – 2012. – №. 1 (31). – С. 50-63.
6. Трошин, А. С. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики : монография. Под общ. ред. проф. А. С. Трошина. Белгород: Изд-во БГТУ, 2024. - 243с.

УДК 004.896

Жук Д.В., Кашко П.А.

Научный руководитель: Максимович А.А., преп.

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Сельское хозяйство является важной отраслью экономики. Оно обеспечивает продовольственную безопасность страны. Кроме того, сельское хозяйство является важным фактором экономического роста. Так, исходя из данных графика, представленного на рисунке 1, на его долю приходится 4,32% мирового валового внутреннего продукта, а в некоторых наименее развитых странах оно может составлять более 25% валового внутреннего продукта страны.

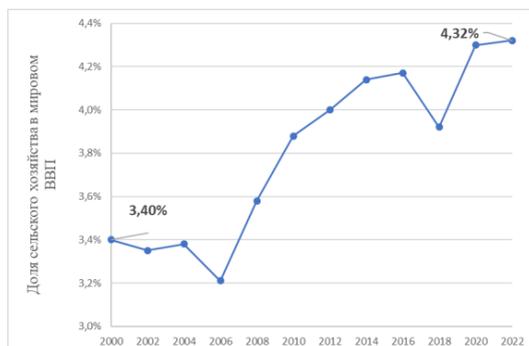


Рис. 1. Доля с/х в мировом ВВП с 2000 по 2022 год

В настоящее время примерно четверть земной поверхности используется в сельском хозяйстве. Однако согласно оценкам, составленным в рамках «Оценки экосистем на пороге тысячелетия» (МЕА) – почти не осталось высокопродуктивных земель [1].

Так, в последние годы в сельскохозяйственном секторе наблюдается значительный прогресс благодаря внедрению информационных технологий, что привело к появлению понятия «умного сельского хозяйства».

Объем мирового рынка умного сельского хозяйства оценивается в 19,91 млрд долларов США в 2022 году, и ожидается, что к 2030 году он достигнет 43,37 млрд долларов США с зарегистрированным среднегодовым темпом роста 10,2% с 2022 по 2030 год (рис. 2) [2].

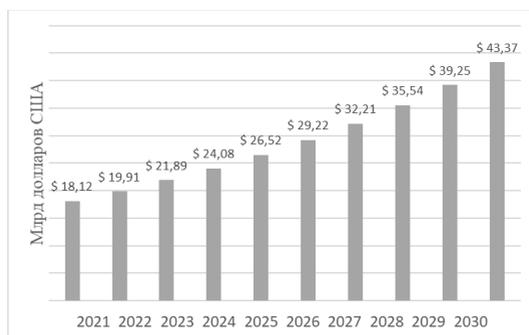


Рис. 2. Объем мирового рынка умного сельского хозяйства

Так, умное сельское хозяйство помогает выращивать урожай более эффективно за счет использования передовых технологий. Одним из ключевых факторов, способствующих росту мирового рынка умного

сельского хозяйства, является развитие технологических достижений и внедрение инновационных технологий. Такие технологии, как AI (искусственный интеллект), IoT (интернет вещей), ML (машинное обучение), blockchain (блокчейн) создают возможности для роста и развития глобального рынка умного сельского хозяйства в течение прогнозируемого периода.

Ярким примером внедрения информационных технологий в сельское хозяйство является создание умных теплиц. В последние годы рынок умных теплиц переживает значительный рост. Согласно исследованиям Precedence Research, рынок умных теплиц в 2022 году оценивался в 1,8 млрд долларов США, а к 2032 году ожидается, что он составит 4,7 млрд долларов США (Рис. 3). Также предполагается, что в период с 2022 по 2032 год среднегодовой темп роста составит 10,4%.

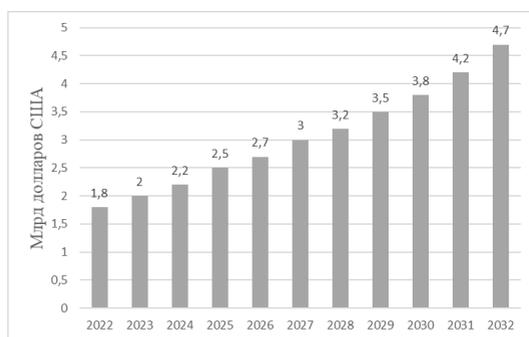


Рис. 3. Рынок умных теплиц

Умные теплицы трансформируют сельское хозяйство за счет внедрения таких инновационных технологий как IoT и AI.

Внедрение технологии IoT позволит контролировать в теплице все факторы, влияющие на урожайность: температуру, качество воздуха, освещенность, влажность воздуха, влажность почвы и пр. В то же время анализ полученной информации при помощи технологии AI позволяет анализировать полученные данные и автоматизировать процессы для обеспечения наилучших условий ведения сельского хозяйства.

Умные теплицы обладают целым рядом преимуществ, которые делают их привлекательным выбором для современного сельского хозяйства: круглосуточный мониторинг процесса выращивания, повышенная точность управления ресурсами, водо- и энергоэффективность, раннее выявление проблем и повышенная безопасность с учетом уникальных условий тепличного хозяйства. Контроль всех этих параметров помогает достичь идеальной среды в

теплицах, что сводит к минимуму потерю ресурсов и обеспечивает точное земледелие.

Так, интеграция технологий искусственного интеллекта и интернета вещей создает мощную интеллектуальную экосистему для современного сельского хозяйства. Устройства интернета вещей активно помогают в контроле данных о сельскохозяйственных операциях. Алгоритмы искусственного интеллекта обрабатывают и анализируют полученные данные, что позволяет фермерам принимать оптимальные решения касательно ведения сельского хозяйства.

Дуэт искусственного интеллекта и интернета вещей все активнее используется в сельском хозяйстве, что позволяет значительно повысить эффективность и продуктивность данной отрасли.

Таким образом, действующая связь между технологиями искусственного интеллекта и интернета вещей совершает революцию в сельском хозяйстве, повышая эффективность, производительность и устойчивость. Используя объединенную мощь искусственного интеллекта и интернета вещей, фермеры могут принимать решения на основе данных, оптимизировать свою деятельность и обеспечивать более устойчивое будущее для сельскохозяйственного сектора.

Поскольку эти технологии продолжают развиваться и совершенствоваться, можно ожидать появления еще более инновационных приложений и решений, которые еще больше изменят мир сельского хозяйства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. The World Bank.: [сайт]. – Вашингтон. – URL: <https://www.worldbank.org> (дата обращения: 25.03.2024)
2. Precedence Research : [сайт]. – Оттава. – URL: <https://www.precedenceresearch.com> (дата обращения: 25.03.2024). – Текст. Изображение : электронные.
3. MarketsAndMarkets: [сайт]. – Магарпатта .– URL: <https://www.marketsandmarkets.com> (дата обращения: 25.03.2024)

Завгородний Г.К.

*Научный руководитель: Балабанова Г.Г., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Вторая мировая война - одно из самых разрушительных событий в истории человечества. К ее последствиям следует относить не только разрушенные города, разоренные села, ослабление экономики, но и серьёзные демографические последствия. Это рост смертности и падение рождаемости, изменение демографической структуры.

К самым ощутимым последствием войны относят потерю населения. По разным оценкам потери варьируются от 70 до 85 миллионов человек, не только участвовавших в боевых действиях, но умерших от болезней и голода на оккупированных территориях, замученных в концентрационных лагерях. Потери по выборке стран, участвующих во Второй мировой войне представлены на рис. 1.

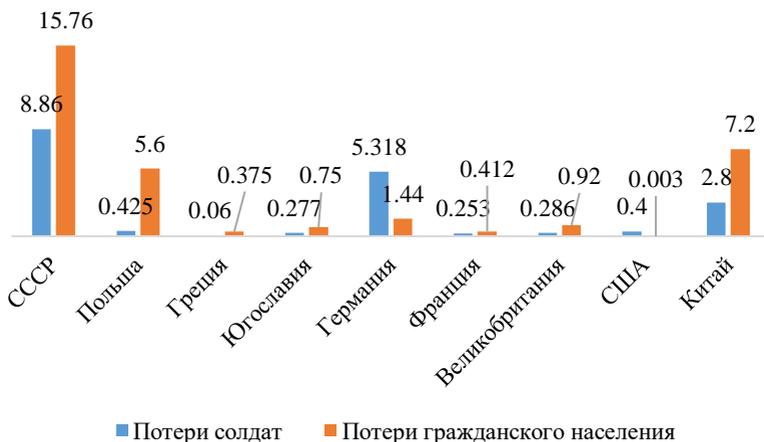


Рис. 1. Потери по выборке стран, млн человек
(составлено автором по [1])

В некоторых странах (СССР, Германия и Польша) потери населения были столь ощутимы, что это привело к долгосрочным

демографическим изменениям, несмотря на то, что послевоенный период ознаменован ростом рождаемости. Этот феномен, известный как «бэби-бум», был особенно заметен в западных странах, таких как США, Канада и Великобритания.

Большинство экспертов связывают бэби-бум с рядом факторов, включая возвращение солдат с войны, повышение оптимизма и уверенности в будущем, а также рост стабильности и благосостояния. Это привело к значительному увеличению численности населения в ряде стран (Рис. 2).

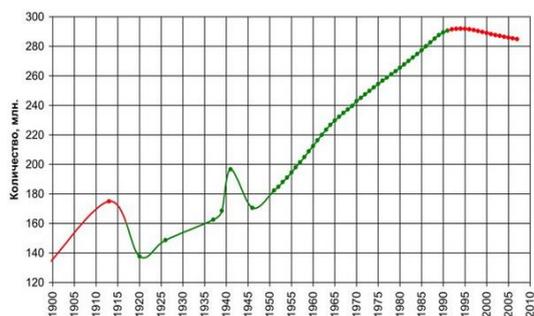


Рис. 2. Рождаемость после Второй мировой войны [3]

Послевоенный период также стал временем интенсивной миграции населения. Многие люди покидали свои родные страны в поисках лучшей жизни или вследствие политических преследований. Многие евреи, пережившие Холокост, эмигрировали в Израиль, США или другие страны.

Эти миграционные потоки оказали глубокое влияние на социальные и экономические структуры стран-получателей. Они также способствовали культурному обмену и международному сотрудничеству, хотя и сопровождалась вызовами интеграции и адаптации.

Несмотря на разрушение и потери, вызванные войной, послевоенный период также стал временем значительных экономического роста. Так, рост рождаемости способствовали расширению семей и увеличению потребительского спроса, что в свою очередь стимулировало экономический рост.

Миграция также оказала положительное воздействие на многие страны, обогатив их культурное наследие и привнося новые идеи и технологии. Этот процесс, хотя и сопровождался вызовами, также

способствовал развитию толерантности и международного сотрудничества.

Демографические последствия после Второй мировой войны были многогранными и долгосрочными. Они включали в себя огромные потери населения, рост рождаемости, интенсивную миграцию и изменения в структуре населения. Эти изменения оказали глубокое влияние на общества и экономики многих стран, формируя современный мир, который мы знаем сегодня.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ненужная война. Вторая мировая в цифрах и фактах. URL: <https://tass.ru> (дата обращения: 25.03.2024)
2. Балабанова, Г.Г. Демографические проблемы РФ в ракурсе третьего демографического перехода // В кн.: Общество и власть: социально-экономические аспекты и публичная политика. Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2020. – С. 104-120.
3. Cook, Bernard A. Europe Since 1945: An Encyclopedia. Routledge, 2001. – URL: <https://archive.org> (дата обращения: 25.03.2024)
4. Eckert, Astrid M., et al. Germany and the Second World War: Volume IX/I: German Wartime Society 1939–1945: Politicization, Disintegration, and the Struggle for Survival. Oxford University Press, 2008.
5. Народное хозяйство СССР в годы Великой Отечественной войны. – URL: <https://djvu.online> (дата обращения: 25.03.2024)
6. Чернов, А. В. Демография России: эпоха перемен / А.В. Чернов. М.: Изд-во «Институт народно-хозяйственного прогнозирования РАН», 2005.

УДК 338.24

Зайцев И.А.

Научный руководитель: Малыхина И.О., проф.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ УГРОЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Внедрение политики импортозамещения способствует развитию отечественного производителя стремится к повышению показателей

экономики страны. Следует быть независимым от товаров и услуг зарубежных государств, чтобы не содействовать выводу денежных средств за границу. В данной статье проанализируем основные угрозы, влияющие на импортозамещение в России.

При сегодняшнем развитии геополитической ситуации, укреплении санкционного давления и распространения вызовов мировой экономики актуальны поиски возможностей для подъема уровня экономического развития России.

В настоящее время Россия активно развивает политику импортозамещения в связи с беспрецедентным объемом санкций, введенных в действие в отношении РФ. Основной целью рассматриваемой программы является замена продукции иностранных производителей путем налаживания собственного производства и увеличения объемов выпускаемых товаров.

Для урегулирования и усиления политики импортозамещения в системе российского законодательства принят ряд нормативно-правовых актов:

1. Постановление Правительства 16.09.2016г. № 925, установившее приоритет отечественного товара, работ или услуг перед иностранными при осуществлении закупок [1];

2. Постановление Правительства от 30.04.2020г. № 616 [2], устанавливающее запрет на допуск иностранных промтоваров (за исключением производимых в странах – членах Евразийского экономического союза) в целях проведения закупок для государственных нужд;

3. Постановление Правительства от 03.12.2020г. № 2014 [3], определяющее минимальную обязательную долю закупок товаров отечественного производства. Такая доля устанавливается в зависимости от вида товаров. Например, средства связи радиоэлектронные, код товара 26.30.11.150 (в 2021 году – 50 %, в 2022 – 90 %, в 2023 году – 90 %);

4. Постановление от 31.03.2022г. № 552, согласно которому государство должно увеличить разнообразные гранты на разработку аналогов деталей, ранее импортируемых из зарубежа. Актуальный перечень постоянно обновляется - Государственная дума утверждает новые законы, сопутствующие развитию внутреннего рынка.

В настоящее время Минпромторгом России разработаны планы развития импортозамещения по каждому виду промышленности до 2024 года. По оценкам Банка России, падение импорта в РФ по итогам 2022 года составило от 32,5 до 36,5%. Согласно результатам анализа статистики внешней торговли иностранных государств,

произведенного компанией «Локоинвест», были сделаны выводы «о максимальном падении импорта в Россию в 50%, в мае оно стало чуть менее резким – 43—45%. Импорт в Россию в 2021 году составлял почти 300 млрд долларов, на 90% это страны дальнего зарубежья» [4]. Планы развития импортозамещения сталкиваются со следующими угрозами [5]:

1. Технологическая база отечественного производства отличается недостаточностью современных технологий и оборудования, что ограничивает его в способности конкурировать с продуктами импортного происхождения.

2. Зачастую качество продукции, которая производится в результате импортозамещения, не отвечает мировым стандартам. Это может привести к снижению конкурентоспособности на мировом рынке и снижению объемов ее продаж.

3. Высокая стоимость модернизации и переоборудования: переход к отечественному производству требует значительных инвестиций на модернизацию предприятий и их перенастройку.

4. В результате ограничения импорта потребители получают недостаточно разнообразную и качественную продукцию. Качество жизни ухудшается вследствие ограниченности выбора.

5. Масштабный рост цен: временное сокращение импорта может привести к росту стоимости товаров и услуг, что негативно скажется на потребительском спросе.

6. При импортозамещении существуют риски зависимости от отдельных поставщиков, что может увеличить уязвимость экономики в целом.

7. Недостаток специалистов: развитие новых отраслей и производств потребует квалифицированных специалистов, что может вызвать дефицит на рынке труда.

Таким образом, курс на импортозамещение в экономике в краткосрочной перспективе приводит к повышению уровня цен на товары, к внеплановым затратам на финансирование новых предприятий, а в некоторых случаях может и ухудшать качество продукции, если сравнивать ее с западными аналогами.

Несмотря на воздействие некоторых отрицательных факторов, влияющих на развитие импортозамещения, отечественные эксперты в области экономики отмечают, что Россия успешно справляется с замещением товаров иностранного производителя отечественными и тем самым, обеспечивает себе безопасность во всех отраслях экономики. Стоит отметить, что доля импорта снизилась в связи с развитием отечественного производства в химической,

деревобрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, в металлургии и фармацевтике.

Рассмотрим возможные меры поддержки отечественного производителя [9]:

- упрощение процедуры проведения государственных закупок;
- наложение мораториев на налоговые проверки в отношении отдельных категорий налогоплательщиков;
- предоставление налоговых льгот;
- установление льготного кредитования для малого и среднего бизнеса.
- введение льготных каникул и пролонгация льготных договоров для сельхозпроизводителей;
- введение отсрочки исполнения обязательств по полученным субсидиям для индивидуальных предпринимателей и промышленных предприятий;
- возобновление господдержки системообразующих предприятий (будут предоставляться госгарантии, необходимые для реструктуризации кредитов или получения новых, а также субсидии на возмещение затрат);
- приостановление инициирования процедур банкротства должников;
- упрощение разрешительных и лицензионных процедур.

В пользу вышесказанного можно отметить, что активная реализация проектов импортозамещения развивает различные отрасли экономики. С 2015 года в России реализовали больше 1000 проектов в рамках политики импортозамещения.

Президент В.В. Путин в октябре 2021 года на заседании клуба «Валдай» заявил, что все основные задачи в рамках политики импортозамещения были успешно реализованы. Кроме этого, глава государства выразил благодарность иностранным партнерам за санкционные ограничения. Президент считает, что, исключительно благодаря им, экономические показатели страны стремительно рванули вверх [8].

Однако в определенное время внимание приковано было только к оборонно-промышленному комплексу и это сильно ослабило позиции прочих направлений. Современные условия ставят перед бизнесом множество новых задач. Рынок сейчас наводнен оборудованием и сырьем недостаточно высокого качества, которое значительно уступает зарубежным аналогам. Важно скорректировать данную ситуацию в ближайшем будущем.

В России импортозамещение стало критически важным экономическим направлением, которое помогает избавиться от зависимости продукции производства других стран и снизить зависимость экономики страны. В целом чтобы решить обозначенные проблемы, нужно развивать инфраструктуру, улучшать инвестиционный климат и повышать производительность российских компаний, провести переподготовку специалистов в целях повышения конкурентоспособности российской продукции. Необходимо поддерживать и развивать те отрасли, которые могут стать основой для обеспечения импортозамещения, в частности, сельское хозяйство, обрабатывающую промышленность, информационные технологии, биотехнологии и др. Кроме того, необходимо развивать международное сотрудничество и находить новые рынки сбыта для экспорта продукции, произведенной в РФ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Постановление Правительства РФ от 16.09.2016 N 925 (ред. от 16.05.2022) «О приоритете товаров российского происхождения, работ, услуг, выполняемых, оказываемых российскими лицами, по отношению к товарам, происходящим из иностранного государства, работам, услугам, выполняемым, оказываемым иностранными лицами» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.05.2024).
2. Постановление Правительства РФ от 30.04.2020 N 616 (ред. от 31.05.2023) «Об установлении запрета на допуск промышленных товаров, происходящих из иностранных государств, для целей осуществления закупок для государственных и муниципальных нужд, а также промышленных товаров, происходящих из иностранных государств, работ (услуг), выполняемых (оказываемых) иностранными лицами, для целей осуществления закупок для нужд обороны страны и безопасности государства» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.05.2024).
3. Постановление Правительства РФ от 03.12.2020 N 2014 (ред. от 02.09.2023) «О минимальной обязательной доле закупок российских товаров и ее достижении заказчиком» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.05.2024).
4. Антонова И.И. Качество и импортозамещение / И.И.Антонова, В.Я.Белобрагин // Стандарты и качество. - 2015. - N 4. - С. 70.

5. Атурин В.В. Антироссийские экономические санкции и проблемы импортозамещения в условиях современной международной конкуренции // Вестник евразийской науки. 2019. Том 11. № 2. С. 5-14.
6. Балковая В.В. Импортозамещение в инновационной траектории предприятий малого бизнеса / В.В.Балковая, А.П.Скорик // Власть. - 2016. - № 5. - С.32-35.
7. Малыхина И. О. Анализ воздействия глобальных технологических вызовов на развитие отечественной экономики // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – № 5 – С. 62-66.
8. Заседание дискуссионного клуба «Валдай». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru> (дата обращения: 09.05.2024).
9. Импортозамещение в России в 2023 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.v2b.ru> (дата обращения: 15.04.2024).
10. Импортозамещение в России. Январь 2022 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://e-cis.info> (дата обращения: 15.04.2024).
11. Реакция производителей на санкции 2022 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://kontur.ru> (дата обращения: 10.05.2024).

УДК 336.14

Заярченко С.В.

*Научный руководитель: Дышлова А.А., канд. полит. наук, доц.
Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского,
г. Симферополь, Россия*

ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ КАК АДМИНИСТРАТОРЫ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ ИНИЦИАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

В настоящее время Российская Федерация переживает период активного внедрения практик инициативного бюджетирования во всех регионах страны, так как инициативное бюджетирования является инструментом, который позволяет гражданам активно участвовать в процессах местного самоуправления и распределении бюджета, а также позволяет выявить проблемы и предпринимает действия для их разрешения.

Инициативное бюджетирование является одной из модификаций партисипаторного бюджетирования – формы непосредственного участия населения в осуществлении местного самоуправления путем выдвижения инициатив по целям расходования определенной части бюджета [3, с.119].

Одним из главных преимуществ реализации практик инициативного бюджетирования, является целесообразное распределение бюджетных средств. Формирование активной гражданской позиции и образование граждан, способных активно участвовать в общественной жизни и защищать свои интересы, также стимулируется инициативным бюджетированием.

Администраторами проектов инициативного бюджетирования, выступают органы государственной и муниципальной власти, которые являются составляющими элементами цикла реализации практик инициативного бюджетирования.

Типология проектов инициативного бюджетирования формируются отдельно на уровне каждого региона. Механизмы межведомственных комиссий в субъектах, а также множественность государственных программ инициативного бюджетирования, дают широкие возможности для формирования многообразия направлений реализации проектов [4, с.371].

Стоит отметить что каждый регион в праве устанавливать свою методику работы, а также принимать нормативно-правовые акты в сфере инициативного бюджетирования на региональном уровне, которые определяют уполномоченные исполнительные органы, уровень софинансирования проектов и многое другое.

В качестве примера, обратимся к опыту администрирования проектов инициативного бюджетирования на примере Республики Крым. Для уточнения всех участников процесса, необходимо рассмотреть цикл реализации проектов, который представлен на (Рис.1).



Рис. 1 Цикл подготовки и реализации проектов инициативного бюджетирования. Источник: составлено автором на основе [1, с.242]

Процесс инициативного бюджетирования в Республике Крым начинается с утверждения плана-графика мероприятий Министерством финансов Республики Крым.

Далее проводятся информационные кампании, выездные семинары и консультации для поддержки участников в подготовке проектов. После приёма заявок Министерство финансов оценивает каждый проект и проверяет его соответствие требованиям.

Заседание конкурсной комиссии определяет проекты, которые пройдут отбор. После этого Министерство финансов разрабатывает нормативно-правовой акт о распределении субсидий между различными отраслями. Главные распорядители бюджетных средств создают свои акты о распределении субсидий между муниципальными образованиями.

После этапа рассмотрения проектов начинается их реализация, контроль за которой осуществляется администрацией муниципального образования и главным распорядителем бюджетных средств. По завершении проекта муниципальное образование представляет отчёт главным распорядителям бюджетных средств и Министерству финансов.

Муниципальное образование, по окончании реализации проекта формирует отчёт, который направляется главным распорядителям бюджетных средств и Министерству финансов Республики Крым.

Мониторинг как систематическая деятельность, направлен на отслеживание хода и результатов реализации программ и практик инициативного бюджетирования [2, с.11]. Мониторинг и контроль соблюдения получателем условий, целей и порядка предоставления субсидии осуществляются органами внешнего и внутреннего контроля.

В общем и целом, роль органов власти в поддержке и развитии инициативного бюджетирования заключается в:

- созданию законодательной базы, регулирующей процесс инициативного бюджетирования;
- проведении информационной кампании среди населения о возможностях участия в процессе;
- организации обучающих мероприятий для граждан и представителей местных сообществ.

Функции органов власти как администраторов проектов, включают в себя:

- проверку соответствия предложенных проектов целям и задачам бюджетирования;
- оценку экономической и социальной эффективности предлагаемых проектов;

- координацию работы всех участников процесса инициативного бюджетирования.

Таким образом администраторами проектов в сфере инициативного бюджетирования на уровне государственной власти, выступает Министерство финансов субъекта, а также различные министерства, которые являются главными распорядителями бюджетных средств. На уровне муниципальной власти, администраторами выступают администрации муниципальных образований, главы администраций и сельских поселений.

Органы государственной и муниципальной власти играют важную роль как администраторы проектов в сфере инициативного бюджетирования. Их участие способствует развитию диалога между властью и гражданами, важно продолжать развивать этот механизм с учетом опыта и потребностей всех заинтересованных сторон.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бехер, В. В. Практика инициативного бюджетирования на муниципальном уровне. / В. В. Бехер // Пробелы в российском законодательстве. — 2019. — № 1. — С. 242–244.

2. Вагин В. В., Шаповалова Н. А. Актуальные вызовы и проблемы развития инициативного бюджетирования / В. В. Вагин, Н. А. Шаповалова // Финансовый журнал. 2020. Т. 12. № 1. С. 9–26.

3. Гребенюк, А.А. Психологические особенности инициативного бюджетирования / Гребенюк, А. А. // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского Социология. Педагогика. Психология. Том 7 (73). 2021. № 3. С. 118–126.

4. Дербенева, В.В. Факторы развития инициативного бюджетирования в России / В. В. Дербенева // Вестник Академии знаний. 2021. №43 (2). С.369-374.

Зозулева Ю.А.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В ОБЛАСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Термин «инновации» впервые был употреблен в научных исследованиях XIX века и означал введение элементов одной культуры в другую. В экономической науке понятие «инновации» стали применять в начале XX века, и новую трактовку определению дал американский экономист Йозеф Шумпетер в своем научном издании «Теория экономического развития». По мнению ученого, инновации – это изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных средств, рынков и форм организации в промышленности.

В современной трактовке термин «инновации» (нововведения), в соответствии с Федеральным Законом «О науке и государственной научно-технической политике», означает введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга), процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях [1]. Но стоит отметить, что не любое открытие является инновацией. Отличительными признаками инноваций являются: существенные изменения, практическое применение и коммерческая реализуемость.

Развитие цифровых технологий является главным фактором инновационного развития и экономического роста страны, так как внедрение инноваций позволяет усовершенствовать уже имеющиеся разработки, а также создать абсолютно новые [5].

Мировые финансовые кризисы, политическая нестабильность вызвали необходимость пересмотра принципов организации экономической системы. В настоящий момент все сферы общества ориентированы на инновационное развитие. Ведь инновационная деятельность позволяет получать высококачественную продукцию (услуги), использовать эффективные методы производства, что во многом сокращает издержки и вместе с этим поддерживает высокий уровень конкурентоспособности. В масштабах государства инновации способствуют экономическому росту, появлению новых отраслей

экономики, повышению экономической безопасности и обороноспособности страны.

Инновации, как было уже выше сказано, задействованы во всех сферах общества, в том числе и в системе здравоохранения. Медицинские открытия играют важную роль в повышении качества жизни населения. Каждый год в области здравоохранения происходит множество открытий. Далее рассмотрим важные открытия в области медицины за 2023 год.

В 2023 году была усовершенствована технология матричной рибонуклеиновой кислоты (мРНК). Начиная с 2020 года, ученые трудились в данной области, создавая эффективную вакцину от Covid-19. В настоящий момент технологию мРНК используют для лечения от онкологических заболеваний. С помощью данной разработки появилась возможность использовать фрагмент опухоли для того, чтобы передать информацию организму на выработку белка, похожего на пораженные клетки, тем самым, запуская иммунную реакцию, позволяющую бороться с заболеванием [6].

Также с помощью технологи мРНК можно диагностировать генетические, аутоиммунные нарушения [4], [7]. Данная терапия дает возможность «точно» воздействовать на пораженные клетки, не нанося организму вред.

Следующим немаловажным открытием стали нейротехнологии, которые внесли огромный вклад в развитие медицины. Благодаря опытам ведущих ученых, у врачей появилась возможность делать сложнейшие операции, воздействуя на мозг. По данным Минздрава, ежегодно в пересадке костного мозга нуждаются около десяти тысяч человек. Данная процедура является абсолютно безопасной и безболезненной как для донора, так и для пациента.

Несколько десятилетий назад трудно было представить, что когда-то человек сможет напечатать сердце или почку на принтере. Но в настоящий момент 3D- печать внутренних органов стала неотъемлемым элементом медицины [3], [7]. Благодаря внедрению данной инновации появилась возможность производить пересадку органов с сохранением их функций. Данная процедура является абсолютно безопасной, так как при печати органа используются клетки пациента.

В начале прошлого года в России появились первые модели имплантатов суставов, которые печатаются на 3D- принтере, дают возможность человеку минимизировать последствия серьезных травм и вернуться к привычной жизни без ограничений.

Протез слуховой косточки также является знаковым открытием в области медицины. Ведь благодаря ему человек может полностью

восстановить слух после травм. Стоит отметить, что данная разработка является безболезненной в применении и незаметной для окружающих [6].

Для остановки кровотечения ученые разработали устройство биопечати [6]. Данная инновация позволяет быстро остановить кровотечение и создать защитный барьер на ране. В ближайшем будущем данное устройство планируют продавать в свободном доступе, так как данная инновация в экстренных ситуациях позволяет оказать первую помощь пострадавшему до приезда скорой помощи.



Рис.1. Устройство биопечати



Рис.2. 3D-печать органов слуха и дыхания



Рис.3. 3D-печать сердца

На сегодняшний день телемедицина является наиболее растущим и быстро развивающимся сегментом в области здравоохранения [2]. В настоящий момент пациенты могут получать медицинские услуги дистанционно, что сокращает затраты времени на дорогу в медицинское учреждение, а также снижает контакт между больными. Поставить точный диагноз во время удаленного общения пока что трудно, но ученые стремятся предотвратить этот барьер и сделать все возможное для дальнейшего развития телемедицины.

В заключение стоит отметить, что 2023 год стал знаменательным для медицины. Открытия ученых помогают вернуть людей к нормальной жизни, вылечить их от серьезных заболеваний и повысить продолжительность жизни граждан. Все инновации являются показателем независимости нашей страны от открытий зарубежных партнеров. Несмотря на санкционную политику западных стран, Россия продолжает развиваться, совершенствуя инновационную деятельность. Можно с уверенностью сказать, что в дальнейшем нашу страну ждут не менее важные достижения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 24.07.2023) "О науке и государственной научно-технической политике" // Собрание законодательства РФ. – 1996. - №127. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.03.2024)

2. Постановление Правительства РФ от 18 июля 2023 г. N 1164 "Об установлении экспериментального правового режима в сфере цифровых инноваций и утверждении Программы экспериментального правового режима в сфере цифровых инноваций по направлению медицинской деятельности, в том числе с применением телемедицинских технологий и технологий сбора и обработки сведений о состоянии здоровья и диагнозах граждан" // Собрание законодательства РФ. – 2023. - №1164. [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru> (дата обращения: 25.03.2024)/

3. Новые технологии в медицине 2023: инновации и перспективы // Портал с гайдами. [Электронный ресурс]. URL: <https://aktosr.ru> (дата обращения: 08.02.2024)

4. Обзор новостей биофармы за 2023 год // Биомолекула. [Электронный ресурс]. URL: <https://biomolecula.ru> (дата обращения: 08.02.2024).

5. Сомина, И. В. Цифровые инновации в современном мире / И. В. Сомина, А. С. Дармина // Белгородский экономический вестник. – 2020. - № 3. – С.39-45

Зуб В.О.

*Научный руководитель: Бердникова В.Н., канд. экон. наук, доц.
Академия маркетинга и социально-информационных технологий
ИМСИТ, г. Краснодар, Россия*

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Ипотечный кредит предусматривает длительный период взаимоотношений заемщика и кредитора (банка). Одним из главных условий надлежащего исполнения оформленных обязательств является внешняя и внутренняя экономическая стабильность, что практически достаточно сложно [1]. Последние годы нестабильность, взлеты и проседания на фоне кризисов и санкций приводят к тому, что рынок кредитования, к сожалению, имеет целый ряд проблем. Остановимся на них подробнее.

1. Инфляционные процессы

Несмотря на то, что Банк России предпринимает монетарные рычаги воздействия на потребительскую активность, уровень инфляции по-прежнему остается высоким. Инфляционные процессы прямым образом негативно влияют на развитие системы ипотечного кредитования, так как подразумевают обесценивание денег. В результате, стоимость привлечения средств для банков не снижается.

Из-за инфляции развитие ипотеки в 2024 г. будет осуществляться по пути отдельного предложения для избранных категорий граждан со стабильно высоким уровнем дохода и определённых категорий, а не как массовый продукт для всех.

2. Низкая платежеспособность и серый доход

Одним из ключевых ограничений в развитии российского ипотечного рынка является низкая платежеспособность основной доли населения, которая делает жилищные кредиты и приобретение недвижимости мало доступным.

Что касается доходов населения, то в целом за январь-ноябрь 2023 года реальный размер средней заработной платы вырос в РФ на 7,6% в годовом сравнении. По данным Росстата, среднемесячная заработная плата в РФ в номинальном выражении в ноябре 2023 года составила 73 383 руб., увеличившись на 15,2% по сравнению с ноябрем 2022 года [2].

Заметим, что получение ипотечного кредита невозможно сегодня без оплаты первоначального взноса, то накопить достаточную долю от стоимости приобретаемой квартиры для семьи крайне сложно.

Усугубляющим фактором в рассмотрении данного вопроса является проблема «серых» доходов и зарплат российских граждан. Многие банки, особенно крупные, предлагающие по ипотеке наиболее выгодные условия кредитования, принимают в качестве подтверждения платежеспособности клиента только официальные документы (запрос данных из ПФР) [3].

3. Проблема, связанная с альтернативными вариантами вложений банками

Любой банк функционирует, преследуя своей целью извлечение максимальной прибыли, получаемой из разных финансовых инструментов. В кредитный портфель помимо ипотеки входят потребительские займы, автокредиты и т.д., которые показывают свои риски и доходности.

Однако помимо дохода, получаемого от клиентов за предоставление заемных средств, финансовые организации могут иметь альтернативные варианты вложений своих средств. К ним относятся инструменты фондового рынка и участие в перспективных проектах. Ипотечное кредитование предполагает длительный срок возврата заемных средств и долгий период окупаемости оформленной сделки, поэтому без вторичного рынка ипотечного кредитования она для банков менее выгодна.

Покупка и продажа ценных бумаг сопряжена с рядом сложностей, связанных с пробелами в законодательной базе и повышенными рисками, которые кредитные организации берут на себя в условиях колебаний рыночной экономики.

4. Общеэкономическая ситуация вокруг России

Экономика России имеет критичную зависимость от цен на сырьевые продукты. Общеэкономическая ситуация вокруг нашей страны сегодня складывается не лучшим образом. Постоянно вводимые другими государствами санкции, нестабильность курса рубля, участие в иностранных военных операциях, истощающих государственный бюджет – все это прямым образом влияет на экономические и социальные связи и жизнь граждан РФ.

5. Высокий уровень ключевой ставки Банка России

Наращивание величины ключевой ставки во второй половине 2023 г. привело к росту стоимости рыночной ипотеки в противовес льготной (рис. 1).

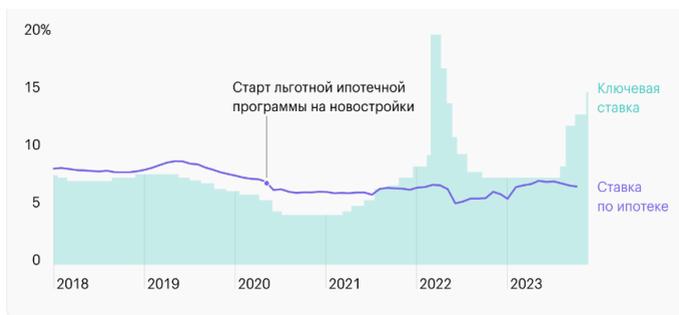


Рис. 1 Динамика ключевой ставки и усреднённой ипотечной ставки [4]

Последний год Банк России рассматривает первичный рынок жилья как эпицентр рисков жилищной сферы. Это связано с опережающим ростом цены квадратного метра и сохранением льготной программы ипотечного кредитования. В этой связи рост ключевой ставки, повлекший за собой увеличение процентных ставок по ипотеке, снизил доступность рыночных программ ипотеки и покупок готового жилья, что неизменно привело к росту доли продаж первичного рынка в структуре ипотечных сделок [5]. Такие процессы позволяют сделать вывод о том, что рост ключевой ставки Банка России не охлаждает рынок ипотечного кредитования, а скорее ведет к его разбалансировке и увеличению диспропорций.

Текущие обозначенные проблемы ипотечного кредитования в России приводят к перекосам в его развитии и, что немаловажно, наращивают долговую нагрузку на заемщика. В этой связи можно обозначить следующие перспективные направления, способные улучшить сложившуюся конъюнктуру на рынке.

1. Постепенное понижение действующей ключевой ставки.
2. Разработка мер по улучшению инвестиционного климата в России.
3. Развитие рынка ипотечных ценных бумаг.
4. Разработка системы дифференцированного подхода по каждому субъекту РФ в зависимости от уровня жизни и типа приобретаемого жилья.
5. Повсеместная поддержка застройщиков при реализации проектов комплексной застройки территорий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бердникова В. Н. К вопросу о проблемах обеспечения населения доступным стандартным жильем / В. Н. Бердникова // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2019. – № 1(35). С. 17-22.
2. Рынок труда, занятость и заработная плата <https://rosstat.gov.ru>
3. Бердникова В. Н. Жилищное ипотечное кредитование в России: накопленный опыт и современные вызовы / В. Н. Бердникова, К. М. Габриелян // Beneficium. – 2022. – № 3(44). – С. 41-48. – DOI 10.34680/BENEFICIUM.2022.3(44).41-48.
4. Щукина Т.В. Последствия регулирования ипотечной ставки в РФ / Т.В. Щукина, Т.В. Сорокина, Н.В. Карачёва // Baikal Research Journal. — 2022. — Т. 13, № 1. — DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(1).6.
5. Звягинцева Н.А. Современные грани антикризисного регулирования денежно-кредитной сферы и финансового рынка / Н.А. Звягинцева // Известия Байкальского государственного университета. — 2021. — Т. 31, № 1. — С. 16-24. — DOI 10.17150/2500-2759.2021.31(1).16-24.

УДК 338.001.36

Иванченко А.В.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Как известно, в современном мире, где прослеживается динамичное развитие банковского сектора, проблемы конкурентной борьбы и финансовых потрясений требуют усиленного внимания. Вдобавок, для достижения передовых позиций на арене банковских операций принципиально значимым становится осмысленное формирование стратегии инноваций [1]. Именно в условиях повышенной конкурентной борьбы банковским организациям необходимо вдумчиво изучать механизмы, применение которых может способствовать притоку новой клиентуры, а также обеспечить удержание тех, кто уже входит в число потребителей. Помимо этого, усиление фокуса на совершенствование и оптимизацию внутренней структуры с целью свести к минимуму расходы – это востребованная стратегия, в рамках которой новаторский процесс играет центральную роль [2, 7].

Воплощение банковской инновации предполагает практическую реализацию научно-технических достижений, инициированных финансовым учреждением, что порождает либо создание чего-то оригинального, либо модернизацию существующих услуг и сервисов. Всё это направлено на удовлетворение потребности клиентов, а также на усовершенствование подходов в диспетчеризации банковских ресурсов.

Для выявления и адаптации новаторских концепций финансовые учреждения Российской Федерации применяют множество методик [3,4]. Рассмотрим их более подробно.

Краудсорсинг – это мощный инструмент, фокусирующийся на создании продукции с ориентацией на потребителей. Данный метод вовлекает обширный круг участников - обладателей многообразных навыков и знаний - на добровольной основе. При его использовании организации обретают шанс на заимствование «свежих» концепций, получение обратной связи, а также ассистирование при формировании и совершенствовании своих продуктов для большей удовлетворенности клиентских потребностей. Краудсорсинг находит применение и в банковской сфере в Российской Федерации: банковские структуры извлекают выгоду, приглашая потребителей принять непосредственное участие в процессах совершенствования и оптимизации финансовых продуктов и услуг.

Вовлечение активных участников в бета-сообщества с целью аудирования и оптимизации пилотных версий продуктов становится неоценимым инструментом для банковских организаций. Отзывы, полученные от членов данных коллективов, представляют собой значимую информацию: на ее основе выявляются слабые стороны, недоработки банковских продуктов и сервисов, предложения их совершенствованию. Это создает условия для оперативного и эффективного ответа банков на запросы, а также выборочные предпочтения клиентуры, приводит к усилению конкурентных преимуществ и адаптации к нестабильным условиям рынка. В сфере финансов такое сообщество вносит вклад в позитивные трансформации онлайн-сервисов, мобильных приложений и иных банковских продуктов, способствуя росту качества обслуживания клиентов и более полному удовлетворению их запросов.

Хакатон — мероприятие конкурсного характера, характеризующееся соперничеством команд высококвалифицированных профессионалов в проекте, целью которого является создание уникального веб-сайта или мобильного приложения за ограниченный промежуток времени. Для банка подобные

мероприятия весьма выгодны: организация получает доступ к ценному резерву талантливых программистов и экспертов, объединяющихся в целях достижения коллективного порыва в проработке и внедрении новаторских технологических решений. Использование хакатонов в качестве арены для разработки прогрессивных идей и решений, способных поднять уровень банковских продуктов и сервисов, предоставляет банку шанс укрепить позиции на рынке благодаря приобретённому конкурентному доминированию. Сотрудничество, основанное на взаимной выгоде с разработчиками в рамках хакатона, «открывает двери» для установления партнёрства между финучреждением и коллективами программистов: всё это приносит «плоды» в виде новаторских банковских продуктов, призванных удовлетворять запросы клиентуры.

Известная в бизнес-среде стратегия Кайдзен зарекомендовала себя как стратегия непрекращающегося совершенствования. Суть данной стратегии заключается в бесконечном усовершенствовании производственных механизмов и конечных продуктов, ориентируясь на то, что требуют покупатели. Таким образом, данный метод способен обеспечить повышение качественных характеристик продукции, содействует оптимизации и росту эффективности производственных операций, удовлетворению клиента.

В процессе практической реализации данной стратегии формируется информационное поле идей, что предоставляет возможности для сбора, аккумуляции, а также обмена инициативами и предложениями самих сотрудников. Такие площадки способствуют не только укреплению мотивации персонала, но и формированию плодотворной инновационной атмосферы внутри компании. Помимо прочего, информационное поле идей потенциально может стать фундаментом для применения стратегии кайдзен, предполагающей поощрение непрекращающегося совершенствования и развития организации [4].

Менеджеры банковских учреждений, опираясь на перечисленные методы, могут успешно разрабатывать и внедрять инновационные предложения, а также быстро адаптироваться к динамично меняющимся запросам клиентуры. Таким образом, указанные методы вносят существенный вклад в стимулирование инновационных процессов и поддержание конкурентного потенциала сектора банковских услуг.

В условиях эволюции конкурентного ландшафта актуализация инновационной деятельности для банковских учреждений России набирает обороты. Деятельность, практикуемая небанками и финтех-

структурами, стимулирует традиционные банки в поисках нововведений для обеспечения доходности и повышения качества предлагаемых продуктов и сервиса [5].

В области финансовых услуг наиболее перспективными считаются новаторские банковские продукты под эгидой цифровых инноваций, а также формирование альянсов с субъектами, осуществляющими деятельность вне банковской сферы. Преобразование услуг посредством их цифровизации способствует усовершенствованию взаимодействия с клиентурой, повышению скорости и оперативности сервиса, расширению ассортимента доступных банковских предложений. Альянсы с организациями небанковского сектора могут стать «инкубаторами» для инноваций, они помогают в создании собственных уникальных продуктов, выступающих центрами притяжения новых потребителей финансовых услуг.

Финансовые учреждения, уделяющие пристальное внимание инновациям и стремящиеся к расширению ассортимента продуктов и услуг на основе цифровых технологий, получают дополнительные возможности для удержания клиентуры и сохранения конкурентных позиций в условиях современной динамики банковской сферы.

Обратим внимание на следующие значимые финансовые нововведения, внедренные в последние годы в российскую банковскую отрасль [6].

В век цифровизации одновременно с распространением интернет-услуг требуется сосредоточение внимания банковских организаций России на дальнейшем улучшении их онлайн-площадок. Инновационные преобразования в этой нише способствовали доступности проведения большинства банковских процедур с использованием дистанционных технологий: подразумевается применение как мобильных приложений, так и систем интернет-банкинга, которые превосходили стандартные подходы по уровню комфорта.

В последние годы в банковской сфере РФ наблюдается активное использование технологий искусственного интеллекта, которые направлены на увеличение степени автоматизации процессов, расширение возможностей в аналитической обработке больших объемов информации, формирование условий для кастомизированного предложения сервисов, а также повышение уровня защиты в борьбе с преступными действиями.

Очень стремительно происходит технологический прогресс в сфере осуществления банковских транзакций без прямого контакта. К числу новаторских решений в этом сегменте относятся: карты с NFC,

системы мобильных расчетов, а также QR-кодирование. Их практическое применение приводит к повышению удобства выполнения платежей и уровня их безопасности. Кроме того, рассмотренные инновации значительно расширяют возможности пользователей.

Также следует отметить тот факт, что в сфере финансовых услуг наблюдается постоянное расширение спектра предложений для клиентов, охватывающее все более разнообразные сервисы. Эти сервисы включают и кредитование, и страховые полисы, и вложения средств, и транзакции в рамках электронной коммерческой деятельности; при этом доступ к ним становится все более удобным.

Усиление мер в области кибербезопасности достигается внедрением передовых подходов, среди которых двухфакторная аутентификация и биометрические технологии. Данные подходы представляют финансовым организациям прогрессивные инструменты борьбы с незаконными кибервторжениями и мошенническими актами. Таким образом, обеспечивается укрепление доверия и защиты в сфере цифровых банковских отношений.

В целом, банковские учреждения России, проявляющие инновационную активность и использующие стратегический подход в процессе внедрения новшеств, обладают значительным потенциалом для укрепления и расширения своих позиций на рынке. Кроме того, это оказывает положительное влияние на репутацию банков в категории надежных и привлекательных финансовых институтов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Банковский менеджмент. Учебник / Под ред. д.э.н., проф. О. И. Лаврушина. 3-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2016.
2. Викулов В.С. Концептуальный подход к разработке инновационной стратегий коммерческого банка // Финансовый менеджмент. - 2018. - № 5. - С. 106–121.
3. Викулов В.С. Типология банковских инноваций // Финансовый менеджмент. - 2017. - № 6. - С. 12–19.
4. Прохоров К.Н. Инновации в банковской сфере // Проблемы учета и финансов. – 2014. – №4 (16). – С. 56.
5. РБК. Как инновации изменят банковскую отрасль России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru> (Дата обращения 12.03.2024)
6. Топ-10 банковских инноваций. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bankinform.ru> (Дата обращения 03.03.2024).

7. Сомина, И.В. Актуальные проблемы и методологические особенности исследования инновационной деятельности промышленных предприятий / И.В. Сомина, О.И. Колоскова // Белгородский экономический вестник. - 2022. - №4. – С. 64-68.

УДК 332.1

Ильина Л.А.

*Научный руководитель: Бердникова В.Н., канд. экон. наук, доц.
Академия маркетинга и социально-информационных технологий-
ИМСИТ, г. Краснодар, Россия*

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Отсутствие корректной и обоснованной системы оценивания уровня социально-экономического развития регионов с учетом всего многообразия природно-климатических и экологических составляющих, неравномерности распределения ресурсного потенциала, не позволяет органам государственной власти разработать эффективный многопрофильный комплекс мероприятий, направленных на развитие территорий. Как следствие, может проследиваться нерациональное и неэффективное использование финансовых ресурсов, выделенных из бюджетов всех уровней, для реализации мероприятий по улучшению социально-экономических показателей, уровень влияния которых на экономику региона является незначительным. Также, отсутствие обоснованной системы определения ключевых показателей и методики оценивания уровня социально-экономического развития регионов не позволяет инвесторам должным образом обработать официальную информацию, отображенную на веб-сайтах федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов РФ, и оценить уровень рискованности ведения бизнеса на соответствующей территории. Указанное приводит к снижению уровня инвестиционной привлекательности национальной и региональной экономик, уменьшению объемов привлечения инвестиционных ресурсов, что не позволяет полноценно использовать производственный потенциал отечественных субъектов хозяйствования и обеспечить создание новых рабочих мест с достойным уровнем оплаты и условиями труда.

Учитывая современные условия развития экономики, представителями отечественного и международного научного сообщества разработан ряд методик оценивания уровня развития

регионов, которые отличаются критериями оценивания, набором показателей и прочими составляющими. Наибольшее внимание уделяется методикам, основанным на применении экспертных оценок, рейтинговании, расчете интегральных индикаторов, индексов и т.д.

Разработка обоснованной с научной и практической точек зрения системы оценивания уровня социально-экономического развития регионов позволит выявить ключевые показатели влияния (на основании расчета коэффициентов корреляции и мультиколлинеарности) и повысить достоверность прогноза на кратко- и среднесрочную перспективу основных макроэкономических показателей в территориальном разрезе. Указанное также позволит повысить уровень обоснованности принимаемых решений в сфере государственного регулирования регионального социально-экономического развития и эффективность реализации соответствующей стратегии развития [1].

Отдельного внимания заслуживает процесс трансформации во временном периоде методик оценивания с учетом корректировок приоритетов социально-экономического развития. Например, в результате сотрудничества Центра экологической политики России с администрацией Кемеровской области [2] было предложено при оценивании уровня социально-экономического развития административно-территориальных единиц использовать 80 индикаторов, сгруппированных по экономическим, экологическим и социальным признакам. Разработку индикаторов устойчивого развития рекомендовалось осуществлять на федеральном и на местном (район, муниципалитет, город) уровнях по трем группам: экономические, экологические, социальные.

Авторами на основании проведенного исследования по оценке устойчивого развития России в системе глобальных «Целей тысячелетия» с учетом «индикаторов мирового развития» Всемирного банка предлагалось использовать 31 ключевой индикатор устойчивого развития, объединенные в шесть групп: демографические, здоровье, социальные, природно-ресурсные, экономические и экологические [3, 4].

Таким образом, можно констатировать тот факт, что в начале XXI в. методики оценивания были ориентированные на использование множества индикаторов, характеризующих качественные и количественные изменения во внутренней и внешней бизнес-среде. При этом акцент делался на анализе динамики и соотношении региональных показателей со средними значениями по РФ.

Изменения, произошедшие в законодательстве РФ, а также накопленный опыт по адаптации методик оценивания к реалиям отечественной экономики, привели к существенной корректировке методики оценки уровня социально-экономического развития регионов, а именно:

- сокращено количество индикаторов, с помощью которых осуществлялось оценивание уровня развития административно-территориальных единиц;

- ключевым критерием оценки становится соответствие фактических показателей плановым, отображенным в соответствующих Стратегиях (программах) развития [5].

Также необходимо учитывать, что результаты проведенного мониторинга уровня социально-экономического развития регионов становятся основой для получения поощрительных грантов из федерального бюджета.

В соответствии со статистическим ежегодником, характеризующим социально-экономическое положение Краснодарского края в сравнении с предшествующими временными периодами [6], при проведении мониторинга в 2022 году использовалось 43 основных социально-экономических показателя. Вместе с тем в статистическом ежегоднике отображены только фактические данные по указанной выборке показателей, что не позволяет провести полноценный анализ эффективности работы органов государственной власти в симбиозе с органами местного самоуправления по выполнению соответствующих Стратегий (программ) социально-экономического развития региона (муниципальных образований). Также возникают вопросы относительно обоснованности включения предложенных показателей в общую совокупность, так как отсутствуют данные о возможном наличии мультиколлинеарности и имеющемся уровне корреляционной связи между результативным показателем (валовой региональный продукт) и показателями, характеризующими уровень социально-экономического развития региона.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Инновационные траектории современного город: Коллективная монография с международным участием / Д. Н. Ганченко, Ю. М. Митьковец, М. В. Буйлова [и др.]. – Москва : ООО «Актуальность.РФ», 2023. – 264 с. – ISBN 978-5-605-08468-6.

2. Tyukhtenko N. Innovative development of the regions: cooperation

between enterprises and state institutions / N. Tyukhtenko, S. Makarenko, N. Oliynyk, K. Gluc, Ed. Portugal, S.Rybachok // Marketing and Management of Innovations. – 2019. – № 3. – P. 354–365.

3. Кононова Е.Н. Мониторинг социально-экономического развития регионов: учебное пособие / Е.Н. Кононова, М.А. Мельников. – Самара: Издательство Самарского университета. – 2022. – 68 с.

4. Проблемы современной экономики : монография / В. Н. Бердникова, Л. Н. Борисоглебская, Е. В. Дроздова [и др.]. Том Книга 3. – Новосибирск : Общество с ограниченной ответственностью "Центр развития научного сотрудничества", 2016. – 180 с. – ISBN 978-5-00068-773-4.

5. Soloviova, N.I. Methodological correctness of forecast estimation of the regional socioeconomic development parameters / N.I. Soloviova, S.M. Makarenko, N.M. Oliynyk // Actual problems of economics. – 2016. Vol. 11, no 185. – P. 268–277.

6. Краснодарский край. Статистический ежегодник. 2022: Стат. Сб. / Краснодарстат – Краснодар, 2023. – 376 с.

УДК 330.342.22

Килемпини Р.Л.

Научный руководитель: Осыченко Е.В.

*Белгородский государственный технологический университет
им В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И РАЗВИТИЕ Д. Р. КОНГО

Демократическая Республика Конго (ДРК) с площадью, эквивалентной площади Западной Европы, является крупнейшей страной в Африке к югу от Сахары. Он обладает редкими природными ресурсами, такими как кобальт, медь, колтан, олово и т. д., большим гидроэнергетическим потенциалом, обширными плодородными землями, огромным биоразнообразием и вторым по величине тропическим лесом в мире.

Экономика ДРК зависит от горнодобывающего сектора: 95% ее экспорта составляет сырье (в основном медь и кобальт, 40% из которых предназначены для Китая), что делает ее очень зависимой от динамики мировых цен и очень мало перераспределяемой [1].

В 2020 году в ДРК наблюдался положительный рост, несмотря на влияние текущего глобального кризиса здравоохранения.

Несмотря на влияние COVID-19, экономическая активность, тем не менее, в прошлом году немного выросла благодаря устойчивому

горнодобывающему сектору. Данные МВФ свидетельствуют о положительном росте ВВП в 2020 году на 1,7% по сравнению с оценкой в -1,7% летом, что обусловлено более быстрым, чем ожидалось, восстановлением цен на сырьевые товары, вызванным спросом в Китае.

Тем не менее, влияние пандемии было особенно значительным в секторе услуг, что привело к сокращению ВВП за исключением добывающих отраслей, что замедлилось по сравнению с 2019 годом. В условиях кризиса в области здравоохранения потери рабочих мест были значительными в начале года. Таким образом, около 20% домохозяйств, проживающих в Киншасе, должны были сократить свое потребление. Ситуация с государственными финансами также ухудшилась, а расходы, связанные с реагированием на COVID, привели к значительному дефициту, финансируемому за счет денежной эмиссии Центрального банка.

Перспективы роста благоприятны на 2021 год и последующий период. Экономический рост, оцениваемый в 6,1% в 2022 году, сохраняет высокую динамику 2021 года (6,2%). Инвестиции и экспорт в горнодобывающем секторе остаются основными движущими силами роста, чему способствует повышение цен на полезные ископаемые и увеличение государственных инвестиций несмотря на то, что большинство месторождений остаются неиспользованными и оцениваются в 24 триллиона долларов США [2].

Ожидается, что несырьевой сектор (особенно услуги) замедлится до 4,1% в 2022 году с 4,5% в 2021 году, рост цен на металлы компенсирует рост цен на продовольствие и нефть и приведет к улучшению условий торговли и сбалансированному счету текущих операций (начиная с -1,0% в 2021 году), что поможет создать резервы примерно на 8,3 недели импорта в 2022 году по сравнению с 6,3 неделями импорта в 2022 году годом ранее и ограничение чрезмерных колебаний обменных курсов.

Дефицит бюджета прогнозируется на уровне 3,0 % в 2022 году (по сравнению с 1,0% в 2021 году), поскольку улучшение мобилизации доходов не может полностью компенсировать рост капитальных затрат и текущих трансфертов. Доходы оцениваются в 14,4% ВВП в 2022 году из-за благоприятных цен на сырьевые товары и цифровизации процесса сбора доходов, в то время как ожидается, что расходы (18,7% ВВП) вырастут из-за корректировок заработной платы и субсидий на топливо [3].

Среднесрочный прогноз для ДРК благоприятный: по оценкам, в 2023 году рост составит 6,4%. Однако конголезская экономика остается уязвимой для колебаний цен на сырьевые товары и показателей

деятельности своих основных торговых партнеров, что подвергает ее риску сбоев, связанных с геополитическими конфликтами и возобновлением пандемии COVID-19.

Анализ торговли с Россией показывает, что торговый баланс ДРК является структурно убыточным. Например, на 2021 год импорт составит 389 миллиардов швейцарских франков, а экспорт - 35 миллионов франков. Таким образом, Россия занимает 9-е место среди стран-поставщиков товаров в ДРК. Также стоит отметить, что Россия является крупнейшим поставщиком пшеницы (пшеничной и пшеничной пшеницы) [3].

Таким образом, 82,1% импорта этого продукта в стоимостном выражении приходится на Россию. Что касается Украины, то тенденция торгового баланса такая же, то есть с дефицитом. Стоимость импорта из этой страны возрастает до 22 миллиардов франков за Франк, в то время как стоимость экспорта из ДРК в эту страну практически равна нулю. Среди основных товаров, импортируемых из этой страны, - машины/приспособления для обработки резины и съедобное мясо/субпродукты, свежие, охлажденные или замороженные [4].

Российско-украинский кризис может повлиять на национальную экономику через его влияние на экономики основных торговых партнеров. Столкнувшись с этим внешним риском, повышение цен на нефть в сочетании с внутренними факторами, в частности с ростом цен на энергоносители и продукты питания, а также с влиянием роста нефтяных счетов на государственный бюджет по сравнению с субсидиями на цены на насос, управляющий Центральным банком Конго рекомендовала усилить координацию действий на уровне бюджетной и денежно-кредитной политики и сохранить Пакт стабильности.

Экономические последствия войны на Украине в виде общего роста цен на продукты питания и нефть могут усилить давление на дефицит бюджета, инфляцию и потребление домашних хозяйств, усугубляя бедность и неравенство.

Таким образом, задача Демократической Республики Конго является укрепление безопасности и поддержание политической и макроэкономической стабильности при одновременной активизации текущих реформ для обеспечения устойчивого роста [5].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кабуя, К. Ф. Проблемы финансирования восстановления государства и формальной экономики в Конго-2019 [Электронный

ресурс]. URL: <https://www.africabib.org> (дата обращения: 05 апреля 2024)

2. Комиссия Африканского Союза. Повестка дня 2063 года: "Африка, которую мы хотим". – Аддис-Абеба: Комиссия Африканского Союза, 2021. – 72 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://au.int> (дата обращения: 05 апреля 2024)

3. Всемирная торговая организация [Электронный ресурс]. URL: <https://wto.org/>. (дата обращения: 06 апреля 2024)

4. Битемо, Ф. Всемирный банк в Демократической Республике Конго (ДРК) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banquemondivale.org>. (дата обращения: 06 апреля 2024)

5. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общей ред. проф. А. С. Трошина. – Белгород: изд. БГТУ, 2024. – 243 с. (дата обращения: 06 апреля 2024)

УДК 316.621

Козиненко Е.А.

Научный руководитель: Савенкова И.В., доц.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ВЛИЯНИЕ КОНФЛИКТОВ НА ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОЧИХ ЗАДАЧ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Организационные конфликты-важная часть рабочей среды. Они возникают по разным причинам - от желания сотрудников и ценностей до конкуренции за ресурсы и власть. Некоторые считают, что конфликты негативно влияют на работу, замедляют ее и вызывают стресс. Но есть мнение, что это полезно для решения конфликтных вопросов и проблем, а также для стимулирования инноваций.

Во-первых, следует отметить, что это происходит из-за различных мнений и интересов участников мероприятия. Различия в типах и перспективах могут быть результатом различий в культуре или образовании, а также индивидуальных характеристик. Эти различия помогают определить и принять компромиссное решение, учитывающее интересы всех сторон.

Кроме того, конфликты приводят к инновационному мышлению и организационным изменениям. Когда встречаются люди с разными взглядами и идеями, это создает новые идеи и перспективы. Все стороны конфликта поощряют творческое мышление, поскольку оно

требует поиска и анализа ситуации. Эти процессы помогают им адаптироваться и адаптироваться к рыночным условиям.

В целом организационные конфликты не всегда негативные явления. Они дают возможность выявить недостатки командной работы и найти лучшие способы решения проблем. Конечно, успешное управление конфликтами требует развития коммуникативных способностей, навыков и навыков конструктивного общения. Мы должны понимать, что эти конфликты создают возможности для каждого члена организации улучшить свой рост и рабочий процесс.

Причины конфликта.

Конфликты в организации могут возникать по разным причинам. Одна из основных причин-несовместимость интересов и целей разных работников. Организация поощряет наемников с различным опытом, навыками и мотивацией, которые могут вызвать интерес.

Еще одна важная причина-плохое общение или низкая производительность. Работа, обмен четкими инструкциями, своевременная передача информации создают напряженную и напряженную рабочую среду.

Большое влияние на разрешение конфликта оказывает руководитель организации. Недостаточное или неадекватное управление может создать условия для возникновения конфликтных ситуаций между менеджерами.

Конфликт может возникнуть из-за отсутствия правил или неправильного распределения ресурсов в организации. В результате сотрудники могут оказаться в невыгодном положении.

Влияние на работу, карьеру и бизнес

Конфликты в организации негативно сказываются на работе, карьере и бизнесе. Это может уменьшить командную работу. Конфликты требуют от сотрудников много времени и энергии, что может привести к плохой работе и низкой производительности.

Во-вторых, коллеги могут проявлять негативные чувства друг к другу. Постоянные разногласия создают стрессовую ситуацию, которая может привести к распаду группы. Это требует выполнения задач и достижения общих целей.

Кроме того, организационные конфликты могут повлиять на профессиональное развитие сотрудников. Конфликт между коллегами и посредниками может привести к ухудшению репутации или потере доверия со стороны руководства. Это может помешать вашей карьере и лучшим возможностям роста.

Стратегии поведения в конфликтах.

Конфронтация — жесткое настаивание на своем решении. Актуальна, когда позиция существенно сильнее, чем у другой стороны; отсутствуют риски, опасения относительно отдаленных последствий конфликта; ситуация критическая и в то же время чрезвычайно важная.

Уступка — отказ от своих интересов с целью достижения мира. Актуальна, когда сохранение хороших отношений приоритетнее, чем победа в споре; оппонент сильнее, ведет жесткую «войну», при этом моральные силы на борьбу у вас отсутствуют.

Избегание — уход от конфликтной ситуации в прямом смысле в виде паузы или в метафорическом — с помощью смены темы общения, преуменьшения ее значимости. Актуально, когда увеличивается объем отрицательных эмоций; требуется время на восстановление эмоционального состояния для конструктивного взаимодействия.

Компромисс — поиск взаимных уступок с целью разрешить конфликт равноценно для обеих сторон. Актуален, когда обе стороны конфликта обладают равными правами и возможностями; существует риск разрушить отношения при жесткой защите своей позиции.

Кооперация — объединение усилий с целью удовлетворить потребности каждой стороны с акцентом на приобретение, а не потери ресурсов. Актуальна, когда обе стороны конфликта настроены на конструктивное взаимодействие; существует желание полностью разрешить противоречие и завершить спор окончательно; разрешение конфликта ценно для обеих сторон.

Как разрешить конфликт в организации?

В случае возникновения конфликтов необходимо принимать активные меры по их разрешению. Важно провести независимое расследование, чтобы выяснить причины конфликта и найти правильные решения. Чтобы достичь соглашения с заинтересованными сторонами, необходимо достичь соглашения или соглашения.

Некоторые организации успешно внедрили альтернативные методы разрешения споров, такие как арбитраж СМИ. Эти методы помогают найти взаимовыгодное решение без длительных судебных разбирательств

Положительные и отрицательные стороны деловых конфликтов

Внутрикорпоративные конфликты-бизнес-процесс необязателен. Мнения, интересы и цели сотрудников различаются. Но есть плюсы и минусы конфликта.

Среди конкретных аспектов следует выделить следующие. Во-первых, конфликты способствуют формированию новых идей и инноваций. Можно создать лучшие решения для организации различных подходов. Во-вторых, конфликты помогают найти выход из

группового или рабочего процесса. Это может привести к улучшению состояния и его облегчению.

Однако конфликты негативно сказываются на организации. По мнению экспертов компании, они могут вызвать у сотрудников напряжение и негативное настроение, что может привести к увольнениям. Кроме того, если конфликты не разрешаются должным образом, враги и недисциплинированные группы могут негативно повлиять на общую ситуацию.

Таким образом, организационные конфликты имеют как положительные, так и отрицательные стороны

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Черненко И.А. Анатомия трудовых протестов в современной России: причины, формы, субъекты. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2012. №4. - с.138

2. Попова, Т. В. Социально-психологический климат как фактор эффективности организации. Изд-во Новая наука: Теоретический и практический взгляд, 2016. – № 4–3 (75). – С. 80–88.

3. Добренков В.И., Кравченко А.И. Методы социологических исследований. Изд-во МГУ. 2017 №124. С. 860.

4. Филатова О.Г. Методика и техника социологического исследования. Изд-во Новая наука: Теоретический и практический взгляд 2000 №2. С. 34-36.

5. Савенкова И.В., Ильева И.А. Влияние гендерного соотношения а управленческий процесс. Вестник МГТУ им. Носова. 2007 №13. С. 50-52.

УДК 338.502

Комиссарова А.О.

Научный руководитель: Осыченко Е.В., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ

Развитие современной экономической системы в условиях глобализационных преобразований, научно-технологической цифровой трансформации и появления новых угроз и вызовов, приводящих к возникновения мало прогнозируемых кризисных ситуаций, происходит в различных траекториях и принимает совершенно новые формы

взаимодействия и взаимовлияния между основными участниками рыночных отношений - государством, предпринимательским сектором и домашними хозяйствами. К числу таковых следует отнести формирование и развитие «зеленой» экономики, под которой, согласно классическим представлениям зарубежных авторов, следует понимать такую экономическую систему, которая бы способствовала устойчивому экономическому развитию и повышению благосостояния и качества жизни населения при одновременном сохранении экологического баланса, снижении влияния человечества на существующую экосистему и гармонизации производственно-хозяйственных процессов посредством внедрения экологически ориентированных инноваций и технологий нового поколения [1].

Важность зеленой экономики заключается в том, что она способствует тому, чтобы экономика становилась более устойчивой и низкоуглеродной, а также гарантирует, что природные активы продолжают предоставлять ресурсы и экологические услуги для нашего дальнейшего благополучия [2].

К «зеленой» экономике относится вся хозяйственная деятельность, которая вместе с ростом эффективности производства способствует повышению качества жизни и улучшению состояния окружающей среды [3].

Основываясь на модели, ориентированной на человека и природу, принципы «зеленой» экономики можно резюмировать следующим образом:

– **Благосостояние:** модель, ориентированная на человека, «зеленая» экономика стремится позволить каждому повысить свое благосостояние не только с экономической точки зрения, но и с точки зрения человеческого, социального, физического и культурного капитала. Он отдает приоритет доступу к знаниям и образованию, более экологически безопасным производственным технологиям и процессам, а также устойчивой инфраструктуре, позволяющей людям процветать при устойчивом обращении с природой и нашими природными ресурсами.

– **Справедливость и надлежащее управление:** «зеленая» экономика способствует надлежащему управлению, поскольку она основана на подотчетных, прозрачных и устойчивых институтах. Он способствует делегированию процесса принятия решений и открытому диалогу, исключая участие заинтересованных лиц в процессе принятия решений. Требуя широкой общественной поддержки, он поощряет совместные подходы к решению проблем.

– Искоренение бедности: открывая совершенно новые секторы экономики, требующие новых навыков и обучения, переход к «зеленой» экономике предлагает значительные возможности для инвестиций и создания рабочих мест.

– Энергоэффективность: «зеленая» экономика фокусируется на эффективном использовании ресурсов циклическим образом, чтобы свести отходы к минимуму. Он стремится сбалансировать модель, ориентированную на потребителя, в сторону более устойчивой с точки зрения использования природных ресурсов.

– Низкоуглеродное развитие: «зеленая» экономика основана на использовании возобновляемых источников энергии, таких как солнечная, ветровая, гидроэлектроэнергия и водород, которые практически не производят выбросов CO₂. Низкоуглеродная экономика также поощряет обширную электрификацию - за счет устойчивого производства энергии из возобновляемых источников - в промышленности, мобильности и других аспектах жизни [4].

Основой развития «зеленой экономики» является инвестирование в «зеленые» технологии. «Зеленые» технологии представляют собой экологические инновации, обеспечивающие выпуск экологически чистой продукции. К таким технологиям относятся: производство энергии из возобновляемых источников; снижение вредных выбросов в атмосферу; систематизация управления отходами, предотвращение загрязнения воды и воздуха; рекультивация земельных ресурсов и другое. А средства, инвестированные в экологические проекты и технологии принято называть «Зелеными» финансами, которые всемирные банки стараются значительно увеличить в ближайшие несколько лет [5].

Задача компаний, переходящих к «зеленой» экономике, состоит в том, чтобы обеспечить экономический рост, способствуя при этом симбиотическим и позитивным отношениям между природой и людьми.

Возможности для бизнеса в зеленой экономике подчеркивают важность создания здоровой окружающей среды и повышения благосостояния всех путем поощрения использования низкоуглеродных технологий и методов, а также использования технологий, основанных на чистой и возобновляемой энергии.

Переход к бизнес-модели «зеленой экономики» необходим компаниям для достижения целей устойчивого развития. Этот благотворный круг поощряет эффективность использования ресурсов и энергии и способствует устойчивому производству, позволяя

использовать экологически безопасные технологии, процессы и продукты.

Хотя достижение «зеленой» экономики с помощью таких усилий, как декарбонизация, требует много времени и капиталовложений, сами предприятия все чаще рассматривают это как создание возможностей для бизнеса в «зеленой» экономике [5].

Процесс перехода на зеленые технологии требует от любой страны существенных финансовых вложений, причем оценки экспертов существенно разнятся. Так, по оценке Блумберг, в общей сложности для достижения целей Парижского соглашения по климату необходимо инвестировать 12,1 трлн долл. США в течение 25 лет (до 2040 года). В частности, Европейский союз предполагает аккумулировать для реализации перехода ЕС к зеленой экономике порядка 1 трлн евро в течение следующего десятилетия. В то же время по оценке главы «бизнес-двадцатки» Эммы Марчегальи, для обеспечения экологического перехода мировой экономике понадобится 90 трлн евро мировых инвестиций до 2050 года. При этом в ближайшие 10 лет только странам Европы будут необходимы 3,5 трлн евро для инвестирования в зеленые проекты, из которых 650 млрд евро - потребности Италииб.

Несмотря на существенные различия в цифрах, данные оценки дают представление о суммах, необходимых для осуществления подобного перехода. Для многих стран, особенно для развивающихся экономик, крайне сложно аккумулировать ресурсы подобного уровня в кратко- или среднесрочном периоде. В последние годы определилась группа стран, которые направляют наибольшие объемы финансирования на цели развития зеленых технологий. Важно отметить, что в данную группу входят как ведущие развитые экономики, так и целый ряд развивающихся стран, сделавших ставку на развитие зеленых технологий и, прежде всего, альтернативной энергетики. Обращает на себя внимание лидерство Китая, который в последнем десятилетии стал уделять огромное внимание обеспечению устойчивого развития своей экономики [3].

Проблема «зеленого роста» в России – это недостаточность финансирования. Поиск инвесторов для данной цели является проблематичным, так как внедрение экологичных технологий не представляется доходной или выгодной инвестицией для многих потенциальных инвесторов. В настоящее время лишь несколько российских компаний участвуют в глобальных инициативах в области устойчивого развития и «зеленого» финансирования. Хорошим примером является ассоциация из более чем 50 участников российской сети Глобального договора ООН. Он включает в себя большие

компании, малый и средний бизнес, бизнес-ассоциации, общественные организации и академические учреждения из многих регионов России. В него входят такие компании, как ПАО «НК «Роснефть», ПАО «ЛУКОЙЛ», ПАО «Северсталь», ПАО «ФосАгро», ПАО «Сбербанк», ПАО «Совкомбанк» и др. [3].

Таким образом, оценив текущее состояние и проблемы устойчивого развития «зеленой экономики» в России, можно сделать вывод, что российская экономика только начинает набирать обороты развития данного направления [5].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лагутенков, А. А. Этапы эволюции и развития «зеленой» экономики / А.А. Лагутенков, Д.Г. Родионов // Вестник академии знаний. – 2022. – №. 2 (49). – С. 142-151.

2. Корнева, А. А. " Зеленая" экономика и цифровизация в экономической основе концепции устойчивого развития / А.А. Корнева // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – 2022. – №. 4. – С. 1272-1282.

3. Хыдыров, А. Зеленая экономика: определение и значение / А. Хыдыров // Вестник науки. – 2023. – Т. 2. – №. 3 (60). – С. 67-70.

4. Селищева, Т.А. «Зеленая» Экономика как Модель Устойчивого Развития Стран ЕАЭС. / Т.А. Селищева // Евразийская Экономическая Перспектива. – 2018.– С. 6-11.

5. Селивёрстов, Ю.И. Экономика предприятия: учебное пособие: в 2 ч. Ч. II / Организация и управление. / Ю.И. Селивёрстов, И.А. Кузнецова, О.В. Доможирова и др., под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Ю.И. Селиверстова, канд. экон. наук. проф. О.В. Доможировой. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2020. – 255 с.

УДК 334.025

Кондаков М.В.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Концепцию бережливого производства называют новой философией и культурой управления.

Теория управления развивается несколько тысячелетий, ведь потребность в управлении, то есть в организации людей для коллективной деятельности, появилась практически сразу после самого человека. Считается, что теория управления стала формироваться в государстве Древний Шумер, который возник между шестым и пятым тысячелетиями до нашей эры [1].

С тех пор в изучение теории управления свой вклад внесли такие выдающиеся учёные, мыслители и деятели, как Конфуций, Ксенофонт, Платон, Аристотель, Фома Аквинский, Никколо Макиавелли, Жан-Жак Руссо, Адам Смит, Жан Батист Сэй, Георг Вильгельм Фридрих Гегель, Давид Рикардо, Сен-Симон, Роберт Оуэн, Шарль Фурье, Карл Маркс, Джон Мейнард Кейнс [3].

Теория управления в современном виде появилась в начале XX века. Выделяют четыре основные научные школы: школа научного управления, административная (классическая) школа, школа человеческих отношений и поведенческих наук, а также кибернетическая школа. Основоположником современной теории управления, как и школы научного управления, считают Ф. Тейлора [7].

Тейлоризм часто критикуют за то, что он рассматривал работника не как личность, а как придаток машины. Считается, что кардинальный сдвиг в традиционном подходе начался с появлением школы человеческих отношений и поведенческих наук (М. Фоллет, Э. Мэйо), представители которой призывали в процессе управления учитывать потребности и индивидуальные особенности работников. Для доказательства правильности данной точки зрения проводились различные работы, самыми известными из которых являются Хоторнские эксперименты Э. Мэйо. Учёный представил аргументы, что на производительность труда влияют различные нематериальные факторы, в числе которых выделил атмосферу в рабочем коллективе.

Вместе с тем считаем важным отметить, что Ф. Тейлор учитывал индивидуальные физические возможности каждого работника при определении его места в производственном процессе. Конечно, Э. Мэйо и школа человеческих отношений вывели учёт потребностей работника на новый уровень, однако не совсем корректно утверждать, будто в тейлоризме полностью игнорируется индивидуальность сотрудников [9].

Тейлоризм считается первой важной вехой в развитии современной теории управления.

Второй важный этап – это фордизм. Генри Форд внёс значительный вклад в развитие теории управления, сопоставимый с Ф. Тейлором, совершив революцию в автомобилестроительной отрасли.

Генри Форд создал конвейерное производство, а также ввёл на своих заводах ряд новшеств, сделав бизнес вертикально интегрированным, чтобы не иметь зависимостей от поставщиков, и наняв персонал без высокой квалификации для взаимозаменяемости сотрудников и продолжения производства в случае высокой текучести кадров.

Принципы организации поточного производства и мировоззрения Генри Форда вышли далеко за пределы его предприятия и даже промышленности, начав распространяться в государственных структурах. Именно фордизму приписывают большую роль в том, что после Второй Мировой войны США стали ведущей мировой державой.

После того, как на рынке США появились импортные товары, фордизм стал переживать кризис, так как данная концепция не была рабочей на международной арене [8].

В 1970-х годах появляется новое течение – постфордизм, в котором выделяют ряд направлений, самым известным и распространённым среди которых стал тойотизм, третий после тейлоризма и фордизма знаковый этап в развитии теории управления.

После Второй Мировой войны экономика Японии находилась в упадке, соответственно, промышленность переживала очень тяжёлые времена. Для изменения ситуации в местной компании Toyota стали строить работы по пути большей эффективности. Затем всё было оформлено в свод правил и получило название Toyota Production System [2].

Именно благодаря данной системе за полвека компания Toyota стала в 2008 году мировым лидером по количеству проданных автомобилей, обогнав американского гиганта General Motors.

После появления в Японии в 1950-х годах концепция стала распространяться в мире в 1980-х годах в универсализированном виде под названием Lean production (бережливое производство).

В России концепцию стали использовать в начале XXI века. Сначала она применялась на флагманских предприятиях (например, ПАО «КаМАЗ», «Группа ГАЗ», «Еврохим»), однако позже её переняли мелкий и средний бизнес [5].

На данный момент времени существуют инструменты концепции бережливого производства, адаптированные под предприятия непромышленного типа: концепцию используют в вузах, офисах, государственных учреждениях.

Принципы бережливого подхода используют теперь и в «абстрактных» процессах: например, бережливый стартап, бережливые инновации, бережливое строительство, бережливая экономика [6].

Японские создатели не согласны с такой адаптацией концепции, которая изначально задумывалась для применения исключительно на производственных предприятиях.

Концепция бережливого производства основывается на предыдущих школах теории управления, находя компромиссы и избегая радикальных позиций, ввиду чего японское учение считают новой философией и культурой менеджмента.

В современном виде концепция бережливого производства включает два блока: устранение потерь и уважение к человеку. Первый блок относится к тейлоризму и фордизму, второй – школа человеческих отношений и поведенческих наук, а также постфордизм. Концепция бережливого производства направлена на оптимизацию производственных и бизнес-процессов для повышения эффективности компании. Вместе с тем главной ценностью, согласно концепции, является человек. Именно поэтому большое внимание уделяется построению созидательной корпоративной культуры, в которой каждый сотрудник непрерывно совершенствует собственную деятельность и размышляет над тем, каким образом можно повысить эффективности предприятия ещё больше [4].

Сегодня российскими учёными активно изучается концепция бережливого производства. Большинство работ связано с изучением влияния концепции на отдельные аспекты деятельности. Также признаётся, что внедрение концепции бережливого производства предоставляет компании ряд преимуществ (например, увеличение производительности труда и стабилизация качества), которые в итоге укрепляют позиции предприятия на рынке. Вместе с тем отсутствуют как целенаправленное изучение влияния концепции бережливого производства на увеличение уровня конкурентоспособности предприятия, так и методики оценки конкурентоспособности с учётом воздействия концепции бережливого производства [10].

На наш взгляд, следующим важным этапом развития концепции бережливого производства в России является исследование японского учения в тесной взаимосвязи с конкурентоспособностью предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Григоренко О.В., Березко Ю.Н. История возникновения теории управления организацией // Теория и практика современной науки. 2019. №2 (44). С. 164-170.

2. Давыдова Н.С. Бережливое производство как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // ИВД. 2012. №2. С. 720-727

3. Ермолаева Е.Л., Илюшина Е.С., Торопова А.И., Федосеева Л.А. Развитие теории управления // Современные научные исследования и инновации. 2018. № 8. С. 86-97.

4. Кожухов В.И., Немцев А.Д., Шевлякова Е.М. Модель оценки конкурентоспособности предприятий // Вестник ВУиТ. 2011. №24. С. 303-309.

5. Кондаков М.В. Внедрение концепции бережливого производства как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // XIV Международный молодежный форум «Образование. Наука. Производство»: эл. сборник докладов [Электронный ресурс]: Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова, 2022. – Ч. 17. – 876 с. – С.329-333.

6. Кондаков М.В. Многовариативность концепции бережливого производства: что бывает lean? // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 170-летию со дня рождения В.Г. Шухова [Электронный ресурс]: Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова, 2023. – Ч. 17. – 1213 с. С. 519-523.

7. Лузин А.Е., Бабанова Ю.В. Постфордизм – три ключевые производственные парадигмы нового столетия // Менеджмент в России и за рубежом 2013. №6. С. 108-119.

8. Минаева Л.А., Акимова Г.З., Дорошенко Ю.А., Сомина И.В. Методологические аспекты стратегического анализа // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2017. №. 11. С. 226-232.

9. Никитенкова О. В. Перспективы развития российской системы управления // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 45. С. 94–99.

10. Сапунов А.В., Сапунова Т.А. Перспективы развития «бережливого» производства в России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. №4-2. С. 105-108

Кондакова А.Н.

*Научный руководитель: Кайбичева Е.И., канд. экон. наук, доц.
Уральский государственный экономический университет,
г. Екатеринбург, Россия*

ДИНАМИКА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ РАСХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сектор домашних хозяйств в национальной экономике представляет собой институциональную единицу, которая состоит из «одного или группы лиц, проживающих совместно в одном жилище с полностью (частично) общим доходом и имуществом, деятельность которых направлена на осуществление экономических функций» [1]. Субъектами домашних хозяйств выступают семьи, коллективы, несвязанные кровным родством, индивиды, некооперированные предприятия. Когда домашние хозяйства тратят личные денежные доходы на покупку товаров и услуг, они создают потребительский спрос на рынке в соответствие со своими вкусами и предпочтениями. Поэтому расходы домохозяйств играют ключевую роль в поддержании устойчивого экономического роста и стабильного развития экономики.

Под «расходами домашних хозяйств» понимается структурный показатель, которой состоит из фактических (денежных) затрат, совершенными членами домохозяйств на приобретение материальных и духовных ценностей, необходимых для жизнедеятельности человека. В настоящее время принята классификация расходов домашних хозяйств на три типа: расходы на потребление, в состав которого включаются обязательные платежи и взносы, сбережения и расходы на товары и услуги, так называемые потребительские расходы.

В таблице 1 отражен состав расходов российских домашних хозяйств за 2018-2022 гг. Доля расходов на продовольственные и непродовольственные товары в течение указанного периода времени сохранялась на уровне 70%. На оплату услуг домашние хозяйства направляли не более 30% своих расходов.

Таблица 1 – Структура среднемесячных потребительских расходов домашних хозяйств в России, 2018-2022 гг. [2]

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
Потребительские расходы, руб.	17490,3	19169,2	18578,5	20506,0	23067,6
из них расходы, %					
продукты питания и безалкогольные напитки	30,2	29,7	33,2	32,2	32,9
алкогольные напитки, табачные изделия	3,0	3,0	3,3	3,0	3,1
одежда и обувь	7,9	8,2	6,9	7,8	7,5
жилищные услуги и другие виды топлива	11,1	10,8	11,9	11,4	10,9
предметы домашнего обихода, бытовая техника	5,3	5,3	6,3	5,5	5,3
здравоохранение	3,7	3,8	4,0	4,2	4,0
транспорт	16,6	16,1	14,9	14,2	14,4
информация и коммуникация	3,2	3,1	3,4	4,6	4,3
организация отдыха, спортивные и культурные мероприятия	7,7	8,4	5,8	5,6	5,0
образование	0,8	0,9	0,9	1,5	1,5
гостиницы, кафе и рестораны	3,5	3,5	2,4	2,9	3,1
другие товары и услуги	6,9	7,1	7,1	7,2	8,0

Из анализа данных следует, что в среднем ежемесячные потребительские расходы на одного члена домашнего хозяйства увеличиваются. Однако в 2020 г. показатель снизился на 3,1% по сравнению с 2019 г. из-за пандемии коронавируса. Таким образом, за период 2018-2022 гг. расходы увеличились на 32%. Лидирующие позиции занимают условно-постоянные расходы: продукты питания, ЖКУ, транспорт. Однако доля расходов на одежду и обувь, организацию отдыха, кафе и рестораны снизилась. В 2022 году расходы на продукты питания увеличились с 30,2% до 32,9% по отношению к 2018 году, а расходы на покупку непродовольственных товаров, наоборот, уменьшились с 37,0% до 35,5%. Это говорит о том, что реальные располагаемые доходы снижаются, следовательно, происходит падение свободных денежных средств. На данное изменение повлияли факторы, связанные с ограничительными мерами

в период коронавирусной инфекции и обострившаяся внешнеэкономическая, внешнеполитическая обстановка в 2022 г.

Если рассматривать структуру потребительских расходов по децильным группам, то она будет значительно отличаться (Рис. 1) [2].

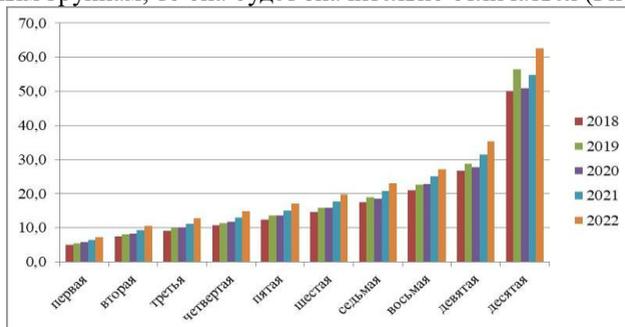


Рис. 1 – Среднемесячные потребительские расходы за 2018-2022 гг. по децильным группам, тыс. руб. на одного члена домашнего хозяйства

В 2018-2022 гг. расходы представителей первой децильной группы были представлены тратами на продукты питания и безалкогольных напитков (47%), ЖКУ (14,9%), одежду и обувь (8,1%). В то же время наиболее обеспеченная часть населения направляла средства на транспортные услуги (29,2%), продукты питания (17,9%), отдых и культурные мероприятия (9,3%).

Данное явление связано с дифференциацией доходов российского населения, которое является проблемой для социально-экономического развития страны. В 2018 году средний доход представителей наиболее обеспеченной группы составил 71260,3 руб., у менее обеспеченных - 6005,6 руб. В 2022 году неравенство сохранилось: 97279,4 руб. в десятой децильной группе против 8798,7 рублей в первой децильной группе (Рис. 2).

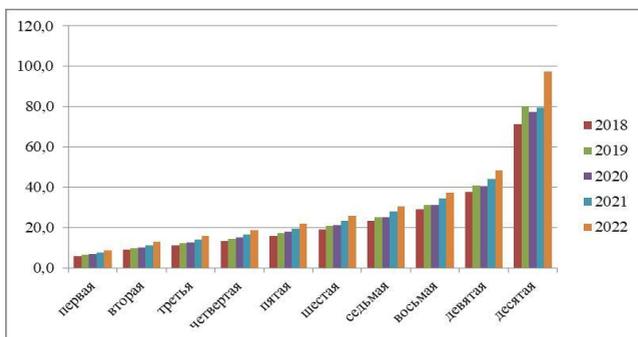


Рис. 2 – Среднемесячные денежные доходы за 2018-2022 гг. по децильным группам, тыс. руб. на одного члена домашнего хозяйства

То есть за данный период времени доходы десятой децильной группы превысили показатели первой группы в 11,3 раза, пятой – в 4,4 раза, а десятой – в 1,9 раза. При увеличении доходов происходит изменение структуры расходов домохозяйств, то есть расходы на товары длительного пользования и непродовольственные товары и услуги растут, а на продовольствие, наоборот, снижаются. Также более обеспеченное население будет иметь высокий прирост финансовых активов (сбережений), в то время как у менее обеспеченного населения они будут практически отсутствовать. Из-за чего люди будут больше использовать заемные средства, в результате может возникнуть проблема закредитованности населения.

Доходы и расходы домашних хозяйств также зависят от их состава. Так, согласно данным Росстата в 2022 году «среднемесячные доходы на члена домашнего хозяйства, у которых нет детей до 16 лет, составили 41731,8 руб., в то время как у домохозяйств, имеющих детей до 16-летнего возраста, они оказались меньше в 1,44 раза (28916,0 руб.)» [2]. Число детей также влияет на изменение расходования денежных средств или располагаемых ресурсов (Таб. 2).

Таблица 2 – Располагаемые ресурсы домохозяйств с детьми, в среднем на члена домашнего хозяйства в месяц, руб. [2]

	2018	2019	2020	2021	2022
Семьи, имеющие одного ребёнка					
Располагаемые ресурсы	26689,7	26913,7	27434,4	29674,7	32433,0
Расходы на потребление	17038,8	18167,2	18386,4	20803,5	22506,6
Прирост сбережений	9650,9	8746,5	9048,0	8871,2	9926,4
Семьи, имеющие двух детей					
Располагаемые ресурсы	21099,1	22369,3	23931,4	25351,2	27311,0
Расходы на потребление	13773,9	14851,9	14872,4	16309,3	18783,8
Прирост сбережений	7325,1	7517,4	9059,0	9041,9	8527,2
Семьи, имеющие трех и более детей					
Располагаемые ресурсы	15127,1	15722,1	16418,5	18415,1	18736,1
Расходы на потребление	10183,4	10850,9	11065,3	11994,5	13858,9
Прирост сбережений	4943,7	4871,2	5353,1	6420,6	4877,2

При увеличении количества детей данные значения снижаются. Например, в 2022 году располагаемые ресурсы домохозяйств с одним ребёнком составили 32433 руб., однако у семей с двумя детьми они были меньше на 15,8%, а с тремя и более детьми – на 42,2%. Аналогично происходит с расходами на потребление и сбережениями. Поэтому возникает следующая проблема: с ростом численности домохозяйств их экономическое положение ухудшается. Из-за увеличения расходов на продукты питания, образование, медицинские услуги и товары для детей, семьи сталкиваются с ограничениями в возможности приобретать более качественных товаров и услуг, а также создавать финансовые резервы в виде сбережений. Это вынуждает людей заимствовать дополнительные средства, в то время как домашние хозяйства без детей находятся в более выгодном положении.

В заключении отметим несколько направлений деятельности органов власти, реализация которых позволит решить обозначенные выше проблемы [3].

– Первостепенной задачей является сокращение чрезмерной дифференциации доходов домашних хозяйств. Отчасти данная задача может быть решена посредством выравнивания дополнительного налогообложения граждан с наибольшими доходами; внедрением мер

социальной поддержки, адресной материальной помощи для малоимущих, малообеспеченных домашних хозяйств.

– Реализация общего роста реальных доходов населения, где минимальная зарплата на федеральном уровне не должна быть ниже прожиточного минимума, а социальные пособия – не ниже уровня инфляции.

– Стимулирование изменения потребительского поведения населения: переход к правильному питанию, отказу от вредных привычек и т.д.

Реализация указанных мероприятий будет способствовать росту темпов экономического роста и повышению качества и уровня жизни домашних хозяйств.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ОК 028-2012. Общероссийский классификатор организационно-правовых форм: утвержден Приказом Росстандарта от 16.10.2012 N 505-ст. – URL: <https://www.consultant.ru>. (дата обращения: 25.03.2024)

2. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 25.03.2024)

3. СПС КонсультантПлюс. – URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 25.03.2024)

УДК 330.342.22

Конде Д.

Научный руководитель: Колпакова Е.В., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГВИНЕИ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Гвинея (Guinea) – государство в западной части Африки. Полное официальное название страны – Гвинейская Республика (Republic of Guinea).

Население Гвинеи увеличивается быстрыми темпами. С 8,35 млн в 2000 до 10,43 млн в 2009 и 12,77 млн – 2019 году. По оценке демографов, если нынешние темпы прироста сохранятся, к 2050 году население страны увеличится до 26,4 млн, а к 2100 до 49,5 млн человек.

Национальный состав Гвинеи: 32% фульбе, 30% малинке, 20% сусу, 6% герце, 4,7% кисси и др. 70% гвинейцев – жители сельской

местности. Доминирующая религия – ислам. Мусульман-суннитов – 87%, христиан – 9% [1].

В 2023 году Гвинея достигла значительных экономических преобразований, которые стали поворотным моментом в ее развитии. После многих лет упорных усилий стране удалось выйти из категории хрупкой страны и перейти в категорию стран со средним уровнем дохода. Это достижение стало возможным благодаря ряду значительных экономических показателей и крупным структурным реформам.

Одним из ключевых показателей, способствующих этому росту, является рейтинг CPIA (оценка политики и институтов страны), используемый африканским банком развития (АФБР) и всемирным банком для оценки качества политики и институтов страны. С 5 сентября 2021 года в Гвинее наблюдается улучшение рейтинга CPIA, что демонстрирует ее приверженность качественной институциональной политике и практике [5].

Среди факторов, которые способствовали этому успеху, можно назвать строгое управление государственными финансами, возросшую мобилизацию внутренних доходов, рационализацию текущих расходов и упор на инвестиции, финансируемые за счет национальных ресурсов. Выплата авансов центрального банка гвинейской республики (BCRG), повышение обменного курса и эффективное управление воздействием глобальной инфляции также сыграли решающую роль в этой трансформации.

Кроме того, опережающим индикатором экономических показателей страны стал прогноз экономического роста на уровне 5,6% на 2023 год.

Рейтинг всемирного банка, основанный на валовом национальном доходе на душу населения, также подтвердил подъем Гвинеи на мировой экономической арене.

Гвинею видят многообещающее будущее: доходы бюджета постоянно растут и в 2024 году достигнут более 37 тысяч миллиардов GNF. Страна также продемонстрировала свою способность ответственно управлять своим долгом (77 739 846,23 GNF), распределив 47,03% внутреннего долга (41 178 040,11 GNF) и 52,97% внешнего долга (36 561 806,12 GNF) по данным на 30 сентября 2023 года.

В 2023 году будет наблюдаться динамизм мобилизации внутренних доходов благодаря выпускам казначейских облигаций (ODT). Это включает в себя в общей сложности 275,700 миллиардов GNF на счете ODT и 3 318,500 миллиардов GNF в виде казначейских

облигаций. Кроме того, в рамках мобилизации внешних ресурсов были подписаны кредитные соглашения на сумму 1,534 млрд GNF [4].

Согласно информации о денежно-кредитной политике за 2-й квартал, опубликованной в октябре 2023 года, Гвинея зафиксировала значительное ускорение экономического роста во втором квартале 2023 года, увеличившись с 2,7% в первом квартале до 7,0%. Такие результаты объясняются динамикой внутреннего спроса и чистого экспорта, особенно в вторичном секторе, с акцентом на добывающую деятельность, особенно производство бокситов, и заметным улучшением производства электроэнергии.

В том же отчете указывается, что налоговые поступления последовали этой положительной тенденции, продемонстрировав значительный рост на 54,7% по сравнению с первым кварталом 2023 года, достигнув, таким образом, 7 592,9 млрд валовых франков во втором квартале [5].

В сочетании с ожидаемым повышением курса гвинейского франка по отношению к доллару США и ростом экономики, это должно побудить центральный банк Гвинейской Республики сохранить ставку на уровне 11,5% или даже немного снизить ее, чтобы стимулировать потребление. Кроме того, в августе 2023 года власти объявили об увеличении государственных инвестиций в инфраструктуру с целью развития производственного потенциала страны. Последний также сможет рассчитывать на рост прямых иностранных инвестиций в инфраструктуру, особенно в связи с развитием горнодобывающих проектов, таких как строительство железной дороги протяженностью 670 км и рудного порта, что позволит начать эксплуатацию месторождения Симанду (месторождение железа). Работы начались в конце 2023 года после соглашения о правах на добычу полезных ископаемых между государством и компаниями Rio Tinto (англо-австралийская) и WCS (китайско-сингапурская группы). Их завершение может состояться в 2024 году [4].

В 2022 и 2023 годах профицит счета текущих операций снизился, что было отягощено ухудшением профицита торгового баланса. Последняя пострадала от падения цен на алюминий, тогда как цены на импортную продукцию оставались высокими. Запрет на экспорт 15 основных сельскохозяйственных продуктов (включая рис, картофель и пальмовое масло), введенный в июле 2023 года сроком на шесть месяцев с целью снижения продовольственной безопасности, также ухудшил торговый баланс. Ожидается, что профицит счета текущих операций увеличится в 2024 году, чему будет способствовать увеличение экспорта горнодобывающей промышленности,

восстановление продаж сельскохозяйственной продукции за границу и высокая цена на золото. Тем не менее, торговый баланс рискует быть ограничен слабым экономическим ростом Китая, который поглощает 85% экспорта бокситов Гвинеи, а также высокими расходами на импорт (нефть, транспортные средства и другое горнодобывающее оборудование, потребительские товары), связанными с устойчивым внутренним спросом. Строительство инфраструктуры, освоение площадей и затраты на транспортировку полезных ископаемых будут способствовать дефициту услуг. Дефицит первичных доходов, вызванный репатриацией прибылей от горнодобывающей промышленности, будет компенсироваться денежными переводами от экспатриантов [5].

Однако, горнодобывающий сектор продолжает стимулировать рост. Динамизм горнодобывающего сектора во многом способствовал экономическому росту в 2023 году и продолжит это делать в 2024 году. Экономика также сможет рассчитывать на восстановление негорнодобывающих секторов, таких как сфера услуг (торговля и транспорт), сельское хозяйство и рыболовство (25% ВВП и 40,5% занятости), урожаи и экспорт которого (кокос, кешью и бразильский орех, какао, рыба) вырастут. В октябре 2023 года возобновлены поставки белого риса в Индию.

Таким образом, внешняя торговля будет положительно способствовать экономическому росту, стимулируемому главным образом экспортом полезных ископаемых (бокситов, алюминия, золота) в Индия, Китай и объединенные арабские эмираты. Однако рост будет в основном обусловлен внутренним спросом. Действительно, потребление домохозяйств останется основным источником ВВП (82,7%). Ожидается, что рост ВВП достигнет 5,6% в 2024 году, что будет обусловлено горнодобывающим производством, наличием энергии и инвестициями в инфраструктуру.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Большая российская энциклопедия – [Электронный ресурс]. URL: <https://bigenc.ru> (дата обращения: 29.03.2024).
2. Гвинейский франк - валюта Гвинеи глазами трейдеров Masterforex-V – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.masterforex-v.org> (дата обращения: 27.03.2024).
3. Национальные социально-экономические системы в условиях перехода к новому технологическому укладу: монография / под ред. проф. С.В. Куприянова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2021. – 300 с.

4. Перспективы развития сектора экономики Республики Гвинея – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coface.fr> (дата обращения: 25.03.2024).

5. Центральный банк Гвинейской Республики – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bcr-guinee.org> (дата обращения: 30.03.2024).

УДК 331

Коньков В.А.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук,
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В ПРОЦЕССЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В СТАНКОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Один из основных агрегатов, характеризующий состояние экономики в стране является уровень безработицы. Уровень безработицы можем определить как процент людей, потерявших работу из-за изменений в технологиях и производственных процессах, или как процент выпускников, не имеющих работы из-за несоответствия их.

Нормативы уровня безработицы: высокая - более 6%; нормальная – 4–6%; низкая - 2–4%.

По данным международной организации труда в мире в 2023 г. глобальный уровень безработицы составил 5,1% предположительно, что в 2024г. тенденция сохранится, и примерный уровень безработицы составит 5,1–5,2%.

Если рассматривать занятость в России, то 2023 год выдался рекордно низким по проценту безработных людей, по итогам года безработица составила 3,2% в общем по стране. За исключением Республики Дагестан, где отмечается прирост с 11,6% до 12,5%, и Камчатского края, где при низком уровне безработицы в 2,7% произошло увеличение до 3,5% с декабря 2022 года.[1]

Развитие технологий и внедрение инноваций играют важную роль в современной промышленности, включая станковое производство. Однако, этот процесс может привести к увеличению безработицы среди работников, занятых на устаревших рабочих местах, которые теряют актуальность в связи с автоматизацией и внедрением новых технологий.

Причины повышения безработицы в процессе внедрения инноваций в станковое производство могут быть следующими:

1. Отсутствие необходимых навыков и квалификации у работников для работы с новыми технологиями.

2. Сокращение рабочих мест в результате автоматизации производственных процессов.

3. Необходимость переподготовки персонала для работы с новым оборудованием.

4. Ограниченные возможности для переквалификации и переобучения работников.

Инновации и технологический прогресс в станковом производстве представляют собой двойственный вызов, способствуя повышению эффективности и конкурентоспособности предприятий, но при этом также ведут к увеличению уровня безработицы среди работников, не адаптированных к новым технологиям. Значимость данной проблемы активно обсуждается в современной научной литературе и подчеркивается на необходимость разработки комплексных мер для ее решения.

Изучение представленных источников позволяет выделить основные стратегии для снижения безработицы при внедрении инноваций в станковое производство, такие как обучающие программы, переобучение работников, создание новых рабочих мест и сотрудничество с образовательными учреждениями.

Для решения проблемы повышения безработицы при внедрении инноваций в станковое производство можно рассмотреть следующие меры:

1. Проведение обучающих программ и курсов для переобучения сотрудников на новые технологии.

2. Предоставление гарантированных компенсаций и социальной поддержки работникам, потерявшим рабочие места.

3. Создание новых рабочих мест в сфере обслуживания и обслуживания нового оборудования.

4. Сотрудничество между предприятиями и образовательными учреждениями для организации практик и стажировок.

Также нужно понимать, что в априори предприятие при внедрении инноваций в производственный процесс использует собственные средства организации, отсюда следует, что изначально организация способствует тому, чтобы наращивать производство с помощью вложений средств в инновационные решения.

Структура затрат на технологические инновации организаций промышленного производства по источникам финансирования.

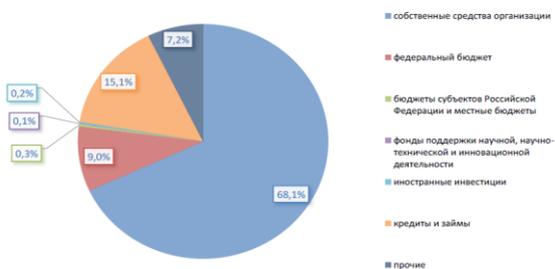


Рис. 1. Структура затрат на технологические инновации организации промышленного производства по источникам финансирования. [5]

В современном промышленном секторе внедрение инноваций играет ключевую роль в повышении эффективности производства. Однако, процесс автоматизации и использование новых технологий в станковом производстве могут привести к увеличению безработицы среди работников, занятых на устаревших рабочих местах. Эту проблему подробно рассматривают такие авторы как Смит и Джонсон в их исследовании в 2018 году, указывая на важность подготовки персонала к работе с новыми технологиями и необходимость переквалификации работников для сохранения рабочих мест. [2]

Согласно исследованию Гарсиа и Лопеса 2019 года написания, сокращение рабочих мест в результате автоматизации производственных процессов становится одной из основных причин роста безработицы. Авторы отмечают, что решение этой проблемы может быть найдено через создание новых рабочих мест, требующих навыков, которые не могут быть автоматизированы. [3]

Для снижения уровня безработицы при внедрении инноваций в станковое производство важно применять рекомендации, предложенные Ли и Чангом в статье 2020 года, включая проведение обучающих программ и курсов переобучения для работников, а также организацию сотрудничества между промышленными предприятиями и образовательными учреждениями. [4]

Таким образом, для успешного внедрения инноваций в станковое производство и снижения уровня безработицы необходимо уделить внимание подготовке персонала, обеспечиванию социальной поддержки работникам и созданию условий для переквалификации и переобучения специалистов.

Важно учитывать, что успешное преодоление проблемы безработицы при внедрении инноваций требует совместных усилий со

стороны предприятий, государства, образовательных учреждений и работников. Только взаимодействие всех заинтересованных сторон позволит обеспечить эффективное функционирование станкового производства и минимизировать риски повышения безработицы в период технологических изменений.

Безусловно, дальнейшие исследования и практическое внедрение предложенных стратегий будут способствовать созданию устойчивой системы подготовки персонала, справляющейся с вызовами современной индустрии и обеспечивающей устойчивое развитие как предприятий, так и рабочей силы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Медведева Т. И., Селиверстов Ю. И. Анализ влияния цифровизации экономики на рынок трудовых ресурсов // Экономические стратегии. — 2022. — Т. 24, № 1. — С. 3–9.

2. Смит А., Джонсон Б. Инновации в станковом производстве: вызовы и перспективы // Журнал технической промышленности. — 2018. — Т. 14, № 2. — С. 67–81.

3. Гарсиа М., Лопес Д. Автоматизация производства и рост безработицы: анализ современных тенденций // Экономический журнал. — 2019. — Т. 25, № 4. — С. 112–125.

4. Ли Ю., Чанг С. Современные подходы к управлению проектами в информационных технологиях // Журнал информационных систем. — 2020. — Т. 17, № 3. — С. 85–97.

5. Казаков В. Н. Финансирование инноваций в промышленности: анализ структуры затрат и эффективности инвестиций // Финансовые исследования. — 2018. — № 2. — С. 30–45.

УДК 69.003.12

Костромин К.И., Лебедев Р.А.

*Научный руководитель: Мешкова Н.Л., канд. экон. наук, доц.
Национальный исследовательский Московский государственный
строительный университет, г. Москва, Россия*

ТЕМПЫ РОСТА СТОИМОСТИ ЖИЛЬЯ В РОССИИ И ПРИЧИНЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА НИХ

Стоимость жилья – это один из ключевых показателей социально-экономического благополучия общества. Ее рост оказывает существенное влияние на доступность жилья для населения, уровень

жизни, инвестиционную привлекательность и общее состояние экономики. В последние десятилетия во многих странах мира наблюдается устойчивый рост цен на недвижимость, что вызывает беспокойство как со стороны властей, так и со стороны граждан.

В контексте стремительного роста стоимости жилья в России, возникает вопрос: какие факторы лежат в основе этой тенденции и как они взаимосвязаны? Изучение динамики цен на жилье и выявление ключевых причин, влияющих на ее изменения, является актуальной задачей, требующей комплексного анализа.

Целью данной статьи является изучение динамики цен на жилье в России за период с 2018 года по 2023 и выявление наиболее значимых факторов, влияющих на темпы ее роста. Задачи исследования включают анализ статистических данных, выявление корреляций между ценами на жилье и другими показателями, оценку влияния различных факторов, таких как экономические, демографические, социальные, политические и географические.

В рамках исследования будут использованы методы регрессионного и корреляционного анализа, а также сравнительный анализ. Источники данных включают статистические базы данных, аналитические отчеты и материалы исследований. Результаты исследования позволят получить более глубокое понимание причин роста цен на жилье и разработать рекомендации для минимизации негативных последствий этой тенденции.

Прежде всего, важно определить ключевые понятия: стоимость жилья отражает рыночную цену недвижимости, определяемую спросом и предложением на рынке. Темпы роста — это изменение стоимости жилья за определенный период времени, выраженное в процентах. Факторы, влияющие на стоимость жилья — это внешние и внутренние условия, которые влияют на спрос и предложение, а, следовательно, и на цены на недвижимость. Рынок недвижимости - это система экономических отношений, связанных с купли-продажи, аренды и управления недвижимостью.

Существует несколько теоретических моделей, объясняющих ценообразование на жилье. Одна из них - модель спроса и предложения, основанная на принципе взаимодействия спроса и предложения на рынке недвижимости. Рост спроса при неизменном предложении приводит к росту цен, и наоборот. Модель равновесной цены предполагает существование равновесной цены, при которой спрос и предложение на рынке недвижимости уравниваются. Модель затрат на строительство основана на принципе, что стоимость жилья

должна покрывать затраты на его строительство, включая стоимость земли, материалов, труда и прибыль застройщика.

Факторы, влияющие на стоимость жилья, являются ключевыми для данной работы, поскольку они позволяют объяснить динамику цен на недвижимость, анализировать причины и следствия изменений на рынке, а также выявлять тенденции:



Рис. 1 Факторы, влияющие на стоимость жилья

Понимание этих факторов важно для предсказания будущего поведения рынка недвижимости и принятия обоснованных решений, связанных с инвестированием в недвижимость или приобретением жилья.

Для изучения динамики цен на жилье и влияющих на нее факторов применяются различные методы анализа: регрессионный анализ, позволяющий выявить зависимость между ценами на жилье и другими факторами, а также оценить влияние каждого фактора на стоимость недвижимости; корреляционный анализ, который помогает определить степень взаимосвязи между ценами на жилье и другими факторами; и

сравнительный анализ, позволяющий сравнить динамику цен на жилье в разных регионах России и выявить особенности их развития.

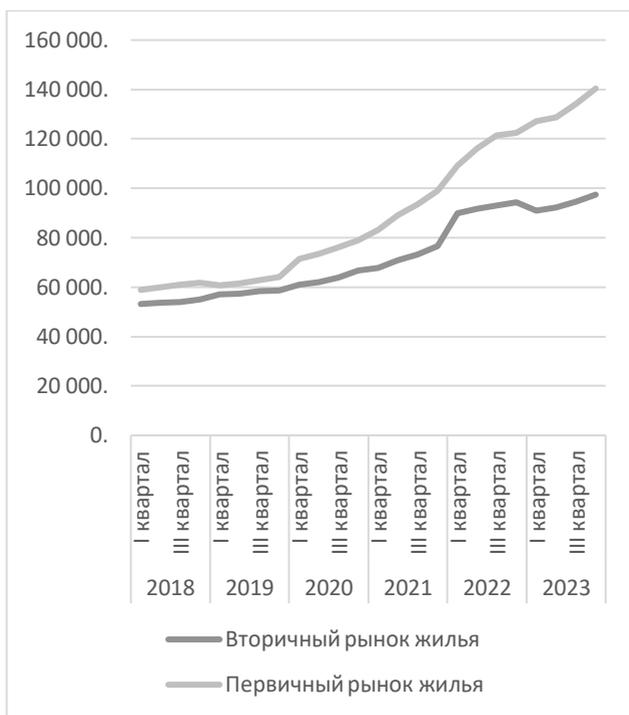


Рис. 2 График динамики стоимости 1м² в рублях за период 2018-2023

Данный график показывает устойчивую тенденцию к росту как на первичном, так и на вторичном рынках. Однако, если рассматривать период пандемии коронавируса, отчетливо прослеживается более резкое ускорение этого процесса, особенно на первичном рынке.

В начале 2020 года, с началом пандемии, наблюдается заметное замедление темпов роста, что, скорее всего, связано с нестабильностью экономической ситуации и неопределенностью в перспективах рынка недвижимости. Однако, уже во второй половине 2020 года динамика цен снова набирает обороты. Этот рост особенно заметен на первичном рынке, и связан, вероятно, с целым рядом факторов, вызванных пандемией.

Во-первых, пандемия стимулировала спрос на загородную недвижимость, так как многие люди стали больше времени проводить

дома и ощутили нехватку пространства. Во-вторых, снижение процентных ставок по ипотеке, которое было введено для стимулирования экономики, сделало жилье более доступным для большого количества людей. В-третьих, пандемия привела к нарушениям в цепочках поставок, что повлияло на стоимость строительных материалов и замедлило темпы строительства. Все эти факторы в совокупности привели к росту цен на первичном рынке недвижимости.

Вторичный рынок недвижимости продемонстрировал менее резкий рост, что связано, вероятно, с более стабильными ценами и меньшей зависимостью от краткосрочных колебаний экономики. В целом, пандемия коронавируса оказала значительное влияние на рынок недвижимости в России, ускорив и усилив уже существующие тенденции к росту цен.

После пандемии цены на недвижимость продолжали расти, и этот рост, в значительной степени, обусловлен именно повышением цен во время пандемии. Важно отметить, что за период пандемии цены на недвижимость увеличились значительно быстрее, чем темпы инфляции, что указывает на влияние не только инфляционных процессов, но и специфических факторов, связанных с пандемией.

Следствием этого стало значительное повышение стоимости жилья в России. Текущие цены на недвижимость отражают накопленный эффект роста, начавшегося во время пандемии. Таким образом, пандемия стала одним из ключевых факторов, сформировавших текущую ситуацию на рынке недвижимости в России. В результате покупка жилья для многих граждан стала более сложной задачей, что потребует от государства проведения целого ряда мер для снижения стоимости жилья и повышения его доступности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Средняя цена 1 кв. м общей площади квартир на рынке жилья // емисс государственная статистика URL: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 15.05.2024).

2. Соловьева Е. В., Бердникова В. Н. Строительная отрасль и пандемия COVID-19: новые вызовы и возможности // *Beneficium*. – 2021. – №. 3 (40). – С. 35-42.

3. Чапаргина А. Н., Емельянова Е. Е. Рынок жилья России в условиях постпандемической экономики // *Научные труды Вольного экономического общества России*. – 2020. – Т. 223. – №. 3. – С. 372-379

4. Коростелкина И. А., Воронкова Н. В. Рынок недвижимости в

период пандемии: современные тренды и прогнозы //Тренды и управление. – 2021. – №. 1. – С. 51-62.

5. Булдакова А. А. Влияние коронавируса на экономику России //Вестник научных конференций. – ООО Консалтинговая компания Юком, 2020. – №. 2-2. – С. 32-34.

УДК 338.32

Крылова А.А.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА РОССИИ: ФОРМИРОВАНИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ

Инновационная система России играет важную роль в модернизации экономики страны. Ее формирование и эффективное функционирование оказывают заметное влияние на различные области общественной жизни, от экономической сферы до социальных аспектов.

Инновационная система представляет собой совокупность институциональных образований, субъектов инновационных процессов и регулирования инновационной деятельности, функционирующих в ориентации на развитие системы знаний, внедрение научно-технических результатов во все сферы и направления деятельности, стимулирующих технологическое развитие в целях развития государства и его отдельных регионов и становления на инновационный путь развития всех его сфер и систем [1].

Развитие инновационной системы способствует интеграции новых идей и процессов в различные сферы деятельности. Инновации не ограничиваются только обновлением технологий или методов управления, они также должны охватывать производственную, управленческую, государственную, бытовую и услугуую сферы. Проведение мероприятий по внедрению передового опыта и новшеств в различные процессы составляют суть инновационной деятельности.

Инновационная система включает в себя механизм координации функционирования инновационных процессов и организации взаимодействия между субъектами инновационной деятельности. Она представляет собой организационно-экономический механизм, который базируется на выполнении фундаментальных и прикладных исследований, освоении новых технологий и внедрении нововведений.

Также важными компонентами инновационной системы являются опытная проверка эффективности и актуальности новшеств, а также их распространение.

Инновационная система регулирует все процессы инновационного развития и их внедрение в социально-экономическую сферу. Она может рассматриваться как инновационная сфера деятельности, включающая научные исследования, изобретения, нововведения, возникающие и внедряемые под воздействием рынка и экономической конъюнктуры. Она также зависит от мотивации и возможностей предпринимателей, радикальности инноваций и возможностей их использования в существующем технологическом и социальном окружении. На основе данных параметров происходят качественные преобразования в технической сфере, внедряются прогрессивные способы деятельности и инновационные подходы к управлению. Все это в конечном итоге приводит к упрощению деятельности, экономии ресурсов и росту качества жизни.

Кроме того, инновационная система отождествляется с инновационной инфраструктурой, которая состоит из элементов, обеспечивающих развитие инновационной деятельности. Особую роль в этом процессе играют системы научно-технической информации и информационного обеспечения на основе информационно-коммуникационных технологий, а также электронная среда и технологии доступа в сеть интернет в различных областях деятельности.

Государство играет активную роль в формировании инновационной системы. Ему отводится основная роль в координации и формировании нормативно-правовой базы инновационной деятельности, а также в финансировании социально значимых инновационных проектов и развитии инновационной системы.

Формирование системы инновационного развития в России началось в 1990-х годах, когда страна перешла к рыночной экономике. Этот процесс прошел несколько этапов. Первый этап, протекавший в конце 1990-х годов, характеризовался реформами в экономике и первыми попытками внедрения инноваций. Однако, на этом этапе не произошло полноценного развития стратегии инноваций из-за недостаточного финансирования научно-технических исследований.

Второй этап (с конца 1990-х годов до начала 2000-х) отметился оживлением экономики и ростом. Это создало благоприятные условия для развития инновационных процессов. Государство активно поддерживало инновации, предоставляя финансирование и разрабатывая программы внедрения нововведений. Однако на этом

этапе инновационная система страны была немонолитной и несистематизированной, различные программы не были полноценно связаны между собой.

Третий этап, начиная с 2007 года и до настоящего времени, характеризуется увеличением важности инновационной деятельности на национальном уровне. Все крупные инновационные проекты получили статус национальной значимости. На этом этапе были приняты следующие меры:

- создание экономических зон на территории страны;
- развитие венчурного капитала;
- введение таможенных пошлин на импорт технологического оборудования;
- налоговые льготы для компаний, занимающихся инновациями;
- национальные программы в различных отраслях;
- поддержка развития малого бизнеса;
- создание Российского инвестиционного фонда информационно-коммуникационных технологий;
- открытие технопарков в области высоких технологий [2;4].

Таким образом, политика инноваций постепенно развивалась в России и приобрела национальное значение, призванное стимулировать инновационную деятельность в различных отраслях и таким образом поддерживать развитие российской экономики.

Несмотря на все усилия, инновационная система в России до сих пор не достигла должного уровня, способного обеспечить устойчивое развитие экономики. Присутствующие проблемы включают недостаток финансирования, слабую инфраструктуру для освоения инноваций, недостаточный уровень сотрудничества между научными учреждениями и бизнесом, а также недостаточную защиту интеллектуальной собственности.

Для успешного функционирования инновационной системы в России необходимы комплексные меры, направленные на устранение указанных проблем. Важно усилить инвестиционную привлекательность инновационных проектов, развивать образование и науку, создавать более благоприятные условия для взаимодействия между бизнесом и научными учреждениями, а также усовершенствовать систему защиты интеллектуальной собственности [3;5;6].

В заключение отметим, что потенциал инновационной системы России значителен, однако для его реализации нужно преодолеть проблемы, которые существуют на данный момент. Применение комплексных подходов поможет сделать отечественную

инновационную систему более эффективной, способствуя тем самым устойчивому экономическому развитию страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Афонина, Н. Инновационные системы. - URL: <https://spravochnick.ru> (дата обращения: 25.03.2024)
2. Афонина, Н. Становление политики инноваций в Российской Федерации. - URL: <https://spravochnick.ru> (дата обращения: 25.03.2024)
3. Люлюченко, М. В. Инновационное развитие Российской Федерации: тенденции, проблемы и пути их решения / М. В. Люлюченко, В. А. Дорохова // Белгородский экономический вестник. – 2021. – № 2(102). – С. 29-35.
4. Национальная инновационная система России и ее регионов: монография / И. Б. Тесленко, О. Б. Дигилина, А. М. Губернаторов ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2023. – 172 с.
5. Павловская, Т.О. Проблемы инновационной экономики. - URL: <https://spravochnick.ru> (дата обращения: 25.03.2024)
6. Шелест Д. А., Барановская И. А., Шелест А. А. Инновационная экономика России: проблемы и перспективы // Человек, экономика, социум: актуальные научные исследования: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 25 ноября 2020г. : Белгород : ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. С. 69-73. - URL: <https://apni.ru> (дата обращения: 25.03.2024)

УДК 330.34

Кудряшов Р.А.

*Научный руководитель: Лукаш И.М., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова г. Белгород, Россия*

ВЛИЯНИЕ МИКРОСОБЫТИЙ НА МАКРОЭКОНОМИКУ

Многие из нас так или иначе, сталкивались с событиями или явлениями, которым, нет прямого обозначения, нет причины следственной связи, и нет объектов событий, которые бы препятствовали ей. В моменты, когда перед учеными возникают вопросы, на которые нет точного ответа, и что истина лежит за гранью их понимания, они обращают свой взгляд, в сторону “Теории Хаоса”

Что такое теория хаоса? Теория хаоса, или хаотическая динамика, исследует поведение динамических систем, которые являются чрезвычайно чувствительными к начальным условиям. Основное теоретическое положение этой теории состоит в том, что даже в небольшие изменения в начальных условиях могут привести к значительным различиям в поведении системы в долгосрочной перспективе. Это означает, что прогнозирование долгосрочного поведения таких систем может быть крайне затруднительным или даже невозможным.

Вспомним всем известный “эффект бабочки” (взмах крыла бабочки, приводит ураган на другом конце земного шара), или фрактал – фигура с бесконечным периметром. И казалось бы, при чем тут эти несвязные вещи. А они одни из немногих элементов науки, которые и изучает теория хаоса.

Именно так, в нашем мире, всё имеет взаимосвязь, и она не всегда может быть точна, или возможна, в пределах нашего понимания. Ещё в 60-ых годах, когда теория хаоса набирала обороты, и открывала новые горизонты в различных отраслях науки, ученые того времени осознали важное обстоятельство, а именно, все их знания, не имеют больше смысла, для понимания их дисциплины, и нужно, было искать ответы в тех вопросах, которые они раньше для себя не брали.

Экономическая наука не была исключением. Если в технических направлениях, ученые, изучающие теорию хаоса, сталкиваются с необходимостью высчитывать огромное количество данных, то в гуманитарном направлении все по-другому.

Рассмотрим несколько иллюстративных примеров влияния микро-изменений на макроэкономическую ситуацию.

В 90 – е года XX века в США был расцвет преступности, нищеты и неблагополучия. В стране наблюдался рост динамики по всем неблагожелательным сферам деятельности. В городах создавались гетто, банды, группировки, деятельность которых приводила к массовым убийствам, грабёжам, смертям невинных людей. В этот период в США на тысячу человек приходилось 58 преступников.

По оценке экономистов того периода уже к началу 2000-х рост преступности должен был взлететь в 2 раза, что превратило бы США в столицу беззаконья. Для предотвращения роста негативных социально-общественных и экономических явлений в стране проводились масштабные реформы по улучшению жизни людей, создавались фонды, значительное внимание уделялось улучшению деятельности полиция.

И, о чудо, за 10 лет, преступность в США, упала до показателей 40 преступников на тысячу человек в 2000 году. Успешный выход из

кризисной ситуации прежде всего связывали с эффективной деятельностью правительства, исследованиями ученых, работой полиции и чиновников.

Однако, выдающийся экономист современности Стивен Левит, видел иную причину влияния, на спад преступности в США. Применив дедуктивный метод и проведя свое небольшое расследование, он пришел к неожиданному для себя выводу: причинами спада преступности, была не реформы, не политики, не чиновники и т.д., а всего лишь судебное дело “Роу против Уэйда”.

Остановимся вкратце на сути вышеупомянутого дела. В сентябре 1969 года, работая вдали от дома, Норма Маккорви обнаружила, что беременна. По возвращении в Даллас она по совету друзей заявила об изнасиловании — законы штата Техас позволяли прерывать беременность только в случае изнасилования и инцеста. Ей не удалось доказать факт изнасилования, однако она не хотела иметь ребенка и решила действовать. Познакомившись с Линдой Коффи и Сарой Вендингтон, в 1970 году они подали иск в Окружной федеральный суд штата Техас. В иске фигурировал псевдоним — Джейн Роу. Ответчиком выступил окружной прокурор Генри Уэйд. Суд вынес решение в пользу Маккорви по существу дела, и в штате Техас, в 1971 году, было разрешено совершать аборт. Это было нашло поддержку и в других штатах, следствием чего стало введение новых законов по всей Америке.

Какова же связь между делом “Роу против Уэйда” и преступностью в США? Стивен Левит, доказал, что закон, был принят ровно 20 лет назад, до начала спада преступности в США. Как правило, преступниками становятся люди из неблагополучных семей и районов. То есть те самые неблагополучные семьи, получили полное право избавляться от нежелательной беременности, а вместе с этим, лишали общество возможно потенциального преступника. Так, те дети, которые должны были родиться в 1970-х годах и стать преступниками к 1990-м, попросту не появились, и вместе с этим, упала и динамика роста преступности. Графическая иллюстрация данного вывода представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Динамика преступности в США 1960 – 2006 гг. [3].

Китай 2019 год. в небольшом городе, на обычном китайском рынке продавались летучие мыши. Обычный деликатес у китайского народа, не вызывающий каких-либо подозрений. Но вот, какая-то летучая мышь, носила в себе вирус, который она передала человеку, а тот передал её другому, и другому, и вылилось все это, в крупную пандемию, которую совершенно, никто не ожидал.

Коронавирус оказал глобальное воздействие на экономику мира. Остановка производства, ограничения передвижения и снижение спроса привели к значительному экономическому спаду. Финансовые рынки понесли убытки из-за неопределенности, вызванной пандемией, что привело к падению акций и потере капитала. Безработица увеличилась из-за сокращения рабочих мест и временного прекращения деятельности многих компаний. По оценкам экспертов Международного Валютного Фонда с начала пандемии мировая экономика потеряла свыше 3,7 трлн. долл. США [2].

Чтобы поддержать экономику, правительства ввели различные стимулы и помощь, что привело к увеличению государственного долга. Однако не все секторы страдали одинаково: туризм, ресторанный бизнес и развлекательная индустрия пострадали особенно сильно, в то время как некоторые секторы, такие как здравоохранение и цифровые технологии, испытали рост. Пандемия также ускорила процесс цифровизации и перехода к онлайн-работе в различных отраслях. Многие компании и учреждения были вынуждены адаптироваться к новым условиям, что привело к изменениям в структуре рабочей силы и инвестициям в цифровые технологии.

И все это из-за одной маленькой мышки. В кругах людей, занимающиеся изучением теории заговоров, ходит легенда, что изначально, данный вирус, создавался китайскими учеными, как

оружие, и его появление в свете за пределами места, где его изучали, стала небольшая утечка. Правду, конечно, мы никогда не узнаем, но и без этого, можно сделать простой вывод.

Пандемия, повлияла на всех нас. Небольшой вирус, смог практически полностью перестроить экономику целых стран. Менялась культурная жизнь, так, например, во время карантина, многим семьям пришлось находиться в постоянном контакте, что привело к разводам, ибо многие для себя осознали, что выбрали не того человека, для совместной жизни, что вылилось к перестройке института семьи [1].

Безусловно, примеры из истории и текущего состояния развития мировой и национальных экономик на этом не исчерпываются. По нашему мнению, изучение последствий влияния незначительных событий на экономику многих стран и мира имеет важное практическое значение.

Однако, следует отметить, что теория хаоса не является универсальным объяснением всех аспектов экономической динамики. Она лишь один из инструментов анализа, который может помочь в понимании сложного поведения экономических систем и принятии решений на основе этого понимания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бондаренко К. Постковидный синдром: как пандемия изменила мировую экономику [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.forbes.ru> (дата обращения: 25.03.2024)

2. Возведение мостов к уверенному экономическому росту в будущем [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.imf.org/ru> (дата обращения: 25.03.2024)

3. Динамика роста преступности в США [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://muacre.livejournal.com/56637.html>

4. Левитт С. Фрикономика / С. Левитт, С. Дабнер. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 272 с.

5. Экономическая теория: в 2 ч. Ч. II. Макроэкономика: курс лекций: учебное пособие / Е.Н. Чижова, Л.Г. Балабанова, Т.А. Давыденко, Л.И. Журавлева и др.; под ред. Е.Н. Чижовой. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2010. – 346 с.

УДК 332.1

Курносова Н.

*Научный руководитель: Кадацкая Д.В. канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Белгородскую область можно назвать одной из наиболее быстро развивающихся областей России, несмотря на то, что область является приграничной и современные геополитические условия создают определенные экономические, политические и социальные проблемы.

Важная задача региона в сложившихся условиях – это повышение конкурентоспособности, развитие отраслей промышленности и сельского хозяйства в рамках импортозамещения и в целом увеличения производства продукции для удовлетворения спроса на нее в регионе и в России.

В Белгородской области достаточно сбалансированная структура отраслей экономики. Наиболее развито в регионе сельское хозяйство, производство строительных материалов, пищевая промышленность, черная металлургия [1].

В Белгородской области проживает более 1,5 млн. человек и она не является густонаселенным регионом, однако данный факт не является препятствием для увеличения производства черных металлов, шифера, цемента, добычи железной руды, переработки сельскохозяйственной продукции и производства сахара, масла, муки.

В настоящее время в России важное значение придается развитию регионов, а именно их экономике, социальной сфере, инфраструктуре. Поскольку от наличия квалифицированной рабочей силы, оптимизации работы предприятий и организаций регионов, увеличение валового регионального продукта, степени развитости внутреннего рынка будет зависеть в целом развитие страны, увеличение бюджетных доходов, инвестиций в приоритетные отрасли экономики.

В 2020 году наша область вошла в десятку лучших регионов по объему валового регионального продукта на одного жителя. Уже в 2022 году регион занял 12 место в данном рейтинге. Однако несмотря на такое снижение в Центрально-Черноземном регионе наша область стала лучшей. Аналитические данные свидетельствуют о том, что в целом по своему социально-экономическому развитию Белгородская область в Центральном Федеральном округе вошла в число

лидирующих наряду с Московской, Воронежской, Тульской и др. областями

Несмотря на всю динамику развития Белгородской области в регионе присутствуют проблемы, которые связаны с различными сферами ее жизнедеятельности.

Основные показатели производства в основных отраслях области за последние годы снизились. Руководство крупных предприятий и, в частности, агрохолдингов достаточно длительный период не осуществляло инвестиций в диверсификацию своего производства.

Износ основных фондов на предприятиях сельского хозяйства, обрабатывающей промышленности, строительства составил за последние годы более 50%. Из бюджета области осуществляются огромные траты ввиду сильного износа основных средств, что негативно отражается на социальных выплатах населению. Также не осуществляются достаточные инвестиции в охрану окружающей среды.

Одной из важнейших составляющих экономического потенциала Белгородской области предприятия по производству стали, проката черных металлов. Однако объемы производств данной продукции несколько отстают от регионов, которые производят аналогичную продукцию. В Губкине, Старом Осколе, где сконцентрировано данное производство, снижается количество плодородных черноземов, задействованных в сельском хозяйстве. Это происходит вследствие особенностей технологического процесса металлургической отрасли.

Объемы валового регионального продукта в области в денежном выражении регулярно возрастают, однако это происходит в виду увеличения цен, а физический объем сокращается. Такая тенденция сложилась вследствие сокращения фермерских и крестьянских хозяйств из-за уменьшения пахотных земель.

В рамках решения данной проблемы необходимо разработать мероприятия инвестиционной политики области, т.к. нерешение данной проблемы влечет за собой нарастание диспропорций социально-экономического положения на уровне муниципальных районов [2].

В Белгородской области ранее разрабатывались программы для развития сельского туризма. Однако данное направление туристических услуг не получило должного развития. Данные, полученные за ряд последних лет, говорят о том, что валовая добавленная стоимость туристической отрасли составила чуть более 1%.

При этом сельского туризма в регионе практически нет. Предприятия области не являются открытыми для посещения в рамках ознакомления с их деятельностью. Практически ни одно предприятие

области не вошло в рейтинг предприятий России для промышленного туризма

Предприятия нашей области также не включены в путеводители по экскурсиям на промышленных предприятиях страны.

Проблемы в социальной сфере связаны в основном с сокращением обучающихся в регионе, и как следствие сокращение учителей. Также происходит снижение количества врачей в области. Все это приводит к снижению кадрового потенциала, и как следствие, сокращение поступлений в бюджеты области. Также происходит финансирование отраслей социальной направленности в более низких объемах по сравнению с другими регионами России [2].

В рамках решения данных проблем в области намечены стратегические мероприятия по увеличению развитию образовательных программ, по их дополнительному финансированию с целью получения специалистов, которые смогли получить наиболее востребованные профессии для нашей области. Это в первую очередь касается специалистов в области здравоохранения, аграрного сектора, IT-специалистов, туризма.

Основной целью данных мероприятий и программ, разработанных в Белгородской области, является развитие экономики региона, решение проблемы нехватки специалистов на приоритетных направлениях, развитие и поддержка малого и среднего бизнеса. Это позволит увеличить в доходы бюджета области.

В целом специфика Белгородской области заключается в том, что большинство ее районов являются аграрно-индустриальными. Основной сегмент экономики в основном развит в таких городах как Старый Оскол, Губкин, Белгород. Поэтому как раз эти районы в первую очередь и страдают от геополитической нестабильности: санкции западных недружественных стран, близость проведения зоны СВО.

Основные проблемы, которые тормозят развитие Белгородской области, учтены в Программе ее стратегического развития до 2030 года. Важная роль отводится в разработке новых сегментов на базе секторов с высоким потенциалом развития. Это относится к таким сферам как биофармацевтика, инжиниринг, машиностроение.

Разработаны программы наращивания инвестиций в отраслях, а также делается упор на кооперацию крупных предприятий в ведущих отраслях региона с малыми и средними предприятиями [3].

В целом постепенное решение проблем, накопившихся в Белгородской области последние годы, возможно осуществить благодаря комплексному подходу, который может включать в себя оптимальные условия работы в отраслях экономики региона,

поддержание бизнеса, увеличение выплат социального характера, развитие инфраструктуры, укрепление политической и общественной стабильности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Маслова, Я.В. К вопросу устойчивого развития отраслевой структуры экономики Белгородской области / Я.В. Маслова. – Текст непосредственный // Научно-практический электронный журнал «Аллея Науки» - 2018. - №1(17). – URL: <https://alley-science.ru> (дата обращения: 04.05.2024). – Текст : электронный.

2. Мочалова, Я.В. Проблемы развития Белгородской области и пути их решения на современном этапе / Я.В. Мочалова, Ю.Б. Голикова, Е.В. Клейтман. – Текст непосредственный // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. 2023. - Vol. 13, Is. 6A. – С. 266-277.

3. Проект стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2030 года // – URL: <https://www.economy.gov.ru> (дата обращения: 08.05.2024). – Текст : электронный.

УДК 339.37:005

Лихачева В.А.

Научный руководитель: Воронина О.С., ст. преп.

Санкт-Петербургский государственный морской технический университет, г. Санкт-Петербург, Россия

МАРКЕТПЛЕЙСЫ – БУДУЩЕЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Появление интернета и его широкое распространение стали исключительно важным фактором для прогресса электронной торговли, обеспечив доступ к мировому рынку и создав новые возможности для онлайн-торговли. Технологический прогресс, включая криптографию, электронные платежные системы, системы безопасности и мобильные устройства, значительно улучшили цифровую коммерцию, сделав ее более удобной и доступной, а глобальная интеграция экономики увеличила необходимость в эффективных онлайн-платформах для объединения покупателей и продавцов по всему миру.

Термин «электронная торговля» (коммерция) предполагает:

- передачу информации, продуктов или услуг электронным путем;

- предоставление (производство) услуг электронным путем;
- обслуживание электронными методами обычной торговли товарами и услугами путем электронной передачи всех необходимых для внешнеторговой сделки документов и другой информации, хранение и обслуживание такой информации [1].

Благодаря стремительному развитию электронной коммерции, новые модели бизнеса становятся существенным элементом мира онлайн-торговли. Среди таких моделей выделяются маркетплейсы, которые играют ключевую роль в трансформации сферы электронной торговли.

Под маркетплейсом (от англ. marketplace) мы будем понимать цифровую платформу, созданную онлайн (единое информационное пространство), агрегирующую информацию о товарах, поставщиках, потребителях продукции или услуг, что позволяет пользователю сделать оптимальный выбор путем сравнения качества, цены, условий предоставления и поставки [2].

Маркетплейсы — это платформы, где несколько продавцов предлагают свои товары и услуги в одном месте, становятся сердцем электронной торговли. Они не только предоставляют широкий ассортимент продукции, но и создают удобную среду для покупателей и продавцов. Благодаря масштабу и разнообразию товаров, маркетплейсы привлекают миллионы потребителей каждый день, делая их важным звеном онлайн-торговли.

К основной функции маркетплейсов можно отнести обоюдное удовлетворение потребностей всех участников бизнес-процесса: увеличение продаж всех продавцов и оптимизация процесса выбора товара для покупателя.

Маркетплейсы открывают новые перспективы для развития электронной торговли, переосмысливая способы покупки и продажи товаров. Эти модели представляют собой важные шаги в развитии онлайн-бизнеса и, вероятно, сформируют будущее электронной торговли, делая ее более гибкой, эффективной и удобной для всех участников рынка.

Для оценки важности роли маркетплейсов и электронной торговли в современных реалиях, был проведен опрос среди 50 студентов бакалавриата и магистратуры СПбГМУ в возрасте 18-24 лет (рис. 1), в результате которого стали известны заинтересованность молодежи в онлайн-площадках, наиболее популярные и востребованные маркетплейсы, а также категории товаров, пользующиеся спросом на этих платформах.

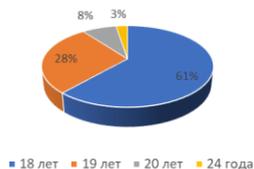


Рис. 1 Возраст опрошиваемых

Интересным фактом при проведении исследования стал способ совершения покупок. Участникам опроса были предложены следующие варианты - офлайн-магазины, онлайн-магазины (маркетплейсы) и оба варианта. Число голосов по всем вариантам оказалось примерно одинаковым: покупки, совершаемые онлайн, и предпочтение офлайн-магазинов наряду с онлайн-покупками оказались на одном уровне - по 35%, только офлайн-магазины предпочитают 30% опрошенных (рис. 2). Мы связываем такое разделение с доступностью обоих вариантов совершения покупок для студентов СПбГМУ, поскольку большинство обучающихся проживают в кампусе Университета, который расположен в спальном районе Санкт-Петербурга с хорошо развитой инфраструктурой.

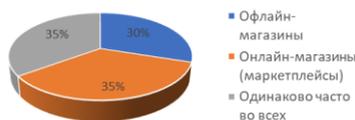


Рис. 2 Способы совершения покупок

Следующим пунктом опроса была осведомленность опрошиваемых о самых известных онлайн-платформах и сайтах, доступных для совершения покупок посредством Интернета. На рис. 3 представлены самые популярные сервисы, о которых знают молодые люди в возрасте 18-24 лет.

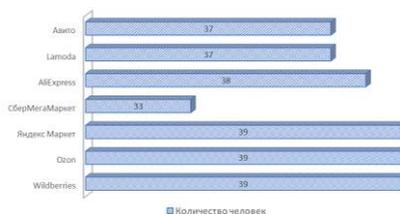


Рис. 3 Рейтинги маркетплейсов по уровню узнаваемости онлайн-сервисов

Обратимся теперь к вопросу о самых популярных среди студентов маркетплейсов. Ответы опрошенных (рис. 4) не вызвали удивления, поскольку многочисленные эксперты [3, 4, 5] традиционно называют «тройку» лидеров - Wildberries (в нашем исследовании - на первом месте: 34 респондента предпочитают совершать покупки именно на этой платформе), Ozon и Яндекс Маркет (по 30 и 11 человек соответственно).

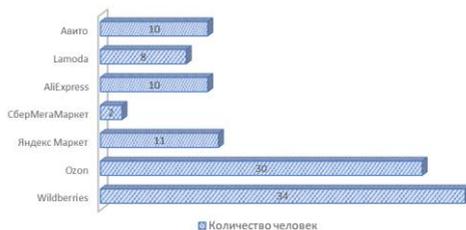


Рис. 4 Маркетплейсы, пользующиеся наибольшим спросом среди респондентов

Опрос студентов позволил нам также определить ТОП-8 категорий товаров, которые пользуются повышенным спросом среди молодежи. Рис. 5 демонстрирует небольшое расхождение с данными рейтинга продаж известных российских маркетплейсов. Так, наиболее популярными среди студентов товарными категориями являются одежда, обувь и аксессуары, в то время как аналитики Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) обращают внимание на тренд на покупки товаров для домашнего уюта. Топ-5 самых популярных товаров:

- Цифровая и бытовая техника — 24,9%
- Мебель и товары для дома — 14,6%
- Одежда и обувь — 13,8%
- Продукты питания — 9,8%
- Красота и здоровье — 7,4% [6].
-

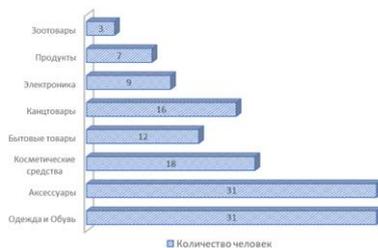


Рис. 5 Категории товаров, пользующиеся наибольшим спросом на маркетплейсах среди опрошенных

В ходе нашего исследования также выяснилось, что ключевыми факторами (рис. 6) при совершении покупок для большинства опрошенных стало удобство - получить заказ можно в пунктах, расположенных в шаговой доступности от места проживания. Кроме того, разнообразный ассортимент товаров и доступные цены также играют значительную роль при выборе товаров.



Рис. 6 Факторы, влияющие на выбор онлайн-площадки при приобретении товаров

Также, по результатам опроса было выявлено, что большинство студентов тратят на покупки в месяц в среднем до 15 тысяч рублей.

Проанализировав данные анкетирования, можно сделать вывод, что маркетплейсы и онлайн-платформы пользуются большим спросом у молодежи, так как благодаря широкому ассортименту, удобству и доступным ценам, можно найти товар практически на любой вкус. Это доказывает теорию о том, что маркетплейсы играют важную роль не только в онлайн-бизнесе, но и в жизни каждого человека, а значит их развитие пойдет на благо общества и будет оцениваться как большой вклад в электронную торговлю.

Таким образом, маркетплейсы — это не просто новые модели бизнеса, а ключевые игроки, определяющие будущее цифровой торговли и формирующие новые стандарты в онлайн-продажах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Электронная торговля – «э-торговля» (Electronic Commerce (e-commerce)). [Электронный ресурс]: - Режим доступа – <https://www.vavt.ru> (дата обращения: 01.04.24).
2. Маслевич Т. П. Управление бизнес-процессами: от теории к практике: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2022. 206 с.
3. Егоров А., Готовчиков К. Самые продаваемые товары на маркетплейсах: выбор ниши в 2024 году. [Электронный ресурс]: - Режим доступа - <https://www.moysklad.ru> (дата обращения: 05.04.24).
4. Буянов, А.С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли // Human Progress. 2022. Том 8, Вып. 3. С. 5. - Режим доступа – <http://progress-human.com>
5. Панасенко с. В., Сурай Н. М., Никишин А. Ф., Корнева Г. В. отечественные маркетплейсы: современное состояние и перспективы развития // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2022. № 2(55). с. 27–36. - Режим доступа – <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2022-2-55-27-36>.
6. АКИТ: в 2021 году объем онлайн-торговли в России вырос на 12% [Электронный ресурс]: - Режим доступа - <https://www.retail.ru> (дата обращения: 05.04.24).

УДК 004.01

Логвиненко А.А., Ботвиньева А.В.

*Научный руководитель: Черноситова Е.С., канд. техн. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

Электронный документооборот (ЭДО) является процессом обмена и хранения документов в электронной форме. Он заменяет традиционные бумажные документы и улучшает эффективность и безопасность бизнес-процессов.

Появление электронного документооборота связано с развитием информационных технологий и компьютерной сети. В начале 1990-х годов с появлением интернета и распространением электронной почты, компании стали осознавать преимущества электронного обмена документами. Это позволило сократить время и затраты на доставку бумажных документов, а также повысило точность и надежность передачи информации.[1]

С развитием технологий электронной подписи и шифрования, электронный документооборот стал более безопасным и надежным способом обмена документами. Электронная подпись позволяет доказать авторство и целостность документа, а шифрование обеспечивает защиту данных от несанкционированного доступа.

Одним из основных преимуществ электронного документооборота является его автоматизация и интеграция с бизнес-процессами. ЭДО позволяет упростить процессы создания, отправки, получения и хранения документов, а также ускорить их обработку. Кроме того, электронный документооборот улучшает контроль над документами и сокращает возможность ошибок.

С появлением электронного документооборота у компаний появилась возможность снизить бумажные издержки, оптимизировать бизнес-процессы и повысить эффективность работы. Более того, современные системы электронного документооборота позволяют с легкостью интегрироваться с другими информационными системами компании, что дополнительно повышает его эффективность.

В целом, электронный документооборот уже стал неотъемлемой частью работы многих компаний, различных отраслей и государственных организаций. Прогресс в области информационных технологий и защиты данных будет продолжать стимулировать развитие электронного документооборота, сделав его все более надежным и удобным инструментом для работы с документами.

Развитие электронного документооборота активно продолжается и приводит к появлению новых технологий и возможностей. Ниже рассмотрим некоторые из них.

Одной из важных тенденций в развитии электронного документооборота является переход к облачным технологиям. Облачные сервисы предлагают высокую степень доступности, масштабируемость и гибкость в управлении документами. Это позволяет компаниям экономить на инфраструктурных затратах, а также получить возможность работать с документами из любого места и с любого устройства.[2]

Еще одним важным аспектом развития электронного документооборота является автоматизация процессов. Машинное обучение и искусственный интеллект позволяют создавать интеллектуальные системы, которые могут автоматически классифицировать, обрабатывать и анализировать документы. Это значительно сокращает вовлечение человека в рутинные задачи и повышает точность обработки.

Кроме того, развитие электронного документооборота и связанных

с ним технологий приводит к усилению требований к безопасности. В связи с ростом количества киберугроз и утечек данных, компании все больше обращают внимание на защиту информации при обмене документами. Внедрение многоуровневых систем шифрования, механизмов аутентификации и контроля доступа становится неотъемлемой частью современных систем электронного документооборота. [3]

Помимо этого, развитие электронного документооборота активно взаимодействует с другими технологиями, такими как блокчейн. Блокчейн-технология обеспечивает децентрализацию и прозрачность процессов обмена документами, а также повышает уровень доверия между сторонами. Блокчейн также позволяет создавать уникальные и недвусмысленные идентификаторы для документов, что обеспечивает их целостность и подлинность.

В целом, развитие электронного документооборота продолжается с учетом потребностей современного бизнеса и технических возможностей. Он становится все более доступным и гибким инструментом для организации и управления документами. Ожидается, что в будущем развитие электронного документооборота будет связано с дальнейшим прогрессом в области технологий и стандартов безопасности, что позволит компаниям эффективно работать с документами и повысить свою конкурентоспособность. [4]

В качестве конкретного примера стоит рассмотреть такой отечественный ресурс электронного документооборота, как ЭЛМА 365.

ЭЛМА 365 - это современная система электронного документооборота, которая предлагает широкий спектр возможностей для автоматизации бизнес-процессов и эффективного управления документами. В этой статье рассмотрим основные преимущества и функциональные возможности ЭЛМА 365, а также способы его внедрения в организации.

Одним из ключевых преимуществ ЭЛМА 365 является его облачная архитектура. Благодаря этому, пользователи получают возможность работать с документами из любого места и с любого устройства, где есть доступ к интернету. Облачное решение также предлагает высокую степень доступности и защиты данных, так как они хранятся в надежных и безопасных центрах обработки данных.

Среди основных функциональных возможностей ЭЛМА 365 можно отметить следующие:

1. Управление документами: система предоставляет инструменты для централизованного хранения, управления и контроля документов. Все документы хранятся в едином репозитории, что обеспечивает

быстрый доступ к нужным материалам и предотвращает потерю информации.

2. Бизнес-процессы: ЭЛМА 365 позволяет автоматизировать бизнес-процессы, связанные с обработкой документов. Это включает создание электронного маршрутного листа, определение этапов выполнения заданий, уведомления и контроль выполнения. Автоматизация этих процессов значительно ускоряет их выполнение и минимизирует риск ошибок.

3. Электронная подпись: система ЭЛМА 365 позволяет использовать электронную подпись для подтверждения подлинности и целостности документов. Это повышает уровень доверия между сторонами и обеспечивает юридически значимость электронных документов.

4. Аналитика и отчетность: в ЭЛМА 365 предусмотрена возможность проведения анализа и получения отчетов по различным аспектам документооборота. Это позволяет оценить эффективность работы, выявить узкие места и принять меры по их оптимизации.

Кроме того, ЭЛМА 365 предлагает интеграцию с другими системами и сервисами, что обеспечивает еще более широкие возможности для автоматизации и оптимизации бизнес-процессов. Внедрение ЭЛМА 365 может быть осуществлено поэтапно в зависимости от потребностей и ресурсов организации. Обучение пользователей и поддержка системы также входят в процесс внедрения. [5]

В заключение, система электронного документооборота ЭЛМА 365 представляет собой современное и эффективное решение для управления документами и автоматизации бизнес-процессов. Благодаря своим функциональным возможностям и облачной архитектуре, она позволяет организациям повысить эффективность работы и снизить затраты на обработку и управление документами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Галактионова Ю.С., Курбацкая В.Н., Рогова И.О. Развитие систем электронного документооборота в России // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2015. (дата обращения: 29.04.2024)

2. Калугина Е. А. Система электронного документооборота, ее преимущества и переход на электронный документооборот // Вестник НИБ. 2019. (дата обращения: 29.04.2024)

3. Чарыев А. информационные технологии // Символ науки. 2023.

№4-2. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 25.03.2024).

4. Теслюк В.С., Черноситова Е.С. Актуальные подходы к управлению качеством на современных предприятиях // КИП и автоматика: обслуживание и ремонт. 2022. №2. С. 68-71.

УДК 338.24.01

Ломонос С.В.

*Научный руководитель: Бердникова В.Н., канд. экон. наук, доц.
Академия маркетинга и социально-информационных технологий
ИМСИТ, г. Краснодар, Россия*

МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Социальная политика является составной частью политики развития любого современного государства. Кроме этого, социальная политика занимает особое место в государственном управлении, ведь именно развитие политики отдается приоритет тому либо иному направлению.

В современной практике государственного управления проблема выбора и развития государственной социальной политики актуализируется следующим перечнем факторов:

– Экономические факторы. Они играют важную роль в формировании социальной политики. Уровень экономического развития, доходы населения, уровень безработицы и инфляции влияют на возможности государства. Так, в период экономического кризиса государство способно сократить количество социальных программ из-за ограниченных финансовых ресурсов.

– Демографические факторы. Рождаемость, смертность, миграция также сильно оказывают влияние на социальную политику. Например, с ростом рождаемости в государстве может потребоваться дополнительные социальные программы для поддержания семей с детьми.

– Законодательные и правовые основы. Данный фактор определяет права и обязанности граждан и государственных органов. Законы, правила и нормы определяют рамки и направления социальной политики [1].

Основными приоритетами социальной политики в прогнозный период должны являться:

– увеличение уровня оплаты труда отдельных категорий

работников бюджетной сферы в соответствии с указами Президента Российской Федерации, развитие и реформирование пенсионного и социального обеспечения, повышение адресности социальных выплат;

- реализация мер по стимулированию трудовой мобильности населения, по профессиональной подготовке и переподготовке кадров, созданию новых рабочих мест, отвечающих требованиям инновационной экономики. Должны также реализовываться меры, направленные на упрощение процедуры привлечения в Российскую Федерацию высококвалифицированных иностранных специалистов, либерализацию условий их пребывания и осуществления трудовой деятельности в Российской Федерации;

- развитие системы здравоохранения путем реформирования системы обязательного медицинского страхования, модернизации используемого оборудования и технологий, формирования сети современных центров высоких медицинских технологий, а также перинатальных центров, продолжения реструктуризации учреждений здравоохранения, развития стационарозамещающих медицинских технологий, использования механизмов государственно-частного партнерства в здравоохранении, увеличения доли медицинских учреждений новых организационно-правовых форм, в том числе в форме автономных учреждений;

- 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;

- продолжение политики стимулирования жилищного строительства, в первую очередь строительства комфортного жилья экономического класса и малоэтажного жилищного строительства, восстановление снизившихся в условиях кризиса темпов роста покупки жилья на условиях ипотеки.

Хочется отметить, что социальная политики в Российской Федерации тема постоянных дискуссий. С одной стороны, данная тема имеет ряд нерешенных вопросов, в которых необходимо произвести анализ, на основе которого в дальнейшем будет выстроена социальная политика. С другой стороны, государство обязано ответить на то количество вопросов, которое возникает у населения.

Социальная политика реализуется в том числе через реализацию определенных национальных проектов. Под национальным проектом принято считать определенный комплекс мероприятий, направленный на стабильное положение в определенной сфере жизнедеятельности

населения.

Под реализацией национальных проектов подразумевается комплексный подход мероприятий для достижения целей в той или иной сфере. Существует следующий перечень требований:

- обеспечения благоприятных условий жизни людей;
- их организованности;
- эффективности взаимодействия;
- удовлетворение общественного интереса.

Наиболее важным вкладом было оглашение национальных проектов «Образование», «Здравоохранение», «Жилье и городская среда».

Национальный проект в сфере здравоохранения подразумевает уменьшение показателей смертности населения трудоспособного возраста, смертности от болезней системы кровообращения, смертности от новообразований, младенческой смертности.

Национальный проект в сфере образования ставит цели обеспечения глобальной конкурентоспособности российского образования, вхождение Российской Федерации в число ведущих стран:

- по качеству общего образования;
- воспитание гармонично развитой и социально ответственной на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций;
- внедрение на уровнях основного общего и среднего общего образования новых методов обучения и воспитания, обеспечивающих освоение базовых навыков и умений.

Национальный проект в сфере жилья ставит такие цели как:

- обеспечение жильем населения со средним достатком;
- увеличение объемов жилищного строительства;
- повышение комфортности городской среды, повышение индекса качества городской среды, сокращение индексов количества городов с неблагоприятной средой [2].

В соответствии с целями национального проекта «Здравоохранение» за период с 2020 по 2024 года в борьбу с онкологическими заболеваниями в течение четырех лет было вложено 652 млрд рублей и до конца реализации нацпроекта данную сумму вырастет до 927 млрд рублей. За этот период смертность от названных заболеваний сократилась на 4,6%, а число обследованных пациентов выросла на 18,1% [3].

В соответствии с целями национального проекта «Образование» за период с 2020 по 2024 года:

- при вузах открыто 30 центров научного образования детей;

– в рамках нацпроекта в сельских школах было запущено порядка 5000 центров цифрового и гуманитарных профилей;

– в 163 консультационных центрах порядка двух миллионов родителей воспользовались услугами методической и психологической помощи;

– в рамках проекта «Патриотическое воспитание граждан РФ» выделено свыше 38 млрд рублей движения детей и молодежи «Движение первых» на проекты в сфере патриотическое воспитание [4].

По данным Правительства России в рамках нацпроекта «Жилье и городская среда» в 14 субъектах Российской Федерации к 2024 году досрочно закончили расселение жилья, признанного аварийным. За период реализации проекта было благоустроено свыше 100 тысяч общественных пространств. На цели благоустройства было направлено свыше 290 млрд рублей. Благодаря входящему в состав нацпроекта «Жилье и городская среда» федеральному проекту «Жилье» в регионах отмечается рост многоквартирного строительства [5]. Так, за 2023 год ввод жилья в России составил 86,2 млн кв. метров. Планируется, что в 2024 будет введено в общей сложности 104 млн кв. метров, то есть жилищные условия улучшат 3,7 млн семей. Всего за пять лет реализации нацпроекта было построено более 500 млн кв. метров жилья, жилищные условия улучшили порядка 22 млн семей.

Реализация национальных проектов находит позитивный отклик, очевидно, что предстоит еще немало сделать для повышения уровня благосостояния и качества жизни россиян. С этим солидарны и сами граждане: доля желающих продолжить реализацию национальных проектов в ближайшие пять лет варьируется от 72% до 98%. С учетом вышеизложенного, в ближайшие годы основной упор в социальной политике государства будет сделан на реализацию национальных проектов «Здравоохранение», «Безопасные качественные дороги», «Экология», «Образование», «Жилье и городская среда», «Модернизация транспортной инфраструктуры», «Наука и университеты».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Казанцев В. Национальные проекты в государственной стратегии России / В. Казанцев // Обозреватель. – 2007. – № 11(214). – С. 19-26.

2. Бердникова В. Н. К вопросу о проблемах обеспечения населения доступным стандартным жильем / В. Н. Бердникова // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2019. – № 1(35). – С. 17-

22.

3. Кравцова М. В. Роль национальных проектов в решении социально-экономических задач государства (на примере национального проекта «Здравоохранение») / М. В. Кравцова // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023. – № 2(170). – С. 8-13. – DOI 10.34773/EU.2023.2.2.

4. Ряховская А. Н. Национальные проекты России: проблемы, направления решения / А. Н. Ряховская, Е. М. Тарусин // Проблемы современной экономики. – 2022. – № 4(84). – С. 206-208.

5. Бердникова В. Н. Строительный бизнес в условиях новой экономической реальности: проблемы и Перспективы / В. Н. Бердникова, Ю. М. Пылаева, Э. В. Шекемова // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2022. – № 3. – С. 83-90. – DOI 10.37691/2311-5351-2022-0-3-109-118.

УДК 587.6

Лукашук А.А.

Научный руководитель: Осыченко Е.В., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ 2024 ГОДА

Современная Россия сталкивается с рядом серьезных проблем, которые затрагивают ее социально-экономическое развитие. В 2024 году некоторые из этих проблем остаются нерешенными и требуют незамедлительного внимания со стороны правительства и общества в целом. В данной статье рассмотрим несколько ключевых проблем, с которыми сталкивается Россия в области социальной и экономической сферы.

Главной проблемой респонденты по-прежнему считают инфляцию. Однако острота этой проблемы немного ослабла [1]. С большим отрывом на втором и третьем месте — проблемы, связанные с коррупцией и взяточничеством, а также комплекс проблем, связанные внешнеполитическими конфликтами, в которых участвует страна. Высока обеспокоенность повышением пенсионного возраста и общей бедностью большинства населения. Если в прошлом году на фоне начала военных действий значимость большинства проблем ослабла, то по мере привыкания к конфликту их острота снова начинает возрастать.

На фоне пожаров и ударов беспилотников продолжает расти обеспокоенность угрозой взрывов и террористических актов.

Глобализация и усиление конкуренции на мировом рынке, ухудшение экологической ситуации, изменчивость курса мировых валют, старение населения привели к обострению социально-экономических проблем в современной России. В настоящее время политика государства должна включать в себя не только усилия по изменению неблагоприятных тенденций, но и меры по адаптации к тем из них, изменить которые невозможно.

Рассмотрим основные противоречия социально-экономического развития, которые стоят перед современной Россией. Вполне естественно то, что они пересекаются, обостряют и во многом обуславливаются друг другом. Некоторые из них стоят наиболее остро и требуют скорейшего решения и незамедлительного вмешательства государства. Другие – являются следствием первых или их влияние на социально-экономическую обстановку страны не настолько сильно [2].

Первой проблемой является низкий уровень экономического роста. В последние годы Россия сталкивается с низкими темпами экономического развития, что оказывает негативное влияние на социальную сферу. Недостаточное количество инвестиций, слабая конкурентоспособность, неразвитая инфраструктура – все это препятствует развитию экономики и созданию новых рабочих мест.

Второй проблемой является неравномерное распределение доходов и социальное неравенство. В России существует большое различие в уровне доходов между богатыми и бедными слоями населения. Это приводит к социальным напряжениям и недовольству в обществе. Неравенство в доступе к образованию, здравоохранению и другим социальным благам также является серьезной проблемой, которая затрудняет социальное развитие страны.

Третьей проблемой является демографический кризис. В России наблюдается низкий уровень рождаемости и высокий уровень смертности. Это приводит к сокращению населения и старению общества. Недостаточное количество рабочей силы и увеличение доли пожилого населения оказывают негативное влияние на экономику и социальную сферу. С демографической проблемой тесно переплетается здоровье нации. Высокая смертность среди трудоспособной части населения является следствием низкого качества здоровья населения. Здоровье нации определяется уровнем и структурой заболеваемости различными болезнями, ведущими к смерти. Анализ статистических данных делает очевидным, что Россия умирает от сердечно-сосудистых заболеваний (около 30% от общего

количества смертей). Далее идут онкологические заболевания, болезни органов дыхания и пищеварения. Высокая смертность именно от этих заболеваний во многом обусловлена не только низким качеством здравоохранения, но и образом жизни, рационом питания населения [5].

Четвертой проблемой является коррупция. Коррупция является серьезным препятствием для развития экономики и социальной сферы. Недобросовестные действия чиновников и предпринимателей приводят к неравным условиям для бизнеса, оттоку инвестиций и недоверию в обществе. Борьба с коррупцией должна стать одним из приоритетов государства.

Пятой проблемой является недостаточное развитие инноваций и науки. Россия отстает от развитых стран в области научных исследований и инноваций. Недостаточное финансирование, слабая связь между наукой и бизнесом, отсутствие поддержки молодых ученых – все это препятствует развитию инновационной экономики и созданию новых технологий.

Шестой проблемой является недостаточное развитие инфраструктуры. Отсутствие современных и эффективных инфраструктурных систем, таких как дороги, транспорт и энергетика, может затруднить развитие экономики и улучшение жизни населения.

Седьмой проблемой является санкции и геополитические конфликты. Санкции, наложенные западными странами, и геополитические конфликты могут повлиять на экономическую ситуацию в России, ограничивая доступ к финансовым ресурсам и рынкам.

Восьмой проблемой является зависимость от экспорта нефти и газа. Россия остается сильно зависимой от экспорта нефти и газа, что делает ее уязвимой к колебаниям на мировых рынках и негативно влияет на разнообразие экономики.

Девятой проблемой является качество жизни населения. Это, прежде всего, достойный уровень доходов и потребления, доступность всех слоёв населения к общественным благам. В условиях затянувшегося финансового экономического кризиса, увеличения уровня безработицы, роста инфляции доходы населения падают. По данным Росстата за прошлый год расходы населения превышают его доходы, что приводит к невозможности для большей части граждан получить доступ к качественному здравоохранению, полноценному досугу и отдыху, обеспечить хорошее образование своим детям. Из данной проблемы плавно вытекают и ряд других, а именно, социально-экономическое неравенство и бедность, низкий уровень культуры

населения, культурная «маргинализация» и «примитивизация» значительной части населения.

Растущая социально-экономическая поляризация общества остаётся одной из главных социально – экономических проблем современной России. В процессе экономического развития России выросли не только доходы населения, но и разрыв между уровнями доходов богатых и бедных [3]. С одной стороны, мы наблюдаем рост устойчивых групп населения с низким уровнем жизни – пенсионеры (несмотря на проводимые индексации, средний размер пенсий на сегодняшний день в большинстве регионов сопоставим с прожиточным минимумом пенсионеров), получатели социальных выплат, многодетные семьи, часть работников бюджетной сферы. С другой стороны, большая часть доходов, ресурсов и имущества продолжает концентрироваться в руках узкой части населения – предпринимателей высшего звена, крупных политических деятелей. Средний класс, который должен стать опорой для экономики любого развитого государства, в России пока занимает слабые позиции. Подобное расслоение общества, несомненно, приводит к катаклизмам не только в социально – экономической, но и в политической сферах.

Модель поведения человека, в особенности подростка, часто является результатом влияния СМИ. Перенасыщение СМИ «отрицательными» героями, отсутствие необходимой пропаганды здорового образа жизни и семейных ценностей, неправильная расстановка приоритетов слепое поклонение «ложным» идолам приводит к «маргинализации» значительной части населения. Низкая степень цивилизованности российского социума является серьёзным препятствием для достойного образовательного – ментального развития населения, что, в свою очередь, соответствующим образом отражается на состоянии и векторах демографического и социально-экономического развития [4].

К сожалению, в современной России сохраняется пропасть между «столичными» городами и периферией. Уровень жизни, развития производительных сил, отраслей социальной сферы, инфраструктуры крупных городов и российской «глубинки» существенно различается. В результате, мы наблюдаем так называемую «внутреннюю» миграцию, отток значительной части трудоспособного населения в региональные центры из маленьких городов, что негативно сказывается на социально – экономической ситуации последних.

В заключении можно сказать, что для преодоления этих проблем необходимо уделить внимание улучшению инвестиционного климата, развитию малого и среднего бизнеса, разнообразию экономики,

сокращению коррупции, развитию человеческого капитала и инфраструктуры, а также укреплению социальной защиты и поддержки населения.

Также для решения данных проблем требует комплексного подхода и согласованных действий со стороны государства, бизнеса и общества. Необходимо усилить инвестиции в экономику, создать условия для развития предпринимательства и привлечения инноваций. Также важно провести социальную политику, направленную на уменьшение неравенства и повышение уровня жизни населения. Борьба с коррупцией и развитие науки также должны стать приоритетами государственной политики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Актуальные проблемы экономического и социального развития [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru> (дата обращения: 17.04.2024.)
2. Кочубей, Е.И. Современные проблемы экономического развития России и пути их решения // Экономика и бизнес. – 2021. – № 8 (78). – С. 93-95.
3. Казьмин, А.К. Философский принцип концепции эволюции человека // Вестник Российского Философского общества. - 2014. - № 3 (31). С. 97-105.
4. Моисеев, В.В. Экономические науки/ В.В. Моисеев// Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. – 2017. – № 6 - С. 196-202.
5. Зиновьев, А.А. Зияющие высоты. Книга первая. М.: ПИК, Независимое издательство. - 2016. – С. 318

УДК 339.94

Лукьянова М.А., Козловская Ю.А.

*Научный руководитель: Шамардина И.А., канд. экон. наук, доц.
Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь*

ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ GREENFIELD И BROWNFIELD ПРОЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На протяжении последних лет в Республике Беларусь отмечается тренд на повышение эффективности инвестиционной деятельности и инвестиционной активности со стороны прямых иностранных инвесторов. Динамика привлечения ПИИ на чистой основе в Республику Беларусь характеризуется значительным ростом объемов

притока прямых инвестиций за последние годы. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) — вложение инвестором своего капитала в предприятие другого государства в размере, позволяющем оказывать влияние на управление этим предприятием.

Поступление ПИИ в страну способствует появлению инновационных проектов, увеличению объема производства продукта и дохода, пополнению государственного бюджета и ускорению экономического роста. Поэтому необходимо уделять особое внимание привлечению иностранных инвестиций в Республику Беларусь и устранять проблемы на пути их поступления.

Прямые иностранные инвестиции выполняют следующие функции в экономике страны-реципиента:

1. активизируют инвестиционный процесс в целом;
2. способствуют наращиванию материальной базы экономики;
3. обеспечивают возможность обмена последними достижениями технологий производства, менеджмента и маркетинга, необходимыми для выхода на мировой уровень;
4. стимулируют развитие малых и средних предпринимательских форм;
5. ускоряют развитие отраслей экономики в целом и отдельных регионов страны;
6. помогают в стимулировании внедрения инноваций и ориентировании экономики на потребителя [1].

Белорусская экономика в 2023 года продолжала активно привлекать иностранный капитал в республику. Так, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост объема иностранных инвестиций на 110,6%, прямых иностранных инвестиций на чистой основе – 107,3% к уровню 2022 года [2].

В структуре прямых иностранных инвестиций наблюдается рост доли реинвестирования на 1,0 п.п., что свидетельствует о том, что иностранные инвестиции продолжают «работать» внутри страны.

Среди стран-инвесторов в Республику Беларусь по ПИИ на чистой основе лидируют такие страны как: Российская Федерация, Объединенные Арабские Эмираты и страны ЕС.

В отраслевом разрезе ПИИ на чистой основе наиболее привлекательными видами экономической деятельности для инвестирования стали: промышленность (30,1%); финансовая и страховая деятельность (22,2%); строительство (11,4%), оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей (11,1%).

Для привлечения иностранных инвесторов в Республику Беларусь следует принять ряд мер, которые включают в себя:

1. Активизация сотрудничества белорусских компаний с крупными транснациональными компаниями

2. повышение мотивации государственных служащих, ответственных за привлечение ПИИ в Республику Беларусь. Целесообразно предусмотреть возможность предоставления комиссионных вознаграждений (процент от суммы вложенных инвестиций) в случае успешной реализации инвестиционного проекта с ПИИ. Это касается, прежде всего, случаев с привлечением гринфилд-инвестиций

3. расширение процессов приватизации государственного имущества. В данном случае важным аспектом при приватизации является сокращение перечня различных дополнительных условий, которые зачастую должны выполнить потенциальные инвесторы и покупатели государственной собственности (сохранение профиля работы предприятия, рабочих мест, содержание объектов социальной инфраструктуры, поддержание существующих объемов производства, капиталовложений и т.д.)

4. упрощение доступа к кредитованию, что предусматривает снижение процентных ставок по кредитам на внутреннем финансовом рынке для предприятий, расширение спектра кредитных продуктов путем использования в практике кредитования более гибких финансовых инструментов, разработка специальных программ кредитования малого предпринимательства [3].

Инвестиции в активы другой страны помогает международным компаниям расширить влияние и вес в своей нише. В этом плане интересен белорусский рынок, где имеется серьезный потенциал для greenfield и brownfield инвестиций.

Рассмотрим подробно термины greenfield и brownfield проекты. Гринфилд-инвестиции – это самая желаемая форма ПИИ для стран-реципиентов, поскольку представляет собой новое производство, в особенности, если оно создается в новых нишах и интегрируется с национальными компаниями посредством экономических связей.

К отличительным чертам Greenfield-проектов относятся:

1. нужно развивать с нуля;
2. инвестор получает пустой участок для строительства;
3. гибкость проектирования;
4. фактические затраты на строительство могут оказаться выше расчетных [4].

К наиболее крупным гринфилд-проектам в Республике Беларусь можно отнести строительство завода горячего цинкования в Витебской

области. Объем инвестиций оценивается в 7,7 млн долл, срок окупаемости — 3,48 лет [5].

Brownfield-проекты отличаются тем, что участки, которые ранее были в промышленном использовании начинают использоваться под новые проекты, а также незапланированной статьей расходов может оказаться капитальный ремонт либо переоборудование.

В качестве примера можно привести строительство комплекса по производству полиэфирной продукции на базе ОАО «Могилевхимволокно». Объем инвестиций оценивается от 282 млн долл до 250 млн евро, срок окупаемости — 12,4 лет [5].

При вовлечении иностранных инвестиций в экономику государства необходимо стремиться к согласованному включению их в общий инвестиционный процесс, чтобы обеспечить эффективное взаимодействие с внутренними инвестициями и производственным потенциалом страны. Важным аспектом достижения этой цели является разработка и реализация инвестиционной политики, которая направлена на оптимизацию производства для удовлетворения потребностей населения, с учетом минимального воздействия на природные ресурсы. Также важно учитывать как внутренние, так и внешние источники финансирования для успешной реализации гринфилд проектов, которые могут способствовать развитию экономики и созданию новых рабочих мест.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Трейтьякова, Е. В. Прямые иностранные инвестиции: оценка привлечения в Республику Беларусь; Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого. – Республика Беларусь, 2017. – 3 с. – Текст: непосредственный.

2. Шамардина И. А. Туризм и «зеленые» инвестиции / З. М. Горбылева, И. А. Шамардина // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: Матер. XVI Международ. науч.-практ. конф., (г. Минск, 19 мая 2023 г.). – Минск: ГУ «БелИса», 2023 – с.174-176.

3. Национальное агенство инвестиций и приватизации: сайт – Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь до 2035 года – URL: <https://investinbelarus.by> (дата обращения: 11.05.2024). – Текст: электронный.

4. Дорожная карта инвестора: сайт – Гринфилд и браунфилд инвестиции в Беларусь – URL: <https://map.investinbelarus.by> (дата обращения: 11.05.2024). – Текст: электронный.

5. Новости бизнеса Прайм Пресс: сайт – В Беларуси определены 10 наиболее привлекательных проектов для инвестиций – URL: <https://primepress.by> (дата обращения: 11.05.2024). – Текст: электронный.

6. Министерство экономики республики Беларусь: сайт – Результаты инвестиционной деятельности – URL: <https://economy.gov.by/ru> (дата обращения: 11.05.2024). – Текст: электронный.

УДК 339.138

Лысенко А.С.

*Научный руководитель: Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КОМПАНИЙ КАК ИСТОЧНИК КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Принцип ориентации на потребностях клиентов стоит в центре маркетинговой стратегии как важнейший аспект ориентации на рыночные потребности, а также как ключевой компонент, влияющий на успех предприятия.

В современной России, где борьба за внимание покупателей достигло невиданных размеров, бизнесы вынуждены переосмысливать свои методы работы, внедряя передовые подходы для завоевания и удержания внимания целевой аудитории. Особенно трудно на практике придерживаться клиентоориентированной стратегии в период экономических колебаний, когда фирмы вынуждены строго контролировать затраты и оптимизировать свои процессы, чтобы не потерять свою позицию на рынке.

В последние годы ряд неблагоприятных обстоятельств оказал решающее воздействие на работу компаний. Особенно стоит отметить экономический кризис, спровоцированный глобальной эпидемией COVID-19, охватившей мир в 2019-2020 годах, и последующие экономические санкции, введенные западными странами в 2022 году. Эти события затронули все аспекты бизнеса, уменьшив спрос на товары и услуги, что привело к сокращению производства и ухудшению общих экономических показателей. К окончанию 2022 года обстановка начала нормализовываться. В таких обстоятельствах ключевым аспектом стало сохранение и развитие конкурентных преимуществ и укрепление доверия клиентов. Предприятия акцентировали внимание на

ориентированности на клиента, стремясь увеличить спрос на свои товары и услуги, повысить привлекательность и лояльность, обеспечив высокий уровень удовлетворения потребностей каждого покупателя [5].

В современной экономической литературе термин «клиентоориентированность» активно обсуждается как на уровне отдельного бизнеса, так и в контексте глобальной экономики. Несмотря на его практическую важность, единообразное академическое определение этого понятия отсутствует. Каждый бизнес формулирует клиентоориентированность по-своему, часто связывая ее с качественным руководством, уникальным уровнем обслуживания, инновационным подходом или же улучшением клиентского сервиса.

Клиентоориентированность в общем виде – это стратегия коммерческой деятельности, в которой главной ценностью объявляются сами клиенты. Проще говоря, клиентоориентированность – это глубокие исследования и способность удовлетворять клиентов с помощью оптимальных или нестандартных решений.

В 21 веке клиентоориентированность означает гораздо большее, чем просто выгодное удовлетворение потребностей посредством разработки комплекса маркетинга. Компании начинают понимать, что основой устойчивого роста является прибыльная лояльность клиентов.

Современный бизнес постоянно адаптируется под новые маркетинговые стратегии, которые формируются в ответ на вызовы, выдвигаемые изменениями в экономической, социальной и технологической сферах. Эти стратегии направлены на удовлетворение потребностей и интересов клиентов.

Например, эра цифровых технологий и мобильной связи раскрывает перед маркетинговыми стратегиями новые перспективы, основанные на сетевом взаимодействии и глобальном обмене информацией и знаниями. Интернет – это бесконечный источник данных о деятельности в сети, электронной коммерции, взаимодействии между информационными потоками и решениями потребителей, а также прочих элементах поведения пользователей [6].

Транспортные организации активно внедряют клиентоориентированный подход, адаптируя свои сервисы под индивидуальные потребности путешественников, активно используя возможности социальных сетей и приложений для смартфонов. Современные технологии кардинально преобразили методы работы крупнейших авиаперевозчиков, улучшая взаимодействие с клиентами на всех этапах пути. Эксперты уверены, что в скором времени более 90% авиакомпаний будут предлагать такие услуги. Большинство перевозчиков уже позволяют покупать билеты, регистрироваться на

рейсы, получать информацию о полётах и находить утерянный багаж через мобильные приложения, а также принимать обратную связь от пассажиров через эти же каналы. Внедрение мобильных приложений позволяет авиакомпаниям повышать уровень сервиса, сокращать затраты и увеличивать доходы. Инвестиции в мобильные сервисы для пассажиров становятся ключевым направлением для авиаперевозчиков. Исследования SITA показывают, что только небольшая часть авиакомпаний игнорирует присутствие в соцсетях. Примерно 60% авиаперевозчиков признают, что социальные сети могут способствовать росту продаж, в то время как 40% уже активно используют их для маркетинговых акций и общения с клиентами.

Умение понять и удовлетворить потребности клиентов является основой для достижения успеха компаний, которые ставят потребителей в центр своих интересов. В качестве примера, можно привести роскошные ювелирные лавки Европы, где персонал говорит на нескольких языках, что значительно облегчает покупательскую процедуру. Конкурентное преимущество компании в рамках определённой сферы деятельности или по определённым характеристикам, в сравнении с другими участниками рынка, определяется как её уникальная сильная сторона [3].

Конкурентоспособность в широком смысле определяется как набор характеристик, особенностей и качеств продукции или услуг, которые выделяют ее на фоне аналогичных на рынке, гарантируют необходимый уровень удовлетворения потребностей потребителей и поддерживают оптимальные затраты на производство, функционирование и продажу [1].

В условиях конкурентной борьбы, когда несколько компаний конкурируют между собой, предлагая однотипные товары или услуги, каждая стремится увеличить свою прибыль, удовлетворяя запросы клиентов через свой продукт или сервис. Ключевые аспекты, которые дают компаниям конкурентные преимущества, включают:

- улучшение производственных процессов;
- оптимизацию управления персоналом;
- развитие маркетинговой стратегии и коммуникаций;
- инновации в сфере информационных технологий;
- улучшение уровня сервиса и послепродажного обслуживания [2].

Конкуренция также приносит предприятиям ряд важных выгод:

- эффективное распределение ресурсов;
- увеличение производительности работы;
- создание уникальных или инновационных продуктов [4].

Также стоит подчеркнуть, что конкуренция побуждает компании искать новые рынки для своих товаров и услуги, расширяя ассортимент, что укрепляет их позиции в бизнесе и дает покупателям больше вариантов выбора. В связи с этим, компании вынуждены не только улучшать свои внутренние процессы, но и интенсивно уделять внимание маркетинговым исследованиям, чтобы лучше понять потребности аудитории и быстро реагировать на колебания спроса.

Следует подчеркнуть, что конкурентные преимущества не являются неизменными – они могут быть достигнуты и сохранены только через постоянную модернизацию всех аспектов бизнеса, что, безусловно, требует значительных усилий и финансовых вложений [7].

Конкуренция служит движущей силой для прогресса компании, побуждая её руководство искать пути улучшения производственных процессов или собственной деятельности, оптимизации бизнес-процессов, расширения продуктовых линий, внедрения инноваций, все для увеличения своих конкурентных преимуществ.

Таким образом, ключевым фактором, обеспечивающим успешное соперничество компании на рынке, является ориентация на клиента. Это включает в себя стремление удовлетворять запросы и потребности потребителей, предоставлять высококачественные услуги и сервис, что способствует повышению их преданности марке. Благодаря такому подходу клиенты находят то, что ищут, а компании, в свою очередь, получают желаемую прибыль. Правильно выбранная стратегия клиентоориентированности позволяет компании выйти на передовые позиции в борьбе за покупателя, улучшить результаты своей работы и укрепить финансовое положение.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Жгунова, П.А. Повышение конкурентоспособности компаний на основе логистического подхода / П.А. Жгунова // Рязанский государственный радиотехнический университет. – 2019. – С. 152-154
2. Казакова, Н.А. Современный стратегический анализ: учебники практикум для магистратуры / Н.А. Казакова. – 2-е издание, переработано и дополнено – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 386 с.
3. Мордасова, Е. В. Как стать клиентоориентированной компанией / Е. В. Мордасова, М. А. Папикян. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 4 (242). — С. 241-244. — URL: <https://moluch.ru> (дата обращения: 10.04.2024).

4. Олькова М.А. Конкурентоспособность как объект управления / М.А. Олькова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 8. – С. 57-59.

5. Яшина О.В. Клиентоориентированность корпорации как вызов времени / О.В Яшина, Г.А Резник // Проблемы современной экономики, - 2013 - №2 – С. 7-9.

6. Щетинина, Е. Д. Концепция инновационного партнерства как способ повышения конкурентоспособности экономических систем / Е. Д. Щетинина // Белгородский экономический вестник. - 2012. - N 2. - С. 44-47.

7. Щетинина, Е.Д. Стратегическая диагностика конкурентных преимуществ промышленного предприятия в новых условиях / Е.Д. Щетинина, А.А. Рудычев, С.К. Кочина // Белгородский экономический вестник - 2023. - N 1. - С. 52-54.

УДК 339.138

Лысенко А.С.

*Научный руководитель: Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КОМПАНИЙ КАК ИСТОЧНИК КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Принцип ориентации на потребностях клиентов стоит в центре маркетинговой стратегии как важнейший аспект ориентации на рыночные потребности, а также как ключевой компонент, влияющий на успех предприятия.

В современной России, где борьба за внимание покупателей достигло невиданных размеров, бизнесы вынуждены переосмысливать свои методы работы, внедряя передовые подходы для завоевания и удержания внимания целевой аудитории. Особенно трудно на практике придерживаться клиентоориентированной стратегии в период экономических колебаний, когда фирмы вынуждены строго контролировать затраты и оптимизировать свои процессы, чтобы не потерять свою позицию на рынке.

В последние годы ряд неблагоприятных обстоятельств оказал решающее воздействие на работу компаний. Особенно стоит отметить экономический кризис, спровоцированный глобальной эпидемией COVID-19, охватившей мир в 2019-2020 годах, и последующие экономические санкции, введенные западными странами в 2022 году.

Эти события затронули все аспекты бизнеса, уменьшив спрос на товары и услуги, что привело к сокращению производства и ухудшению общих экономических показателей. К окончанию 2022 года обстановка начала нормализовываться. В таких обстоятельствах ключевым аспектом стало сохранение и развитие конкурентных преимуществ и укрепление доверия клиентов. Предприятия акцентировали внимание на ориентированности на клиента, стремясь увеличить спрос на свои товары и услуги, повысить привлекательность и лояльность, обеспечив высокий уровень удовлетворения потребностей каждого покупателя [5].

В современной экономической литературе термин «клиентоориентированность» активно обсуждается как на уровне отдельного бизнеса, так и в контексте глобальной экономики. Несмотря на его практическую важность, единообразное академическое определение этого понятия отсутствует. Каждый бизнес формулирует клиентоориентированность по-своему, часто связывая ее с качественным руководством, уникальным уровнем обслуживания, инновационным подходом или же улучшением клиентского сервиса.

Клиентоориентированность в общем виде – это стратегия коммерческой деятельности, в которой главной ценностью объявляются сами клиенты. Проще говоря, клиентоориентированность – это глубокие исследования и способность удовлетворять клиентов с помощью оптимальных или нестандартных решений.

В 21 веке клиентоориентированность означает гораздо большее, чем просто выгодное удовлетворение потребностей посредством разработки комплекса маркетинга. Компании начинают понимать, что основой устойчивого роста является прибыльная лояльность клиентов.

Современный бизнес постоянно адаптируется под новые маркетинговые стратегии, которые формируются в ответ на вызовы, выдвигаемые изменениями в экономической, социальной и технологической сферах. Эти стратегии направлены на удовлетворение потребностей и интересов клиентов.

Например, эра цифровых технологий и мобильной связи раскрывает перед маркетинговыми стратегиями новые перспективы, основанные на сетевом взаимодействии и глобальном обмене информацией и знаниями. Интернет – это бесконечный источник данных о деятельности в сети, электронной коммерции, взаимодействии между информационными потоками и решениями потребителей, а также прочих элементах поведения пользователей [6].

Транспортные организации активно внедряют клиентоориентированный подход, адаптируя свои сервисы под индивидуальные потребности путешественников, активно используя

возможности социальных сетей и приложений для смартфонов. Современные технологии кардинально преобразили методы работы крупнейших авиаперевозчиков, улучшая взаимодействие с клиентами на всех этапах пути. Эксперты уверены, что в скором времени более 90% авиакомпаний будут предлагать такие услуги. Большинство перевозчиков уже позволяют покупать билеты, регистрироваться на рейсы, получать информацию о полётах и находить утерянный багаж через мобильные приложения, а также принимать обратную связь от пассажиров через эти же каналы. Внедрение мобильных приложений позволяет авиакомпаниям повышать уровень сервиса, сокращать затраты и увеличивать доходы. Инвестиции в мобильные сервисы для пассажиров становятся ключевым направлением для авиаперевозчиков. Исследования SITA показывают, что только небольшая часть авиакомпаний игнорирует присутствие в соцсетях. Примерно 60% авиаперевозчиков признают, что социальные сети могут способствовать росту продаж, в то время как 40% уже активно используют их для маркетинговых акций и общения с клиентами.

Умение понять и удовлетворить потребности клиентов является основой для достижения успеха компаний, которые ставят потребителей в центр своих интересов. В качестве примера, можно привести роскошные ювелирные лавки Европы, где персонал говорит на нескольких языках, что значительно облегчает покупательскую процедуру. Конкурентное преимущество компании в рамках определённой сферы деятельности или по определённым характеристикам, в сравнении с другими участниками рынка, определяется как её уникальная сильная сторона [3].

Конкурентоспособность в широком смысле определяется как набор характеристик, особенностей и качеств продукции или услуг, которые выделяют ее на фоне аналогичных на рынке, гарантируют необходимый уровень удовлетворения потребностей потребителей и поддерживают оптимальные затраты на производство, функционирование и продажу [1].

В условиях конкурентной борьбы, когда несколько компаний конкурируют между собой, предлагая однотипные товары или услуги, каждая стремится увеличить свою прибыль, удовлетворяя запросы клиентов через свой продукт или сервис. Ключевые аспекты, которые дают компаниям конкурентные преимущества, включают:

- улучшение производственных процессов;
- оптимизацию управления персоналом;
- развитие маркетинговой стратегии и коммуникаций;
- инновации в сфере информационных технологий;

- улучшение уровня сервиса и послепродажного обслуживания [2].
- Конкуренция также приносит предприятиям ряд важных выгод:
- эффективное распределение ресурсов;
- увеличение производительности работы;
- создание уникальных или инновационных продуктов [4].

Также стоит подчеркнуть, что конкуренция побуждает компании искать новые рынки для своих товаров и услуги, расширяя ассортимент, что укрепляет их позиции в бизнесе и дает покупателям больше вариантов выбора. В связи с этим, компании вынуждены не только улучшать свои внутренние процессы, но и интенсивно уделять внимание маркетинговым исследованиям, чтобы лучше понять потребности аудитории и быстро реагировать на колебания спроса.

Следует подчеркнуть, что конкурентные преимущества не являются неизменными – они могут быть достигнуты и сохранены только через постоянную модернизацию всех аспектов бизнеса, что, безусловно, требует значительных усилий и финансовых вложений [7].

Конкуренция служит движущей силой для прогресса компании, побуждая её руководство искать пути улучшения производственных процессов или собственной деятельности, оптимизации бизнес-процессов, расширения продуктовых линий, внедрения инноваций, все для увеличения своих конкурентных преимуществ.

Таким образом, ключевым фактором, обеспечивающим успешное соперничество компании на рынке, является ориентация на клиента. Это включает в себя стремление удовлетворять запросы и потребности потребителей, предоставлять высококачественные услуги и сервис, что способствует повышению их преданности марке. Благодаря такому подходу клиенты находят то, что ищут, а компании, в свою очередь, получают желаемую прибыль. Правильно выбранная стратегия клиентоориентированности позволяет компании выйти на передовые позиции в борьбе за покупателя, улучшить результаты своей работы и укрепить финансовое положение.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Жгунова, П.А. Повышение конкурентоспособности компаний на основе логистического подхода / П.А. Жгунова // Рязанский государственный радиотехнический университет. – 2019. – С. 152-154
2. Казакова, Н.А. Современный стратегический анализ: учебники практикум для магистратуры / Н.А. Казакова. – 2-е издание, переработано и дополнено – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 386 с.

3. Мордасова, Е. В. Как стать клиентоориентированной компанией / Е. В. Мордасова, М. А. Папикян. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 4 (242). — С. 241-244. — URL: <https://moluch.ru> (дата обращения: 10.04.2024).

4. Олькова М.А. Конкурентоспособность как объект управления / М.А. Олькова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 8. – С. 57-59.

5. Яшина О.В. Клиентоориентированность корпорации как вызов времени / О.В Яшина, Г.А Резник // Проблемы современной экономики, - 2013 - №2 – С. 7-9.

6. Щетинина, Е. Д. Концепция инновационного партнерства как способ повышения конкурентоспособности экономических систем / Е. Д. Щетинина // Белгородский экономический вестник. - 2012. - N 2. - С. 44-47.

7. Щетинина, Е.Д. Стратегическая диагностика конкурентных преимуществ промышленного предприятия в новых условиях / Е.Д. Щетинина, А.А. Рудычев, С.К. Кочина // Белгородский экономический вестник - 2023. - N 1. - С. 52-54.

УДК 37.01

Мазур Н.Е.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Инновации в сфере образования – важное условие его прогресса с учетом изменчивых требований общества. Однако имеются «две стороны медали». Первая – сохранение устоявшихся ценностей. С другой стороны, – важно создание нового фундамента, т.е отказ от старых моделей образования, не соответствующих новым реалиям.

Однако, те изменения, которые происходят в повседневной жизни, требуют усовершенствования подхода к образовательным программам и технологиям.

Сама по себе сфера образования является одной из важнейших в области инноваций, поскольку от ее функционирования зависят другие сегменты инновационного рынка.

На примере организаций можем в этом убедиться. Организация, осуществляющая инновационную деятельность, в свою основу закладывает умения, знания и опыт всех работников. И чем быстрее и

эффективнее переqualифицируется на новый уровень сотрудник, тем более конкурентоспособным становится предприятие, и тем большую прибыль получит эта компания [1].

Преимуществом инновационной сферы в образовании является то, что оно позволяет обучаться и получать знания человеку на всем жизненном пути [2].. Соответственно, устаревшие профессии будут заменены на более востребованные, вследствие чего уровень безработицы не будет расти.

Система инноваций состоит из:

1) Производственных инноваций, которые включают в себя технологические и программные преобразования;

2) Управленческих инноваций, включающие в себя социально-экономические и организационные преобразования.

С учетом применений современных технологий в сфере образования возникают существенные изменения в деятельности преподавателя, а также в его функциях, роли и методах обучения. Как итог – повышение влияния и распространения управленческих инноваций в области образования [3]..

Создание новых механизмов финансирования образования осуществляется под воздействием инновационного процесса в области образования.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что инновации должны охватывать все составляющие системы образования. Тем самым, образование играет главную роль в создании экономических инноваций.

Сущность высшего образования в современной экономике проявляется посредством двух форм:

1) социальная;

2) частных благ.

Социальная форма представлена уровнем образования населения в целом, а частные блага - это потенциальные высококвалифицированные кадры на предприятиях [4].

Трансформационные процессы в современной экономике создали проблемы в области подготовки кадров для хозяйствующих субъектов.

Одной из важнейших проблем является потребность в разработке и внедрении в университеты новой структурной модели подготовки специалистов, которая базируется на использовании усовершенствованных принципов и подходов. Главным преимуществом данной модели является ее восприимчивость к изменению потребностей работодателя, таким образом, повышается роль инноваций в сфере высшего образования [5].

Образовательные инновации в ведущих вузах составляют некую систему, которая ориентирована на качество подготовки будущих специалистов [6]. Долгосрочная эффективная работа компаний обеспечивается путем соответствия умений и профессиональных возможностей сотрудников ее перспективным нуждам.

Исходя из данной концепции, можно сделать вывод о тесной связи ВУЗа и предприятия. Она основывается на возможности ВУЗа давать профессиональную подготовку выпускникам в соответствии с нуждами предприятий, а они, в свою очередь, вести деятельность на максимально эффективном уровне.

Таким образом, система высшего образования должна уделять первоочередное внимание инновационным преобразованиям в целях развития общества, но при этом быстро реагировать на изменения, происходящие непосредственно в этом обществе. В таком случае высшее образование будет идти «в ногу с временем», тем самым оставаясь актуальным в перспективе.

Данные условия способствуют экономическому росту, поскольку у каждого выпускника будет уверенность в востребованности своей профессии, уровень безработицы будет падать, соответственно благосостояние общества вырастет.

Перспективы развития высшего образования в РФ определяются уровнем и характером осуществляемых в вузах изменений, которые охватывают научно – образовательные и инновационные комплексы. Они позволяют организовать структуры в системе инноваций, что позволит развить и ввести в использование новшества, которые охватывают все сферы жизни общества.

Подводя итог, можно сказать о том, что инновационные преобразования системы образования будут способствовать значительному прогрессу социально - экономической сферы посредством получения и последующего применения актуальных и необходимых компетенций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Андрейчиков, А. В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях: системный анализ и принятие решений / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М. : Вуз. учебник : ИНФРА-М, 2013. – 394 с.
2. Артюшина, Е. В. Исследование прогнозного новшества на наличие стратегического соответствия в диверсифицированной организации / Е. В. Артюшина // Менеджмент в России и за рубежом :

журнал. – 2013. – № 2. – С. 48-53

3. Долженко, Р. А. Инновации в системе управления персоналом организации / Р. А. Долженко ; развитие персонала // АГАУ. Вестник Алтайского аграрного университета. – 2013. – № 1. – С. 149-153.

4. Зинов В.Г. Инновационная деятельность как процесс воспроизводства знаний // Менеджмент инноваций: Кадровое обеспечение. – М.: Дело, 2009.

5. Сомина И.В. Трансформация рынка труда в условиях цифровизации и внедрения инноваций // Белгородский экономический вестник. – 2021. - № 2. – С. 24 - 29.

6. Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления. – М., 2007.

УДК 338.24

Макаренко М.А.

*Научный руководитель: Зарипова Д.А., д-р экон. наук, проф.
Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Национальная экономика – это сложная система государственного воспроизводства, объединяющая отрасли, виды и формы труда, сформировавшиеся в результате долгой исторической эволюции. Ее особенности определяются историческими, культурными, географическими и международными факторами страны.

Национальная экономика включает материальное и нематериальное производство, а также непроектируемую сферу. Государственное регулирование национальной экономики изучается как научная экономическая дисциплина, направленная на обеспечение ее эффективного развития в условиях конкуренции.

Государственное вмешательство в экономику обусловлено несколькими причинами:

1. Рыночные провалы: рыночная система иногда не может обеспечить удовлетворение потребностей граждан из-за их низких доходов.

2. Потребность в некоммерческих товарах и услугах: государство должно предоставлять услуги, которые не могут быть коммерциализованы, например, услуги спасателей или пожарных.

3. Отрицательные последствия конкуренции: свободная конкуренция может привести к негативным последствиям, таким как монополизация, поэтому необходимо госрегулирование.

4. Отрицательные последствия деятельности фирм: государство должно контролировать качество товаров и уровень воздействия фирм на окружающую среду.

5. Воспроизводство ресурсов: государство должно обеспечить сбалансированное использование ресурсов и их воспроизводство.

6. Дифференциация доходов: государство должно контролировать неравенство доходов, чтобы поддерживать социальный климат и мотивацию к труду [1].

Рыночная экономика, хоть и важный механизм, но не может полностью обеспечить потребности общества, такие как обеспеченность страны рабочими местами, защита окружающей среды и справедливое распределение доходов. Государство играет ключевую роль в решении этих проблем. Оно реагирует на кризисные ситуации и создает благоприятную законодательную среду для развития экономики и защиты прав граждан.

Предприниматели могут рассматривать вмешательство государства как препятствие для своей деятельности. Поэтому государство должно учитывать интересы различных групп при разработке политики, предоставляя предпринимателям достаточную свободу для эффективного развития. Инвестиции предпринимателей часто направлены на проекты, приносящие максимальную выгоду, но не всегда соответствующие интересам общества. Развитие отраслей экономики зависит от действий государства.

Государственное регулирование экономики также необходимо для решения социально-экономических проблем. В данном контексте государство обеспечивает адаптацию к изменяющимся условиям, разработку законодательных и контрольных мер, поддержку научно-технического прогресса и достойную жизнь граждан [2].

Методами, применяемыми государством для регулирования экономики, являются административные и экономические методы.

Административные методы регулирования экономики могут включать в себя запреты, разрешения и принуждение.

Запрет. Власти могут запретить строительство новых предприятий или импорт определенных товаров без введения дополнительных налогов или штрафов. Например, они могут прекратить выдачу разрешений на промышленное строительство или запретить иностранным лицам владеть землей.

Разрешение. Правительство может разрешить использование определенных территорий или объектов для новых целей. Например, разрешение использовать военно-морскую базу для создания торгового порта или государственный национальный парк для туризма и охоты.

Принуждение. Государственные органы могут обязать компании использовать определенные технологии или предоставлять социальные услуги для работников. Это может включать обязательство устанавливать очистные сооружения, предоставлять услуги социального обеспечения и организовывать профессиональное обучение [3].

Моральное убеждение как средство государственного регулирования экономики основывается на авторитете правительства и справедливости его заявлений. Оно успешно, когда интересы собственников капитала и населения совпадают с целями правительства.

1. Государственные программы направляют деятельность хозяйственных субъектов в соответствии с целями государственного регулирования. Они воздействуют на поведение хозяйственных субъектов и являются формой морального убеждения.

2. Правительство обращается с призывами к юридическим лицам соблюдать правила в общегосударственных интересах.

3. Моральное убеждение применяется в социальной, культурной и экономической политике. Призывы авторитетных государственных лидеров часто оказываются эффективными.

4. Местные органы власти могут использовать моральное убеждение, приглашая в свои регионы инвесторов, туристов и других участников экономических отношений. Средства массовой информации также играют важную роль в поддержке или оппозиции политике правительства.

Моральное убеждение применяется во внешнеэкономической политике, например, правительство может призывать отечественных импортеров временно сократить закупки за рубежом, вместо введения ограничений на ввоз иностранных товаров.

Добровольные соглашения заключаются между государственными органами и союзами, фирмами или банками для стабилизации социально-экономического положения или решения конкретных проблем.

Экономические методы включают обязательства, принимаемые из-за материальной выгоды или опасений. Эти методы подразделяются на прямое и косвенное регулирование [3].

Прямое участие государства в экономике проявляется через государствление, когда оно регулирует рыночные отношения, например, участвуя в смешанной рыночной экономике как один из участников.

Косвенное влияние характеризуется воздействием государства на экономику через различные экономические методы. Основными из них являются бюджетные и кредитные меры [4].

В условиях глобализации связи между странами становятся теснее, и мировая экономика оказывает влияние на национальные порядки. Государство играет все более важную роль в регулировании экономических отношений, вмешиваясь для того чтобы обеспечить экономическую, продовольственную и военную безопасности, а также социальную стабильность.

В современных условиях государство и бизнес взаимозависимы: бизнес нуждается в участии государства для стабильного развития, а государство рассматривает бизнес как партнера в улучшении общественной жизни и развитии экономики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кулик, Н. А. Государственное регулирование экономики : учебное пособие / Н. А. Кулик, В. М. Федоров. — Омск : ОмГТУ, 2022. — 128 с. — ISBN 978-5-8149-3566-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.

2. Мезяева, Ю. С. Необходимость государственного регулирования экономики / Ю. С. Мезяева, М. В. Лашёнова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 21 (416). — С. 320-322.

3. Еременко, Н. В. Государственное регулирование экономики : учебное пособие / Н. В. Еременко, С. И. Луговской, Е. А. Шевченко, О. В. Жданова. — Ставрополь : СтГАУ, 2021. — 96 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.

4. Романенко, Е. В. Государственное регулирование национальной экономики : учебное пособие / Е. В. Романенко. — Омск : СибАДИ, 2023. — 135 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.

УДК: 658 (075)

Малыхина А.Ю.

*Научный руководитель: Сероштан М.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Современная экономическая ситуация в мире, внутренние и внешнее положение России требует повышение уровня экономической безопасности экономических субъектов и совершенствование ее нормативно-правового обеспечения.

Имеющиеся проблемы в обеспечении экономической безопасности в нашей стране связаны в первую очередь, с внешними угрозами и необходимостью адаптации к ним, усилением конкуренции на глобальном рынке, беспрецедентными экономическими санкциями.

Особенно актуально данный вопрос проявляется для предпринимателей страны, потому что «от развития субъектов предпринимательства зависит развитие отраслей промышленности, как следствие регионов и в целом национальной экономики». Повышение уровня экономической безопасности - первостепенная стратегическая задача, которая находится в центре государственной экономической политики [4; 5].

Под экономической безопасностью предприятия понимается «состояние наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия в настоящее время и в будущем» [1].

Одним из главных факторов обеспечения экономической безопасности выступает ее нормативно-правовое обеспечение.

Нормативно-правовое обеспечение государственного регулирования экономической безопасности предприятий осуществляется по следующим направлениям [1]:

- обеспечение легитимности коммерческой деятельности;
- защита экономической конкуренции;
- регулирование финансового рынка;
- финансовая поддержка в форме государственных гарантий;
- формирование и развитие инфраструктуры;
- формирование системы налогообложения;
- проведение инвестиционной политики;

- регулирование инновационных процессов.

Нормативно-правовая база экономической безопасности предприятия является сложной и многогранной. С одной стороны, она является иерархичной, с другой – многоаспектной. Вместе с тем, анализ литературы показал, что можно выделить ее уровни в зависимости от уровня управления (рис. 1).

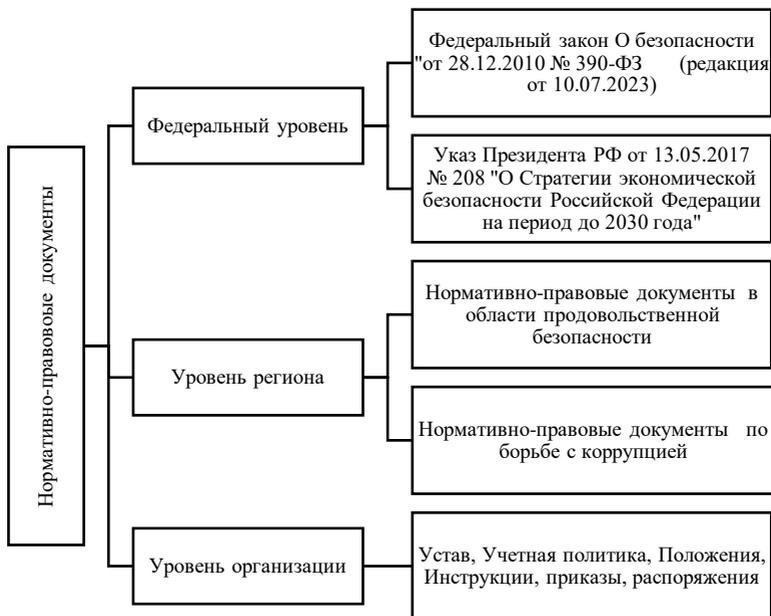


Рис. 1 - Уровни нормативно-правовых документов, регулирующих вопросы экономической безопасности

Важно также обратить внимание, что имеется целый комплекс нормативно-правовых актов, которые регулируют финансово-хозяйственную деятельность предприятий. Среди них следует выделить следующие: ГК РФ, НК РФ, Таможенный кодекс РФ, ТК РФ, Земельный кодекс РФ, Федеральный закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [9], Федеральный закон от 17.08.1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях» [8], Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [12], Федеральный закон от 26.02.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».

Также имеются нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятий в различных сферах. Например, Федеральный закон от 02.01.2000г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» [10].

Однако, следует отметить, что важно, чтобы в деятельности предприятий нормативно-правовые документы, в том числе, перечисленные, строго выполнялись.

Отталкиваясь от практического опыта, одной из составляющих экономической безопасности предприятия является обеспечение «прозрачности» деятельности. Вместе с тем, как показывают результаты исследования многих авторов, необходимо совершенствование нормативно-правового обеспечения экономической безопасности и в данном направлении.

Так, на повестке дня формирование учетно-аналитической системы расходов, обеспечивающей информационную достаточность при разработке, принятии и реализации управленческих решений, способствующих устойчивому развитию хозяйствующих субъектов и повышению их экономической безопасности в условиях неопределенной конкурентной среды и беспрецедентных экономических санкций [3; 6].

Имеется также необходимость систематизации законодательства применительно к малому бизнесу с учетом его особенностей.

Не стоит забывать и о гарантиях. В данном случае, речь идет, с одной стороны, о развитии системы государственной поддержки. С другой стороны, о государственном регулировании с целью нормативно-правового обеспечения экономической безопасности предприятия, исключая вмешательство региональных или федеральных органов власти в его деятельность [2].

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать вывод о том, что экономическая безопасность конкретного предприятия регулируется нормативно-правовыми документами на федеральном, региональном уровне и уровне предприятия, а также зависит от особенностей отрасли, в которой оно функционирует. Нормативно-правовая база является важнейшим фактором обеспечения экономической безопасности предприятия, постоянно совершенствуется.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Сергеева, И. А. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятия : учеб. пособие / И. А. Сергеева, А. Ю. Сергеев. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2021. – 124 с.

2. Сероштан М.В., Усатова Л.В., Курбатов В.Л. Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности: механизмы и инструменты. Белгород: Издательство: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2019. - 194 с.

3. Усатова Л. В. Формирование и развитие учетно-аналитической системы расходов экономического субъекта в условиях неопределённости и рисков : Монография / Л. В. Усатова. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. – 240 с.

4. Усатова, Л. В. Влияние предпринимательской среды в механизме обеспечения корпоративной промышленной безопасности / Л. В. Усатова, А. А. Полиди // Экономические и гуманитарные науки. – 2016. – № 9(296). – С. 77-88.

5. Усатова, Л. В. Сущность и место экономической безопасности в промышленной политике / Л. В. Усатова // Налоговая политика в современных экономических условиях как инструмент социально-экономического прогресса общества : Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 24–25 ноября 2015 года. – Москва: Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), 2015. – С. 69-72.

6. Учет, аудит и налогообложение в условиях цифровой экономики : Монография / И.А. Слабинская, И.А. Арская, Л.В. Усатова [и др.]; отв. ред. И.А. Слабинская; Белгород: Издательство: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020. - 165 с.

УДК 338.1

Матвеевко Д.С.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им В.Г. Шухова г. Белгород, Россия*

ИННОВАЦИИ КАК ДВИГАТЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ

Развитие экономики в настоящее время требует постоянного увеличения роли инноваций, представляющих важный фактор обеспечения экономического развития и роста.

Современные предприятия, которые занимаются инновационной деятельностью, могут производить товары высокого качества и

сокращать издержки, используя различные инновационные инструменты, обладать преимуществами по отношению к конкурентам.

Инновации как двигатель экономического роста можно охарактеризовать в виде конечного результата исследовательских разработок, реализуемых как современный, усовершенствованный продукт. Следовательно, инновационная деятельность представляет собой важное условие, которое прямым образом связано с модернизацией национальной экономики, с повышением уровня конкурентоспособности государства [2].

Доля инновационных знаний, которые воплощаются в технологии, оборудование, компетенции кадров, организацию производства в развитых странах мира занимает более 70 % прироста ВВП [1].

Инновации в качестве двигателя экономического роста можно разделить по следующим признакам (рис.1).

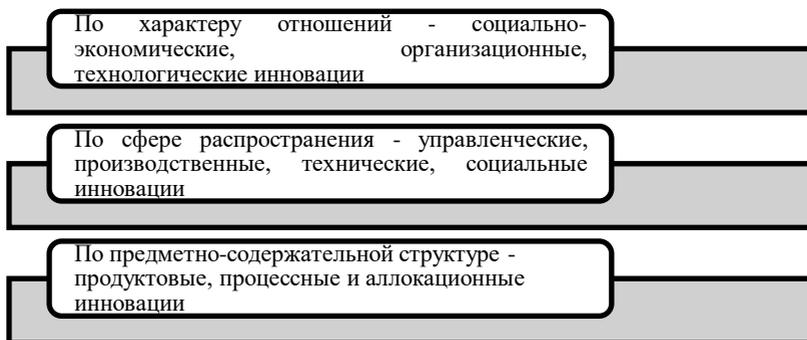


Рис.1.Инновационная классификация [5]

Использование новых технологий представляет собой один из важных факторов успеха в условиях рыночной конкуренции, главное средство повышения эффективности производства и улучшения качества товаров и услуг.

К основным принципам организации инновационной деятельности предприятия можно отнести следующие характеристики (рис.2).



Рис.2. Основные принципы инновационной деятельности предприятия[3]

К основным функциям инноваций как двигателя экономического роста можно отнести постоянное обновление (внедрение новых технологий, продуктов и услуг), инвестиции в исследования и разработки (без вложений поддерживать инновационный процесс невозможно), а также поддержка конкурентных преимуществ, выгодные взаимодействия с другими компаниями и разработчиками, удовлетворение потребностей покупателей.

Практические примеры, которые подтверждают, что инновации способствуют экономическому росту: интернет и смартфоны, онлайн-магазины, электромобили, искусственный интеллект. Все эти примеры так или иначе связаны с разработкой новых технологий, которые в свою очередь способствуют автоматизации процессов в различных сферах, созданию новых секторов экономики, росту производительности труда, созданию новых рабочих мест, привлечению большого количества потребителей.

Например, сейчас особую популярность имеют различные маркетплейсы, такие как wildberries, ozon, Яндекс Маркет и другие. Такие онлайн – платформы создают удобства для постоянной покупки и продажи товаров розничной торговли. Потребителей данная инновация привлекает тем, что в любой момент можно приобрести необходимые товары, используя только свой смартфон, а затем забрать его из пункта выдачи через 1-3 дня (причем количество пунктов выдачи продолжает расти). Это свидетельствует о большом количестве потребителей. Продавец, в свою очередь, размещает товар и отслеживает покупки с помощью гаджета. Существование таких площадок является двигателем экономического роста, ведь создаются новые рабочие места в сфере IT, логистики, маркетинга, привлекается большое количество потребителей. Инновационная деятельность помогает формировать конкурентоспособные преимущества различной степени устойчивости [4].

Таким образом, исходя из правильно поставленных задач инновационного развития, создаются новые идеи, продукты, технологические процессы, появляются новые формы организации и управления различными сферами экономики и ее структурами. Принципы формирования инновационной деятельности являются основой в данном развитии, т.к. именно на их основе строится все эффективная деятельность предприятия. Современный мир определяет основную движущую силу экономического развития – инновации, которые могут гарантировать как предприятию, так и государству высокий уровень конкурентоспособности на мировом рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Комплексный подход к конкурентоспособности предприятий в современных условиях [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru>. (дата обращения: 10.05.2024 г.).
2. Кондратьев С. С. Роль инноваций в развитии предприятия / С. С. Кондратьев // Молодой ученый. – 2022. – № 24 (210). – С. 139-141.

3. Максимов, Н. Н. Основные принципы и задачи инновационной деятельности организаций в современных условиях / Н. Н. Максимов // Молодой ученый. — 2023. — № 10 (57). — С. 344-347.

4. Иванова Е. А. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности предприятия / Е. А. Иванова [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 10.05.2024 г.).

5. Питилимов Ф. В. Инновационная деятельность предприятия / Ф. В. Питилимов, А. С. Шарышов // Молодой ученый. – 2022. – № 3 (137). – С. 392-395.

6. Сомина И.В. Структурирование показателей экономической эффективности инновационных процессов на макро- и мезоуровне // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2015. № 6. С. 277-280.

УДК 316.621

Матренина Е.Р.

Научный руководитель: Савенкова И.В., доц.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ФОРМИРОВАНИЕ САМООЦЕНКИ И САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ПОДРОСТКОВ

В современном обществе социальные медиа стали неотъемлемой частью жизни подростков. Социальные медиа - это онлайн-платформы, предназначенные для обмена информацией, коммуникации, создания сообществ и сетевых взаимодействий между пользователями. Сюда относятся такие популярные платформы, как Ютуб (YouTube), Вконтакте (VK), Одноклассники, Пинтерест (Pinterest), Телеграм (Telegram). Они играют огромную роль в формировании их самооценки и самоидентификации. Социальные медиа имеют значительное влияние на формирование самооценки и самоидентификации подростков. В современном мире подростки проводят много времени в социальных сетях, где они устанавливают контакты с другими людьми, делятся своей жизнью, получают обратную связь и оценки от окружающих.

К сожалению, социальные медиа также могут создавать непосильное давление на подростков в отношении их внешности, достижений и образа жизни. Подростки могут стремиться к идеализированным образам, представленным в социальных сетях, и это может отрицательно сказываться на их самооценке.

Кроме того, социальные медиа могут влиять на самоидентификацию подростков, поскольку они могут принимать важные для себя решения, опираясь на мнение и оценки других людей в социальных сетях. Они могут стремиться к соответствию определенным стандартам и идеалам, не всегда отражающим их истинные интересы и ценности.

В данной части статьи рассматриваются различные аспекты влияния социальных медиа на подростков. Особое внимание уделяется влиянию социальных медиа на самооценку и самоидентификацию подростков, а также на стереотипы, которые они могут формировать. В Вестнике Тюменского государственного университета об этом говорится следующее: «Социальные медиа играют важную роль в формировании общественного мнения, поскольку они предоставляют доступ к различным источникам информации и позволяют людям выражать свои мнения и взгляды. В то же время, социальные медиа могут оказывать влияние на психологические аспекты формирования общественного мнения, такие как подверженность конформизму, влияние мнения большинства, усиление уверенности в своих взглядах и т.д.». Рассматриваются как положительные, так и отрицательные стороны воздействия социальных медиа на подростков. С одной стороны, социальные медиа могут оказывать положительное влияние на подростков, помогая им строить свою самооценку и самоидентификацию. Например, через социальные медиа подростки могут находить сообщество единомышленников, с которыми им удобно общаться и делиться своими интересами. Это может укреплять их уверенность в себе и делать процесс поиска себя более приятным и осознанным.

С другой стороны, социальные медиа также могут быть источником негативных стереотипов и идеалов красоты, которые могут оказать давление на подростков. Часто в социальных медиа публикуются идеализированные изображения жизни и внешности, что может привести к комплексам у подростков, сравнению себя с другими и негативному восприятию своего тела и личности.

Поэтому важно обеспечивать подростков информацией о здоровых привычках использования социальных медиа, а также помогать им развивать критическое мышление и не поддаваться влиянию негативных стереотипов. Родители, учителя и другие взрослые могут играть важную роль в этом процессе, общаясь с подростками и помогая им разбираться в том, как социальные медиа влияют на их мировоззрение и самовосприятие.

Таким образом, делается вывод, что социальные медиа имеют значительное влияние на самооценку и самоидентификацию подростков. Они могут как способствовать формированию позитивного самопонимания, так и стимулировать развитие негативного самовосприятия. Для более глубокого понимания влияния социальных медиа на подростков необходимо проводить дальнейшие исследования в этой области. Одним из способов позитивного воздействия социальных медиа на самооценку подростков является возможность находить сообщество с единомышленниками, с которыми можно обсуждать общие интересы, получать поддержку и вдохновение. Такие сообщества могут способствовать формированию позитивного самопонимания и укреплению самооценки подростков.

Однако социальные медиа также могут стимулировать развитие негативного самовосприятия, поскольку они создают условия для постоянного сравнения с другими людьми, идеализации жизни других и ощущения недостаточности.

Дальнейшие исследования в этой области помогут выявить более точные механизмы влияния социальных медиа на самооценку и самоидентификацию подростков, а также выработать рекомендации по использованию социальных медиа с целью поддержки здорового самовосприятия у подростков. Это важно для того, чтобы молодое поколение могло использовать социальные медиа в своих интересах, нестрадая от негативного влияния на свою самооценку.

В целом, социальные медиа могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на самооценку и самоидентификацию подростков. Шайгасмедов Р. И. в своём исследовании «Влияние социальных медиа на политические процессы: тенденции и вызовы» считал, что: «Социальные медиа стали важным инструментом в политических процессах, они способствуют распространению информации, мобилизации общества и формированию общественного мнения. Однако, они также представляют вызовы в виде фейковых новостей, манипуляций и угрозы приватности. Исследования показывают, что социальные медиа имеют значительное влияние на политические решения и выборы, и поэтому важно развивать стратегии контроля и регулирования их использования в политических целях». Поэтому важно, чтобы родители, педагоги и другие взрослые окружали подростков поддержкой, помогали им разбираться в информации, которую они получают в социальных сетях, и поощряли развитие здоровой самооценки и самоидентификации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Черненко И.А. Анатомия трудовых протестов в современной России: причины, формы, субъекты. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2012. №4. - с.138
2. Попова, Т. В. Социально-психологический климат как фактор эффективности организации. Изд-во Новая наука: Теоретический и практический взгляд, 2016. – № 4–3 (75). – С. 80–88.
3. Савенкова, И. В. Функции общения как специфического вида деятельности в подростковом возрасте / И. В. Савенкова // Актуальные проблемы исследования массового сознания : Материалы 2-й Международной научно-практической конференции, Пенза, 16 апреля 2015 года / Ответственный редактор В.В. Константинов; Пензенский государственный университет. – Пенза: Издательство "Перо", 2015. – С. 559-581.

УДК 303.425.2

Михальченко В.С.

*Научный руководитель: Быльева Д.С., канд. полит. наук, доц.
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
г. Санкт-Петербург, Россия*

ОБРАЗ СКУФА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Сегодня основной источник появления сленга – интернет и иностранные слова. При этом появление новых слов и понятий способно менять языковую реальность общества [1, с.85-104], может служить индикатором состояния культуры [2, с.117-119]. Специфические термины, например, из компьютерных игр благодаря распространению информации в сети становятся общеизвестны [3, с.60–74]. Сленг является важной составляющей молодежной субкультуры [4, с.167-169]. Современные индустриально-развитые общества относятся к динамичным, быстро изменяющимся, а потому и язык, вернее его словесная оболочка в подобных обществах очень подвижна, в результате чего за период жизни одного поколения его словарный запас претерпевает серьезные изменения [5, с.167-173], обогащаясь в том числе благодаря влиянию молодежных субкультур.

Слово «скуф» появилось в сети как сокращение от фамилии Алексея Скуфына, модератора доски политических новостей веб-форума. В 2018 году он подвергся травле, высмеиванию его внешнего

вида и убеждений на почве ссоры с посетителями форума, где его и назвали скуфом. В дальнейшем, фотографии с изображением Скуфьи́на уступили место ироничным мемам, высмеивающим неправильный образ жизни. Людей, похожих на него, стали называть скуфами, в сети появились мемы про скуфов. Из имени собственного скуф стал трендом и мемом.

При этом, появились группы людей, считающих себя скуфами и пропагандирующих такой образ жизни («Скуф-комьюнити (субкультура)»).

В ходе исследования было найдено и проанализировано более 100 ресурсов по ключевым словам на тему «скуф» с постами и мемами. Основные темы обсуждений в постах - внешний вид (50%), привычки (30%), черты характера (20%) скуфа.

Изображаемый на мемах скуф - это полный мужчина среднего возраста с пивным животом (100%), с залысынами (70%) или полностью лысый (30%), с небритой щетиной (20%), в домашней (70%) или уже немодной (30%) одежде с пивом в руке (10%).

В качестве примеров, поясняющих причину полноты скуфов, приведу высказывания из постов: «Единственное, что до мужа доносить надо, это пиво и купаты» и «Пиво приятней спорта, а шашлык вкусней (и полезней) авокадо». Скуфы свободны в выборе одежды, что наглядно отражают высказывания посетителей форума: «Короче, скуфы выбирают удобную и практичную одежду и обувь» и «Тебе не надо тратиться на психологов, брендовую одежду, модные аксессуары - твой вид и внутренний мир и так идеальны», а также «Можно носить носки с сандалиями».

В изученных мемах скуфами изображают мужчин, которые не уделяют должного внимания своей внешности (100%) : «Тебе глубоко наплевать на мнение других». Большую часть свободного времени проводят перед компьютером или телевизором (100%): «Время на танки на то и время на танки, потому что от изучения бесполезного лучше тебе на душе не станет, а танки вроде как с пивом дают хоть и короткий, но полезный эффект» и «Ты сам скуф! Неделю из-за компа не вылезашь. От тебя уже несет!»). Спортом эти мужчины не занимаются (100%): «С утра до ночи физический труд (доставки, пешком, да, я без "вышки", и не умею лить в уши покупателям)... Поверьте, даже если абонемент в фитнес зал подарят, нет сил ходить туда вечером».

Работа скуфов в 50% постов не требует высоких интеллектуальных способностей: «Говорят, скуфов булят. Попробуй с внешностью айтишника, жрущего по утрам ванильный раф с миндальным молочком, устройться работать экскаваторщиком, трактористом, сварщиком,

плотником, слесарем, сантехником и т.д.». Компьютерные игры и обильная еда выступают для скуфов как быстрые стимуляторы хорошего настроения(10%): «Танки вроде как с пивом дают хоть и короткий но полезный эффект» и «Пиво приятней спорта, а шашлык вкусней (и полезней) авокадо».

Скуфы чрезмерно придерживаются традиционных ценностей (95%): «Имхо, знаю много скуфов, которые как люди порядочней и интереснее молодняка патлатого, которые все как один по моде» и «Вам заняться не чем? Мне, лично, просто некогда подобным заниматься - семья, дети, работа».

При этом, скуфы являются патриотами (70%): «Вот и прошли выборы. Настоящие скуфы после смены будут пить пиво, предвкушая еще 6 лет кайфа». Скуфы консервативны во взглядах, не хотят менять род деятельности, да и вообще привычный образ жизни (90%): «Привычки, интересы и зона комфорта сформированы - признак зрелой личности». Зачастую ворчливы и всем недовольны(30%): «Принялся докапываться до ее татуировок, необычного внешнего вида и увлечений».

Скуфы придерживаются мнения (25%), что соскуфиться может любой мужчина старше 30 лет: «Все мужики рано или поздно станут скуфами. Особенно после 30 лет».

Стабильность и доступ к простым потребительским радостям — величайшие ценности в жизни скуфидонов (100%): «Скорее бы пятница! Охоты крепкой бы бахнуть».

Эталонным скуфом называют персонажа Сергея Светлакова (70%) из шоу «Наша Russia». Он одет в грязную майку, любит разговаривать с телевизором, потягивает пиво и ругается с женой.

К скуфам причисляют звезд Голливуда и других выдающихся людей (20%) («Лучшие голливудские звезды стараются быть похожими на тебя - Денни де Вито, Джек Николсон, поздние Вин Дизель и Брюс Уиллис не дадут соврать»), а также персонажей мультфильмов: Карлсона, который живет на крыше и Копатыча из «Смешариков» (30%). На форуме Скуф-комьюнити скуфом посчитали и Шрека (1%): «Скуф-сообщество ответственно заявляет: Шрек стал (и был!!!) настоящим скуфом».

В сети интернет встречаются мемы (10%), в которых скуфу в подруги предлагаются девушки экстравагантной внешности, которых называют Альтушками. Данные мемы воспринимаются посетителями форумов с юмором («На госуслугах тебе должны выдать бесплатную альтушку (но ты не понимаешь зачем она тебе нужна)»). Несколько человек настолько воодушевились данной идеей, что создали интернет-

ресурсы с видеоконтентом и компьютерными играми, в которых главным героем является скуф (например, Альтушка для Скуфа на сервисе «Скуфуслуги»). Ресурсы, содержащие музыкальные треки, посвященные скуфам, представлены группой «Слава КПСС» и рэпером MC Во Khan, который выложил в сети стихотворение, посвященное словам скуф и производным от него («Я скуф, скуфидон, скуфентий Не живу, но я жру в моменте»).

Конечно, встречаются и те, кто не понимает причины распространения данных мемов (10%): «За 35 лет жизни много в народе слов новых появлялось, с различным успехом они в массы заходили... но вот эти скуфы и альтушки как-то настолько фальшиво звучит...»

Вывод: скуф на молодежном сленге любой неопрятный взрослый человек с консервативными взглядами и патриотичным настроем, который в процессе старения теряет юношескую привлекательность, толстеет, не имеет планов что-то изменить в жизни. Образ скуфа в сети выступает объектом активных насмешек и издевательств, в сети дается масса советов, как не стать скуфом. Хотя подробный анализ образа демонстрирует обычного немолодого человека, работающего, чтобы прокормить семью и не имеющего сил и времени на хобби, спорт и «развитие». Само создание специального слова, имеющего унижительное значение, для представителей старшего поколения со стороны молодежи свидетельствует об ослаблении поколенческих связей, ослабление роли старшего поколения и т.п. С другой стороны новый термин отражает страх молодежи потерять собственные идеалы, стать обычными обывателями, таким образом способствуя самокритичности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Mehnert, W. Wording Worlds – From writing Futures to building Imaginary Worlds // *Technology and Language*. – 2023. – 12(3). – 85–104. <https://doi.org/10.48417/technolang.2023.03.07>.

2. Набиева, Е.А. Новые слова в медиакультуре современности // *Журналистский Ежегодник*. – 2022. – 1. – 117–119.

3. Khaibullova, M. Gaming Slang: The Influence of Video Games on the Russian language // *Technology and Language* / M. Khaibullova, A. Kozina // 2023. – 10(1). – 60–74. <https://doi.org/10.48417/technolang.2023.01.05>

4. Кулигина И. И. Сленг как языковая составляющая молодежной субкультуры // *Инновационный потенциал молодежи: формирование нового типа культуры: сборник материалов Всероссийской молодежной*

научно-исследовательской конференции (Екатеринбург, 27—28 октября 2014 г.). — 2014. — С. 167-169.

5. Левикова С.И. Молодежный сленг как своеобразный способ вербализации бытия. // Бытие и язык. — 2004 — С. 167-173.

УДК 004:339.138:69.05

Михайлова К.Е

*Научный руководитель: Дубино Н.В. канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Современный маркетинг строится на базах данных. Привлекать новых клиентов становится все дороже, особенно в строительстве. На практике мы видим, что работать с уже существующим клиентом, поддерживать его лояльность иногда в десять раз рентабельнее, чем тратить бюджет на привлечение нового. Отличается ли цифровой маркетинг в строительстве от других отраслей? «Законы» работают общие, но много и специфики. Именно такие особенности цифрового маркетинга в сфере строительства будут рассмотрены в статье.

Цифровой (digital) маркетинг – способ продвижения бренда или продукта с помощью различных цифровых каналов [4]. Цифровой маркетинг повышает и улучшает видимость компании. Сегодня Яндекс занимает то место, которое раньше занимали деловые справочники. Первым выбором людей становится поиск в интернете услуг и продукции в области архитектуры и строительства. Для фирм по архитектуре и строительству это означает, что, если они хотят быть найденными и нанятыми, им нужно быть видимыми там, где потенциальные клиенты.

Будущее бесспорно за цифровым маркетингом, хотя до сих пор сложно предсказать, как активно он будет развиваться, так как ежеминутно появляется множество новых приложений, сайтов и сервисов, которые в одночасье могут поставить всё с ног на голову и задать новые векторы развития [4].

Большое количество строительных компаний и тех, кто работает в этой области в России, не используют преимущества цифрового маркетинга в строительстве. Частично причина этого состояния в этой отрасли заключается в том, что строительная индустрия медленно принимает изменения, даже когда речь идет об инновациях в области новых материалов, инструментов, машин, технологий и программного

обеспечения, которые могут облегчить строительство. На принятие и широкое использование новых вещей требуется время, особенно в этой отрасли, где опыт играет важную роль, и старшие мастера с трудом принимают инновации. Кроме того, есть компании, которые считают, что у них нет конкуренции и им не нужны дополнительные инвестиции в любую форму маркетинга [1].

Иногда бывают ситуации, когда у компаний есть веб-сайт и социальные сети, но они не занимаются ими, не поддерживают и не обновляют их. Факт в том, что окружающая среда быстро меняется, поэтому строительная индустрия также сталкивается с постоянными вызовами, и в такой сложной среде люди часто не имеют времени, желания или денег на вещи, связанные с хорошим цифровым маркетингом.

С точки зрения компаний в этой отрасли это означает, что цифровой маркетинг должен рассматриваться как инвестиция в будущее, где конкретные выгоды можно видеть в более или менее короткой перспективе.

Первое и самое большое преимущество цифрового маркетинга заключается в том, что он позволяет точно нацелиться на аудиторию. Когда мы нацеливаемся на людей, которые живут в определённом городе и окрестностях, или тех, кто ищет определённые услуги в строительной отрасли, это приводит к увеличению количества заказов или покупок, потому что цифровой маркетинг позволяет привлечь больше действительно заинтересованных клиентов.

Ещё одна важная особенность цифрового маркетинга и его применения в архитектуре и строительстве – это измеримость. Долгое время маркетинг в строительстве полагался только на традиционные методы, такие как реклама на билбордах. Билборды и сегодня имеют большие преимущества, ведь когда билборд установлен, его может увидеть каждый, но вопрос в том, сколько людей на самом деле его увидят и запомнят сообщение, адрес или контакт с билборда. С другой стороны, цифровой маркетинг даёт возможность открыть страницу в браузере несколько раз и реально осуществить контакт между предложением и спросом [2].

Что касается измеримости, цифровой маркетинг в строительстве позволяет отслеживать эффективность маркетинговых кампаний и, что самое важное, анализировать результаты. То есть он даёт ответ на вопрос, что работает, а что нет, и позволяет соответствующим образом скорректировать бизнес-стратегию. Важной особенностью измерения результатов цифрового маркетинга является то, что он обеспечивает хорошую основу для мониторинга ROI (возврат инвестиций), что

конкретно означает, сколько денег получено по отношению к деньгам, вложенным в цифровой маркетинг.

Третья важная характеристика цифрового маркетинга связана с тем, что он позволяет создать долгосрочные отношения с клиентами. А это основа лояльности и долгосрочного конкурентного преимущества. Через email-маркетинг, социальные сети и другие цифровые каналы поддерживается контакт с клиентами даже после того, как работа выполнена. Это приводит к лояльности клиентов и рекомендациям другим людям.

Четвёртая важная особенность цифрового маркетинга в строительстве заключается в том, что он даёт шанс опередить конкурентов. Компании, которые используют цифровой маркетинг, уже имеют преимущество и на шаг впереди конкурентов.

Применение цифрового маркетинга в конкретной отрасли, такой как архитектура и строительная индустрия, по сути сводится к тому, как охватить как можно больше потенциальных клиентов, а также как облегчить им путь к тому, чтобы они стали реальными клиентами.

Важен каждый шаг на пути к продаже: от первой встречи с веб-сайтом компании, его навигации, лёгкости, с которой можно заказать продукт, но также и того, что о нём говорят другие, и как себя вести после завершения покупки. Это подразумевает конкретные тактики, которые могут быть применены в области архитектуры и строительства [3]. В основе хорошего цифрового маркетинга в строительстве лежат знание своей аудитории и присутствие в онлайн-пространстве.

Первым шагом успешной цифровой стратегии является создание онлайн-присутствия с учётом потребностей и особых требований клиентов. Это означает, что компании должны знать свой рынок, понимать, что и кому они предлагают, чтобы удовлетворить эти потребности и требования к обоюдному удовольствию и пользе.

С точки зрения маркетинговой логистики задача цифрового маркетинга – обеспечить доступность нужного продукта или услуги, в нужном месте, по нужной цене, для нужного клиента, нужного качества и в нужном количестве.

Присутствие в онлайн-пространстве в первую очередь означает наличие хорошего веб-сайта и профилей в социальных сетях. Веб-сайт фирмы – это своего рода современная цифровая визитная карточка, которую увидят потенциальные клиенты, ищущие строительные услуги. В то же время, привлекательность сайта – необычайно важная характеристика, потому что сегодня люди уже через несколько секунд решают, нравится им что-то или нет. Именно поэтому первая рекомендация при применении цифрового маркетинга – произвести

хорошее первое впечатление. Сайт должен быть оптимизирован для поисковых систем, чтобы его видело и посещало больше людей. Хорошая SEO (оптимизация для поисковых систем) – это способ для людей найти то, что им нужно.

Цифровой маркетинг не означает замещение традиционного маркетинга. Напротив, традиционный и цифровой маркетинг должны существовать одновременно и дополнять друг друга. На ранних этапах взаимодействия между компаниями и потребителями традиционный маркетинг играет ключевую роль, а после развития транзакции и когда потребители требуют более близких отношений с компаниями, цифровой маркетинг становится важным [5].

Цифровой маркетинг относится ко всем действиям, направленным на рекламу, продвижение и продажу продуктов или услуг бренда на онлайн-платформах. Цифровой маркетинг в архитектуре и строительстве в значительной степени основан на использовании социальных сетей, которые служат для связи с целевой аудиторией, предоставления поддержки и увеличения лояльности. Профили в социальных сетях помогают создавать бренд, но важно выбирать платформы, которые соответствуют строительной отрасли, продукту/услуге и целевой аудитории.

Цифровой маркетинг в строительной отрасли включает рекламу и публикацию контента на специализированных порталах. Причина в том, что эти порталы посещают целевую аудиторию, которую ищет строительная компания или компания, работающая в области строительства. На специализированных порталах можно найти все необходимое из области строительства [6].

Список электронной почты и новостная рассылка - это способ поддерживать связь с существующими клиентами, потому что современные клиенты проверяют свою электронную почту каждый день. Это также объясняет почему электронный маркетинг имеет самый высокий ROI. Через электронную почту старые клиенты напоминаются об использованных услугах, рекламируются новые продукты и направляется больше трафика на сайт.

Маркетинг контента – это публикация текстов (блог-постов, кейс-стади, инструкций и т.д.), видеоматериалов, инфографики, информационных бюллетеней и другого контента с целью предоставления заинтересованным сторонам полезной и достоверной информации о услугах и продуктах, решающих проблемы, о правильных способах использования, о экономии энергии или времени, необходимых для установки, о соблюдении стандартов и законов, об экологических преимуществах и т.д. Этот контент должен быть точным,

технически корректным, понятным, но также созданным интересным образом. Он должен привлекать и удерживать внимание и интерес целевой аудитории [7].

В этом контенте компания не стремится продавать продукты/услуги, а предлагает информацию и советы; она приносит ценность и не ждет ничего взамен. Этот концепт чрезвычайно полезен для построения доверия, развития отношений, привлечения внимания и генерации потенциальных клиентов, отвечая на вопросы аудитории. Публикуя уникальный, высококачественный и актуальный контент в правильном формате через выбранные каналы, компания становится авторитетной и доверенной на темы своего бизнеса, улучшает свое положение в поисковых системах интернета и привлекает еще большую аудиторию, таким образом компания, продукт или бренд со временем приобретают на ценности.

В интернете граница между маркетингом и PR стирается. Но лишь немногие отечественные компании используют email-маркетинг как часть маркетингового микса. Каждая из этих групп аудитории, из-за своих специфических особенностей, требует особого внимания при создании, выборе типа и распространении контента. Для того чтобы контент достигал желаемой аудитории, необходимо обеспечить его распространение через более высокие каналы. Помимо публикации контента на блоге сайта компании, контент может быть опубликован и рекламирован в социальных сетях, отправлен зарегистрированным пользователям рассылки, размещен на информационных и специализированных порталах. Для того чтобы превратить потенциально заинтересованных лиц в клиентов, необходимо предложить контактную информацию компании с приглашением связаться с ними для любых дополнительных сомнений и вопросов, конкретных проблем, которые у них возникают в данной области деятельности.

Цифровой маркетинг в строительстве является важным элементом развития архитектурно-строительной фирмы. Он предоставляет компаниям возможность: непосредственно связываться с потенциальными клиентами; улучшать видимость компании; обращаться к целевой аудитории; отслеживать результаты маркетинговых кампаний и результаты инвестиций в них; создавать долгосрочные отношения с клиентами. Все это приводит к увеличению числа клиентов и нового бизнеса. Строительные компании, не использующие цифровой маркетинг, упускают огромные возможности для расширения и роста своего бизнеса. Построение онлайн-присутствия, использование контента высокого качества для SEO,

использование социальных сетей и рекламы - это лишь некоторые тактики, которые могут помочь бизнесу стать успешнее в цифровом маркетинге.

Таким образом, ключевое значение имеет понимание потребностей и желаний целевой аудитории и адаптация контента и маркетинговой стратегии соответственно. Для компаний в этой отрасли важно следить за тенденциями в строительной индустрии, адаптироваться к новым технологиям и процессам, чтобы оставаться конкурентоспособными. Поэтому, если строительная компания хочет быть успешной, ей необходимо понимать цифровой маркетинг как ключевой элемент своей маркетинговой стратегии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ашманов, И. С. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. С. Ашманов, А. А. Иванов. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – 464 с.

2. Вирин, Ю. Ф. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов/ Ю. Ф. Вирин. – Москва: Изд-во «Эксмо», 2018. – 224 с.

3. Докучалов, А. В. Современные технологии продаж через поисковые системы / А. В. Докучалов // Интернет-маркетинг. – 2019. – № 2.

4. Дубино Н.В., Шемякина А.Е. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов // Научные технологии и инновации (XXIV Научные чтения). Сборник докладов Международной научно-практической конференции. Белгород, 2021. С. 517-520.

5. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие/А. В. Катаев, Т. М. Катаева. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. – 153 с.

6. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2017.– 327 с.

7. Кринчиан, Н. А. Алгоритм SMM-ориентированного продвижения бренда в социальной интернет-платформе «ВКонтакте» / Н. А. Кринчиан, А. В. Катаев // Международный студенческий научный вестник.– 2017. – № 6. – С. 29.

Михалевич П.О.

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия

АНАЛИЗ ЗАВИСИМОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА ОТ ИМПОРТНЫХ ПОСТАВОК (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

Республика Татарстан является одним из лидеров по показателям экономического развития (6-е место в 2021 году среди регионов России по размеру ВРП и по объему инвестиций) и одним из наиболее динамичных регионов по уровню экономического роста. В 2021 году ВРП республики составил около 3,4 трлн рублей, что в сопоставимых ценах больше предыдущего года на 3,2%.

За период 1998-2021 гг. ВРП региона снижался лишь трижды: в 1998 (91,4%) на фоне экономического кризиса в России, в 2009 году (96,6%) на фоне мирового экономического кризиса, начавшегося в 2008 году, и в 2020 году (96,9) на фоне рецессии из-за пандемии COVID-19. Также важно отметить, что в 2015 году экономика Татарстана проявила стагнационную динамику и значение индекса роста ВРП было равно 100,0%. Аналогичная ситуация свойственна и динамике индекса физического объема ВРП по России в целом.

Структура ВРП Республики Татарстан в 2021 году представляет собой преобладание видов деятельности, производящих товары (рис. 1).

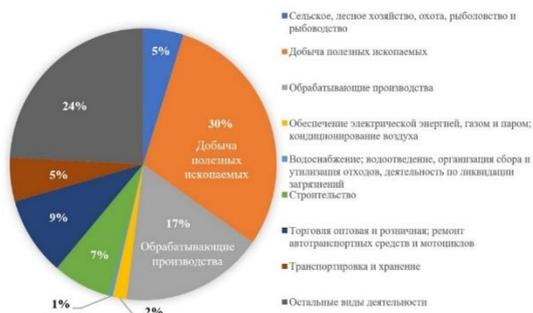


Рис. 1 Структура ВРП Республики Татарстан в 2021 г.

Суммарно вклад производящих видов деятельности составил 61% против 53,4% в 2020 году. Среди них лидером стабильно остается добыча полезных ископаемых с долей в 29,6% (21,1% в 2020 году). Виды деятельности, производящие услуги составили 39% в 2021 году и

46,6% в 2020 году. Основной вклад вносит торговля оптовая и розничная – 9,6% в 2021 году и 11,1% соответственно в 2020 году.

Подтверждением высокой вовлеченности Татарстана в международную торговлю и существенном уровне зависимости региона от поставок импортных товаров служат данные ВШЭ, в соответствии с ними Республика Татарстан занимает четвертое место среди субъектов РФ по индексу импортозависимости [1].

В целом, концентрируя внимание на основных особенностях, раскрывающих тренды международной торговли региона, необходимо отметить, что внешнеторговый оборот Татарстана по итогам 2021 года увеличился на 40,8% и составил 17 546 399,2 тыс. долл. США. Данный рост произошел за счет прироста доли импорта на 50,4% (1 833 106,6 тыс. долл. США в стоимостном выражении), экспорт увеличился на 36,8% (3 247 857,1 тыс. долл. США). Также большими, чем экспорт, темпами увеличился и объем импорта со странами дальнего зарубежья: + 52,8% (1 773 384,4 тыс. долл. США в стоимостном выражении) против экспортных +45,7% (3 230 729,8 тыс. долл. США). Динамика изменений объемов импорта Республики как со странами СНГ, так и с дальним зарубежьем с 2011 по 2021 год представлена на рисунке 2.

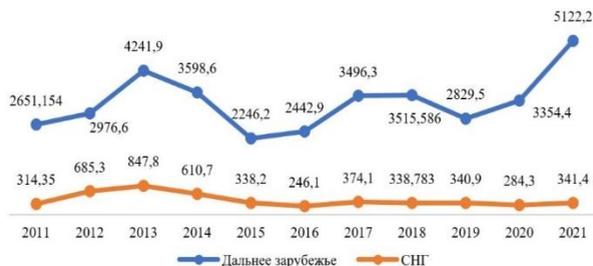


Рис. 2 Динамика изменения объемов импорта Республики Татарстан, млн.долл США

Товарная структура импорта стабильно сохраняет более чем высокую зависимость от поставок таких товаров, как: машины, оборудование и транспортные средства (69,04%), продукция химической промышленности (16,3%), в меньшей степени – металлы и изделия из них (6,17%).

Товарная структура импорта в 2021 году стабильно сохраняет более чем высокую зависимость от поставок таких товаров, как: машины, оборудование и транспортные средства (69,04%), продукция химической промышленности (16,3%), в меньшей степени – металлы и изделия из них (6,17%) (рис. 3). Основную долю в машиностроительном

импорте составили реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части (51,57%), средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, и их части и принадлежности (32,60%).

На втором месте по доле импорта в РТ расположилась продукция химической промышленности, каучук 16,3% (17,91% в 2020, 19,14% в 2019). В ее структуре традиционно преобладали пластмассы 41,25%, органические химические соединения 24,42%, каучук 13,79%.

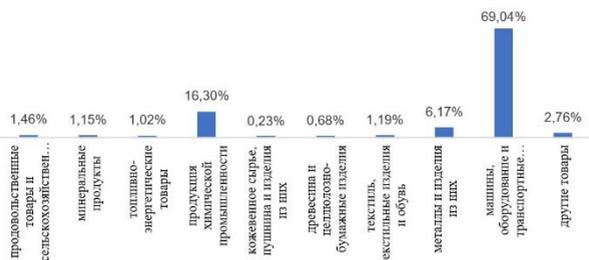


Рис. 3 Доли товарных групп в импорте Татарстана в 2021 году

Тройку лидеров по доле в импорте Татарстана закрывают металлы и изделия из них – 6,17% (7,0% в 2020, 6,74% в 2019). Доля в 49,7% в структуре металлов занимают изделия из черных металлов. В топ-3 входят так же цинк и изделия из него – 13,28% и прочие изделия из недрагоценных металлов – 15,3%.

Таким образом, складывается представление о том, что машиностроительный сектор является крайне зависимым от импорта как в России в целом, так и в Республике Татарстан в частности.

Воспользуемся методикой, представленной авторами Е.В. Лобановой и А.В. Сербуловым в статье «Определение отраслевой импортозамещающей пропорции машиностроения Калининградской области» [2]. Основываясь на ней, мы рассчитаем долю импорта в товарных ресурсах машиностроительной продукции, производимой в Республике Татарстан с учетом выпуска продукции машиностроения, идущей на экспорт. Для этого используем следующую формулу, предложенную авторами (1):

$$D_{I_m} = \frac{I_m - E_m}{V_m + I_m - E_m} * 100, \text{ где} \quad (1)$$

D_{I_m} — доля импорта машиностроительной продукции в товарных ресурсах машиностроения, %; I_m — импорт продукции машиностроения в сопоставимых единицах; E_m — экспорт продукции машиностроения в

сопоставимых единицах; V_m — объем отгруженной продукции машиностроительного производства региона в сопоставимых единицах.

Соответственно, в таблице 1 представлены исходные данные и расчёты искомого показателя.

Таблица 1 - Расчет доли импорта и сальдо экспортно-импортных потоков продукции машиностроения к ее потреблению с учетом экспорта

№	Показатель	2012	2013	2014	2015	2016
1	V_m , млрд руб.	260,2	337,8	357,2	369,5	404,6
2	E_m , млрд руб.	1255,5	1514,6	1408,2	878,8	743,6
3	I_m , млрд руб.	2581,5	3949,4	3131,6	1721,2	1801,1
4	D_{Im} , %	83,6	87,8	82,8	69,5	72,3
№	Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
1	V_m , млрд руб.	437,8	544,7	519,2	573,6	769,0
2	E_m , млрд руб.	790,5	522,5	546,5	440,4	651,4
3	I_m , млрд руб.	2753,8	2590,1	2052,0	2415,8	3816,7
4	D_{Im} , %	81,8	79,2	74,4	77,5	80,5
5	$\overline{D_{Im}}$, % (2012-2021)	78,93				

По результатам расчетов мы видим, что доли импорта в машиностроительной продукции за все исследуемые годы составляют более 70%. Основываясь на методике, этот показатель говорит нам о том, на сколько процентов машиностроительная продукция состоит из импортного компонента.

Расчет данного показателя показывает нам, что целевым показателем для обеспечения импортнезависимости и экономической безопасности Республики является достижение значения пропорции импортозамещающего машиностроения к импорту почти в 80%. Однако отмечается, что достижение поставленного показателя в любом случае не сможет полностью удовлетворить потребности в импорте, т.к. необходимость в продукции машиностроительного сектора шире и обходима в других секторах, таких как АПК, ТЭК и т.д.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Рейтинг регионов России по импортозависимости их специализаций. Высшая школа экономики. URL: <https://issek.hse.ru> (Дата обращения: 01.04.2024)
2. Лобанова Елена Викторовна, Сербулов Алексей Валентинович. Определение отраслевой импортозамещающей пропорции машиностроения Калининградской области // Вестник Балтийского

федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2018. №4.

3. Сафиуллин, М. Р. Импортозамещение и устойчивость экономики региона в условиях системных преобразований (на примере Республики Татарстан) / М. Р. Сафиуллин, Л. А. Ельшин, П. О. Михалеви́ч // Экономический вестник Республики Татарстан. - 2022. - № 3. - С. 9-16.

4. Ельшин, Л. А. Методические подходы к оценке перспектив устойчивого развития региона в условиях санкционных ограничений импорта (на примере Республики Татарстан)/ Л.А. Ельшин, П.О. Михалеви́ч// Экономический вестник Республики Татарстан. 2023. – №2.- С.17-24.

5. Краткий статистический сборник «Республика Татарстан в цифрах» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://16.rosstat.gov.ru> (Дата обращения: 01.04.2024).

6. Приволжское таможенное управление [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ptu.customs.gov.ru> (Дата обращения: 01.04.2024)

УДК 339.138

Мкртчян А.С., Мкртчян В.С.

*Научный руководитель: Прядко С.Н., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА КОФЕ

Актуальность данной работы обусловлена не только широким распространением и популярностью кофейной индустрии, но и важностью изучения специфики региональных рынков для успешной реализации маркетинговых стратегий. Кофе является одним из наиболее потребляемых напитков в мире, и рынок кофе продолжает динамично развиваться, предлагая потребителям разнообразные виды и сорта кофейного напитка.

Основным источником информации является результаты маркетингового исследования. С целью исследования регионального рынка кофе нами было проведено анкетирование при помощи сервиса google.form [4]. В исследовании приняло участие 50 респондентов. Исследование проходило в условиях рынка города Белгорода.

Исследование показало, что 34% потребителей «очень любят» кофе. В данной категории 20 человек положительно ответили на вопрос

«насколько вы любите кофе». Отрицательный ответ дали 12 человек. Это можно увидеть на рисунке 1.

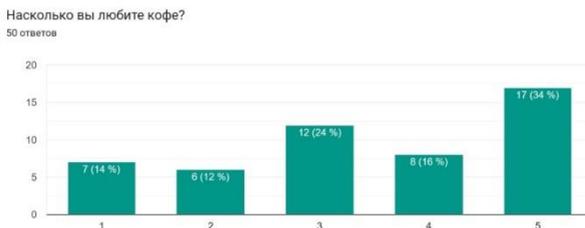


Рис. 1 Потребительские предпочтения на рынке кофе

Исходя из диаграммы, мы видим, что большинство людей, принявших участие в опросе – любят кофе. Это предоставило обширные возможности для изучения, так как респонденты проявили интерес к данному исследованию. Для того чтобы разделить рынок на сегменты и понять потребности респондентов, мы выделили несколько факторов, влияющих на выбор потребителей конкретного кофе.

В статье будет представлен анализ и результаты исследования выбора характеристик кофе. На рисунке 2 выведен результат опроса.

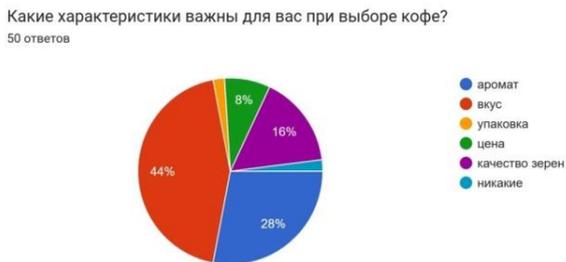


Рис. 2 Выбор характеристик кофе

Мы попросили участников опроса оценить важность характеристик при выборе кофе. Из результатов видим, что 28% респондентов ответили аромат кофе, 44% выделили вкус, 8% уделили внимание цене, и 16% подчеркнули качество зерен.

При выборе кофе можно сделать вывод о неоднозначности отношения к важности характеристик при выборе кофе. При

исследовании кофе прослеживается разнообразие мнений. Видим, что доля респондентов, уделяющих особое внимание аромату и вкусу кофе, преобладает.

Такая неоднозначность может быть связана с тем, что в отличие от других категорий товаров, где люди чаще ориентируются на цену, выбор кофе для многих связан с личными предпочтениями в отношении вкусовых качеств и аромата напитка. Отсюда и распределение предпочтений среди респондентов, которые разделились по различным аспектам кофе, таким как аромат, вкус, цена и качество зерен.

Далее мы задали следующий вопрос: какие ароматы и вкусы в кофе вам ближе. На рисунке 3 выведен результат в виде диаграммы.

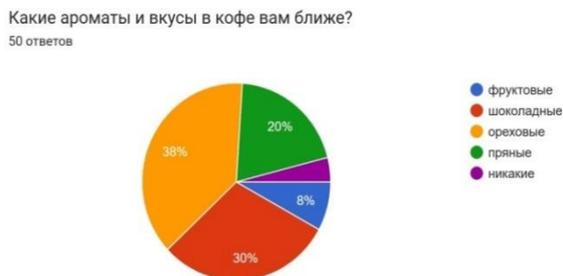


Рис. 3 Потребительские предпочтения во вкусе кофе

На основе диаграммы, можно сделать вывод, что ореховые и шоколадные вкусы являются наиболее популярными среди любителей кофе. Суммарно они составляют 68% предпочтений, что свидетельствует о том, что большинство потребителей отдадут предпочтение более насыщенным и глубоким оттенкам. Ореховые ноты придадут кофе насыщенность и теплоту, а шоколадные оттенки добавляю сладость и гармонию во вкусе напитка.

Пряные и фруктовые ароматы занимают менее значительную долю – 20% и 8% соответственно. Однако это не означает, что данные вкусы являются менее популярными или менее востребованными. Напротив, для определенного сегмента потребителей пряные и фруктовые ноты могут быть источником особого наслаждения и удовольствия.

При опросе мы вывели еще один показатель – это упаковка кофе. Результат голосования находится на 4 рисунке.

Какие факторы оказывают влияние на ваш выбор упаковки кофе?
50 ответов

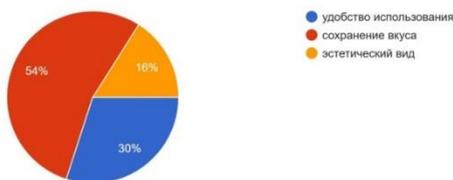


Рис. 4 Потребительские предпочтения в упаковке кофе

Анализ диаграммы показывает, что большинство респондентов (54%) выделили сохранение вкуса продукта как ключевой фактор при выборе упаковки. Далее следуют удобство использования (30%) и эстетический вид (16%). Это указывает на важность качества продукта и его удобства использования при выборе упаковки потребителями.

Напоследок мы задали следующий вопрос: какими каналами коммуникациями вы предпочитаете получать информацию о новинках и акциях в сфере кофе. Ответ на этот вопрос отражен на рисунке 5.

Какими каналами коммуникации вы предпочитаете получать информацию о новинках и акциях в сфере кофе?
50 ответов

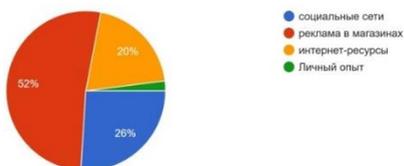


Рис. 5 Каналы коммуникации для получения информации

Большинство респондентов (52%) предпочитают получать информацию о новинках и акциях в сфере кофе через рекламу в магазинах. Затем идут социальные сети (26%) и интернет-ресурсы (20%). Это показывает, что для большинства опрошенных реклама в магазинах является основным каналом коммуникации для получения информации о продукции и акциях в сфере кофе.

Таким образом, проведя исследование по сегментации рынка кофе можно сделать следующий вывод. Для потребителей очень важны вкусовые качества товара, а также удобство использования и эстетический вид упаковки. Учитывая эти факторы, производители кофе могут сосредоточиться на создании продукции, которая не только

вкусна, но и удобна в использовании, а также привлекательна с точки зрения дизайна упаковки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Герасименко, О.А., Тхориков, Б.А., Титова, И.Н. Геомаркетинговое моделирование – аналитический инструмент планирования бизнеса / О.А. Герасименко, Б.А. Тхориков, И.Н. Титова // Вестник Белгородского университета. Серия Экономика. Информатика. – 2020. – Т.47. – №4. – С. 710-717.

2. Прядко, С. Н. Цифровой маркетинг : Учебное пособие / С. Н. Прядко, С. А. Кучерявенко, Н. И. Быканова. – Белгород : Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2023. – 104 с. – ISBN 978-5-9571-3430-5. – EDN IEVJDR

3. Tselyutina, T.V. Assessment of the supply chain management as a comprehensive evaluation of the labour potential of the region / T.V. Tselyutina, T.A. Vlasova, O.A. Timokhina, Y.V. Maslova // International Journal of Supply Chain Management. – 2019. – Vol. 8. – No. 5. – Pp. 1039-1046.

4. Google - форма / [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.google.ru> (дата обращения 22.04.2024)

УДК 336.744

Можный А.И.

*Научный руководитель: Акимова Г.З., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ИНВЕСТИРОВАНИИ КРИПТОВАЛЮТЫ: КАК ПРИНИМАТЬ ОБОСНОВАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ

В быстро меняющемся финансовом пространстве криптовалюты превращаются из нишевого интереса в глобальное явление, бросая вызов традиционным представлениям о валюте, активах и хранении ценностей. Этот сдвиг парадигмы, возглавляемый экосистемой биткоина, пересматривает суть того, что представляет собой деньги, активы и средства сбережения. В авангарде этой финансовой революции находится Сальвадор - первая страна, принявшая биткоин в качестве законного платежного средства, создав прецедент для будущей роли цифровых валют.

Биткоин — первая самая известная криптовалюта. Она появилась в 2009 году. Её автор — разработчик Сатоши Накамото. Биткоин – самый надежный цифровой актив для инвестиций. Он считается цифровым золотом. [1]

Традиционно класс активов характеризуется способностью приносить доход, сохранять капитал и хеджировать от инфляции. Биткоин - главная криптовалюта, которая возникла как реакция на финансовый кризис 2008 года, сочетая в себе эти характеристики с дополнительными аспектами дефицита цифровых ресурсов и технологических инноваций. Имея ограниченный запас в 21 миллион монет, биткоин является примером цифрового дефицита, зеркально отражая ограничения на поставку драгоценных металлов, таких как золото. Институциональные инвесторы и корпорации все чаще включают криптовалюты в свои портфели, признавая их потенциал для получения высоких доходов и диверсификации. Этот сдвиг в сторону признания криптовалют свидетельствует о растущем признании их не только как спекулятивных инструментов, но и как легитимных активов. [2]

Криптовалюта предлагает низкую стоимость транзакций, не требует традиционной банковской инфраструктуры, за счёт чего является удобным решением для небанковских клиентов. Однако использование этого инструмента должно быть продуманным. Важно оценить финансовые цели и возможные последствия инвестиций.

Можно выделить четыре аргумента в пользу криптовалют:

1. Низкие комиссии. У транзакций с криптовалютами комиссии ниже по сравнению с традиционными банковскими переводами, что делает их более привлекательными для отправки денежных переводов. Например, один из крупнейших переводов криптовалюты был выполнен на сумму 101,8 тысяч биткоинов. При этом комиссия составила около 50 центов. В Сбербанке берут комиссию за перевод 2% от суммы, но не более 1500 рублей.

2. Скорость транзакций. Переводы проходят быстрее по сравнению со стандартными операциями. Например, банковские переводы за границу могут идти в течение пяти рабочих дней. На завершение операции с криптовалютой уходит несколько секунд.

3. Безопасность. Блокчейн-технология предлагает улучшенные меры защиты данных благодаря шифрованию и децентрализации.

4. Прозрачность. Все транзакции записываются в общедоступный журнал, повышая прозрачность операций. [3]

Однако стоит учитывать и недостатки цифровой валюты:

- Волатильность. Высокая изменчивость стоимости криптовалют несёт риск для пользователей, которые могут потерять значительную часть своих инвестиций из-за колебаний рынка. Так, с конца 2021-го по май 2022-го биткоин потерял \$44 тыс.

- Регулирование. Недостаточное или разное регулирование в разных странах создаёт правовую неопределённость и может препятствовать широкому приёму.

- Технический порог. Для использования криптотехнологий необходимы профильные знания и навыки, что может быть барьером для технически неподготовленного населения.

- Мошенничество и хакерские атаки. Несмотря на высокий уровень безопасности блокчейна, пользователи всё равно подвергаются риску через онлайн-кошельки или обменные платформы. А анонимная природа транзакций может способствовать незаконной активности. [3]

Грамотный финансовый менеджмент в инвестировании в криптовалюты является очень важным аспектом, потому что рынку криптовалют присуща высокая волатильность и риск в операциях с валютой. Главными пунктами финансового менеджмента по работе с криптовалютой являются следующие особенности:

1. Рациональное распределение портфеля, т.е. наличие диверсифицированного портфеля, в который входят не только одна криптовалюта, а несколько, способствует достижению стабильного уровня инвестиций, а также снижению уровня рисков.

2. Установление стратегии инвестирования в крипторынок предполагает анализ определенных параметров, таких как: цель инвестиций, уровень риска инвестиций, временные рамки и стратегия вывода.

3. Проведение анализа технических показателей, для которого используются такие технические индикаторы как: дивергенция конвергенции скользящей средней (MACD), индекс относительной силы (RSI), средний индекс направленности (ADX).

4. Управление рисками. Нужно понимать, что все финансовые инвестиции, в том числе и в криптовалюту, сопряжены с определенными рисками. Для их снижения необходимо грамотное использование методов риск-менеджмента, примерами таких методов являются: установление стоп-лимитов, контроль размера позиций, использование методов страхования риска, таких как хеджирование. [4]

5. Постоянное обучение и анализ. Так как рынок криптовалюты является быстрорастущим и постоянно меняющимся, то постоянная слежка за ситуацией на рынке, перенимание опыта профессиональных

трейдеров, и следование определенным трендам дает возможность грамотно скорректировать стратегию в работе с криптовалютой. [5]

6. Использование надежных платформ и бирж для трейдинга криптовалютой дает возможность не только максимизировать прибыль, но и не попасть под санкционную политику определенных государств, влияющих на те или иные биржи. Такие сервисы как Bybit и BingX являются примером качественной площадки для последующих криптоопераций, в том числе и на территории Российской Федерации. [6]

В заключении следует отметить, что успешная интеграция криптовалют в качестве актива, средства сбережения и платежного средства может проложить путь к более широкому признанию и постепенно изменить мир, в котором цифровые и фиатные валюты сосуществуют и дополняют друг друга. По мере того как мы будем осваивать эту неизведанную территорию, криптовалюты, скорее всего, продолжат бросать вызов и пересматривать наше понимание денег, стоимости и финансового суверенитета.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Что такое криптовалюта? Биткоин: как зарабатывать, почему растёт [сайт], 2024 — URL: <https://lenta.profinansy.ru> (дата обращения: 18.04.2024).

2. Будущее криптовалют [сайт], 2024 — URL: <https://www.bitget.com> (дата обращения: 18.04.2024).

3. Роль криптовалют и Fintech в процессе финансового включения [сайт], 2024 – URL: <https://rb.ru> (дата обращения 18.04.2024)

4. Стратегии управления рисками для криптотрейдеров: защита вашего капитала на волатильных рынках [сайт], 2024 – URL: <https://tradershero.com> (дата обращения 18.04.2024)

5. Что нужно знать при инвестировании в криптовалюту - Капитал [сайт], 2024 – URL: <https://kapital.kz> (дата обращения 18.04.2024)

6. Топ-5 криптовалютных бирж в России на 2024 год. Как выбрать самую надежную биржу – аналитика от экспертов [сайт], 2024 – URL: <https://vc.ru> (дата обращения 18.04.2024)

7. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общей ред. проф. А.С. Трошина. Белгород: изд. БГТУ им В.Г. Шухова, 2024. – 243 с.

8. Куприянов С.В. Национальные социально-экономические системы в условиях перехода к новому социально-экономическому

укладу: монография / под ред. проф. С.В. Куприянова. – Белгород: Изд-во БГТУ им В.Г. Шухова, 2021. 300 с.

УДК 338

Мухин И.В.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: РИСКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Современная экономика подчас требует неординарных решений. Сама суть рынка заключается в постоянной изменчивости. В условиях, когда технический прогресс диктует новые правила производства и организации рабочей силы, предприятия, остающиеся в стороне и не успевающие производить модернизацию, оказываются на «задворках» экономики и постепенно угасают.

Тем самым воспроизводится одна из основополагающих функций рыночной экономики – санирующая. Участники, не отвечающие актуальным требованиям, вынуждены уйти с рыночного поля в ходе конкуренции с более продвинутыми предприятиями.

Для того, чтобы держаться «на плаву», предприятие должно постоянно ориентироваться на повышение собственной прибыли. Это может быть обеспечено неиспользованными и текущими резервами, то есть традиционно применяя привычные практики производства. Также можно задействовать перспективные резервы, среди которых числятся достижения НТП, то есть инновации [1].

В основе того, будет ли предприятие отвечать современным требованиям, выставляемым рыночной системой, лежит такое понятие как «инновация». Одним из первых ввел его в обиход австрийский и американский экономист Йозеф Шумпетер. Оно связано также с такими фундаментальными понятиями, как «экономический рост» и «экономическое развитие».

С точки зрения Й. Шумпетера, экономический рост представлял собой лишь постоянное увеличение количества товаров на рынке в рамках уже сформировавшегося спроса. В то же время экономическое развитие тесно связано с введением инноваций и заключается в создании принципиально новых товаров и услуг на рынке [2].

Согласно Шумпетеру, инновация на рынке определяется следующими видами деятельности [2]:

1. Создание нового, ранее неизвестного блага (продукта).
2. Внедрение новых способов производства.
3. Расширение рынков сбыта.
4. Открытие новых источников сырья.
5. Проведение реорганизации системы администрирования с целью увеличения конкурентоспособности (вплоть до достижения монопольного положения на рынке).

В рамках такой системы стремительного введения инноваций на рынке формируется такое явление, как «созидательное разрушение». Оно заключается, в частности, в систематическом вытеснении с рынка убыточных предприятий и перераспределении ресурсов в пользу более успешных.

В современном мире теория инноваций развивается по двум основным направлениям [3]:

1. Совершенствование механизмов государственной поддержки и регулирования развития инновационной деятельности; формирование институциональных основ развития инноваций.

2. Ускорение процесса внедрения инноваций.

Говоря о прибыли, следует выделить факторы, которые на нее влияют. Они могут быть как внешние, так и внутренние. Однако для предпринимателей наиболее актуальными являются именно внутренние факторы, так как на них можно воздействовать непосредственно на уровне самого предприятия. Среди таких следует выделить следующие [4]:

- повышение цен на продукцию;
- увеличение объема производства продукции;
- повышение качества продукции;
- продажа или передача неиспользуемого оборудования или иной собственности;
- снижение себестоимости производимой продукции (часто достигается именно введением инноваций).

Будучи одним из наиболее эффективных источников прибыли предприятия, инновации выполняют три функции [4]:

- инвестиционная;
- воспроизводственная;
- стимулирующая.

Под инвестиционной функцией подразумевается, что полученная прибыль от применения нововведений может быть в дальнейшем инвестирована.

Воспроизводственную функцию можно интерпретировать следующим образом: инновации становятся важным источником

финансирования производства; полученная прибыль от введения инноваций может быть использована как источник финансов.

Стимулирующая функция подразумевает, что сам факт наличия прибыли от введения инноваций в производственную деятельность является важным фактором ведения хозяйства, так как любое предприятие нацелено на получение прибыли.

Однако у инновационного пути получения прибыли для организации существуют и минусы, среди которых следует выделить [5]:

- слишком разветвленная система различных направлений, в рамках которых предприятие может проводить инновационную деятельность;
- неопределенность тех способов организации производства, которые предоставляются инновационными направлениями;
- высокие риски;
- сложность, а иногда и даже невозможность составления полноценного плана действий по внедрению инноваций;
- вероятность возникновения ранее неизвестных издержек не только экономического, но и социального характера.

В современной экономике достаточно важным является вопрос внедрения инноваций в нефтегазовую отрасль. Обусловлено это тем, что в России она занимает немалую долю совокупного ВВП и обеспечивает множество смежных отраслей экономики.

Согласно последним исследованиям, среди выгод от внедрения инноваций в нефтегазовую сферу можно выделить [6]:

1. Увеличение производительности и конкурентоспособности российских предприятий нефтегазовой отрасли на международном рынке, что значительно увеличит объемы экспорта.
2. Снижение затрат на производство продукции.
3. Развитие научно-технической базы российской науки за счет создание смежных инновационных продуктов, что повысит уровень экономической безопасности России в целом.
4. Сокращение зависимости от импорта технологий, что значительно снизит риски во внешнеэкономической деятельности.

К тому же, за счет широкой поддержки государства и очень высоких доходов, нефтегазовая отрасль наиболее приспособлена к внедрению инноваций, так как она способна в долгосрочной перспективе покрыть все сопутствующие инновационные риски.

Среди традиционных направлений инновационной политики в России можно выделить [7]:

1. Инвестирование в исследования и разработки (Яндекс.Поиск;

OZON; Тинькофф; Сбер).

2. Инвестирование в стартапы (Сбер; Северсталь).

3. Цифровая трансформация (Яндекс.Лавка; OZON; Северсталь);

4. Сотрудничество с инновационными структурами (Ростелеком; ММК).

5. Образование и развитие персонала (Сбер; Северсталь).

Согласно последним исследованиям, можно заметить, что в процессе внедрения инноваций в деятельность предприятий (на примере Apple) значительно растет стоимость ее акций (Рис. 1).

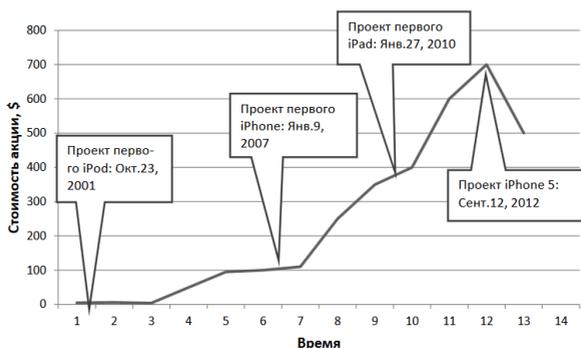


Рис. 1. Изменение стоимости акций компании Apple Inc. с выходом новых инновационных продуктов [8]

Как можно заметить, инновации являются достаточно эффективным средством в достижении целей повышения капитализации и прибыли компании. Однако существует множество рисков и факторов, которые могут негативно сказаться на предприятии в ходе инновационной деятельности.

Для наиболее эффективного внедрения инноваций в экономическую деятельность требуется тесное сотрудничество предприятий и государства, это позволит создать «подушку безопасности» для предприятий, которые могут пострадать от сопутствующих рисков, а также сформировать тесное сотрудничество предприятий с государственными исследовательскими институтами и вузами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Выборнова, В.В. Актуальные проблемы повышения прибыли предприятия / В.В. Выборнова, С.В. Выборнова, А.А. Яркина //

Актуальные проблемы экономического развития : междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 20-летию ин-та экономики и менеджмента : сб. докл. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - Ч. 1. - С. 113-117.

2. Носков, А.А. Теория инноваций в исторической ретроспективе / А.А. Носков // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. - 2022. - №4. – С. 175-191.

3. Щербаков, Г.А. Генезис и развитие научных представлений о роли инноваций в экономическом процессе / Г.А. Щербаков // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). - 2019. - № 4. - С. 470–486.

4. Цаллаева, К.Э. Инновации как главный источник прибыли. идеи Й.А. Шумпетера и российский бизнес / К.Э. Цаллаева // Экономика и социум. - 2021. - №7 (86). – С. 541-544.

5. Богомолов, Е.А., Воронин, М.В. Проблемы и перспективы использования инноваций в предпринимательской деятельности / Е.А. Богомолов, М.В. Воронин // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. - 2023. - №1 (67). – С. 15-20.

6. Кан, Е.Н., Цыпляева, М.М. Внедрение технологических инноваций на предприятиях нефтегазовой отрасли как способ развития российской экономики / Е.Н. Кан, М.М. Цыпляева // Скиф. - 2023. - №5 (81). – С. 99-102.

7. Селезнев, А.С. Роль и место инноваций в повышении капитализации // Экономика строительства. 2023. №9. – С. 125-131.

8. Белемаева, А.В., Калимуллин, Д.М. Анализ значимости оценки инноваций в процессе увеличения капитализации предприятия / А.В. Белемаева, Д.М. Калимуллин // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2020. - №1-1. – С. 35-38.

УДК 339.187

Мякушко Л.Н., Люлюченко М.В.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ СБЫТА ПРОДУКЦИИ НА РОССИЙСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В современных экономических условиях проблема эффективности функционирования крупных промышленных предприятий приобретает все большую актуальность. В связи с этим тема рационального

реинжиниринга бизнес-процессов сбытовой деятельности нуждается в дополнительном детальном изучении каждой компанией.

Существует множество подходов в работах известных учёных к изучению влияния организации сбыта продукции на дальнейшее функционирование предприятия. Наибольшее отражение данные подходы нашли в трудах зарубежных учёных.

С. Дуглас обращает внимание на то, что при анализе существующего и разработке нового бизнеса важную роль играет построение бизнес-процессов по дальнейшей реализации и сбыту продукции. Д. Абель предполагал, что правильно спроектированная организационная структура управления даст возможность предприятию работать без сбоев в сфере сбыта продукции. Р. Россон считал, что правильно спроектированная организационная структура управления даёт возможность предприятию работать без сбоев, добиваясь наибольшей эффективности сбыта продукции и, впоследствии, её прибыльности. Дж. Битмак указывал на важность усовершенствования бизнес-процессов предприятий для решения проблем охвата новых рынков предприятий, роста эффективности производства, повышение товарооборота [1].

Над изучением влияния выстроенной на предприятии организации сбыта продукции работали и многие русские учёные. И. Зотов и А. Яровой по результатам анализа уровня качества функционирования отечественных предприятий отмечают, что причинами недостатков систем сбыта продукции является отсутствие четкого понимания зависимостей структурных подразделений друг от друга. Л. Г. Валишевская, А. И. Мусатова обратили внимание на то, что предприятие в своем развитии должно учитывать периодическое чередование фаз жизненного цикла с изменением внешних воздействий и вовремя применять оптимальные финансовые и сбытовые решения в управлении его хозяйственной деятельности.

Несмотря на отсутствие единого подхода к изучению влияния организации сбыта продукции на дальнейшее развитие предприятия, все толкования, так или иначе, дополняют друг друга и показывают важность построения эффективной системы сбыта продукции.

На сегодняшний день отдел сбыта продукции играет одну из главных ролей в дальнейшем функционировании компании [3]. Существует несколько моделей архитектуры отдела продаж, учитывающих тип предприятия и стадию его жизненного цикла.

Одноуровневая модель архитектуры отдела продаж подразумевает под собой выполнение всех обязанностей одним менеджером. Данной модели придерживаются многие начинающие предприниматели, так

как она обладает существенной простотой, удобством контроля и независимостью от работы других отделов. Модель хороша для применения в узкой сфере продаж и не подойдёт для дальнейшего масштабирования бизнеса.

Двухуровневая модель архитектуры отдела продаж подойдёт для предприятий, реализующих сезонную продукцию. При такой модели продаж сотрудников принято делить на «охотников» и «фермеров». Основная обязанность первых – умение проводить грамотные переговоры с клиентом, отработывая возражения. Вторые контролируют всё, что происходит после сделки. «Фермеры» прикрепляются к клиенту, поэтому дальнейшая их замена станет трудна для управляющего. Ещё одним минусом данной модели является слаборазвитый колл-центр, поэтому многие компании прибегают к использованию услуг сторонних организаций [5].

На протяжении всего жизненного цикла на предприятие оказывают влияния факторы как на микро-, так и на макро- уровне. Перечисленные модели архитектуры отдела продаж являются хорошим толчком в начале жизненного цикла предприятия [7]. В условиях воздействия агрессивных внешних факторов и растущей конкуренции, данные модели архитектуры отдела продаж становятся неэффективными и требуют модернизации.

За последние 3 года предприятиям пришлось столкнуться с различными проявлениями макроэкономических факторов. Ситуация, сложившаяся в розничной торговле, отражает текущее экономическое состояние страны.

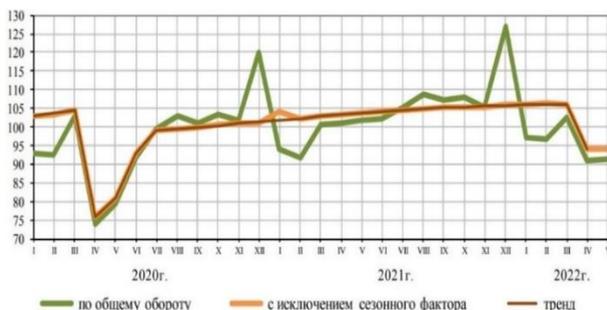


Рис. 1 – Динамика оборота розничной торговли в % к среднемесячному значению 2019 года, 2020-2022 гг. [4]

С последствиями от влияния макроэкономических факторов предприятия столкнулись ещё в 2020 году. Пандемия коронавируса заставила компании сократить штат сотрудников, столкнуться с

первыми проблемами поставок сырья и материалов, понести значительные убытки, связанные с простоем оборудования. По данным журнала «Клерк», за 2020 год число действующих предприятий сократилось на 300 тыс. или на 9,6%, что повлекло за собой сокращение и оборота розничной торговли на рекордных 30% [8].

К 2022 году влияние внешних факторов на работу предприятий достигло пиковой точки. Объявление специальной военной операции на Украине повлекло за собой введение пакетов санкций странами Запада и США против России, всплеск инфляции, волатильность валютного курса, рост ставки ЦБ с 9,5 до 20%, подрыв выстроенных логистических цепочек. Это привело к такому же стремительному сокращению розничной торговли и составило порядка 15% от общего оборота в I квартале 2022 года.

Такие неутешительные данные доказывают необходимость проведения реинжиниринга отдела сбыта продукции предприятий. Наиболее эффективной моделью архитектуры отдела сбыта продукции для проведения реинжиниринга является трёхуровневая архитектура отдела продаж. При трёхуровневой модели первым контактом занимается колл-центр, продажу закрывает менеджер, а постоянных клиентов ведёт отдел по работе с клиентами.



Рис. 2 – Этапы продажи трёхуровневой модели отдела сбыта продукции

Модель достаточно просто масштабировать и трудно копировать, ведь сама по себе она не несёт никакой ценности для конкурентов. Предприятие может создать индивидуальный и конкурентоспособный отдел продаж под свою внутреннюю структуру [2]. Отдел продаж легко подстраивать под внешние изменения, внедрять новые стандарты компании и контролировать их соблюдение.

Трёхуровневую модель отдела сбыта продукции внедрили в свою работу множество компаний, одной из наиболее известных является ведущая российская компания «X5 Group».

Таблица 1 – Сравнение результатов крупных компаний ретейлеров за I квартал 2023 года [9]

	X5 Group	Лента	Fix price	Окей
Розничная выручка, млрд руб	689,2	122,5	58,1	48,7
Изменения выручки, %	15,7	-6,2	4,9	3,1
LFL-продажи, %	6,5	-5,6	-5,1	-2,6
Средний чек, руб	494,3	1026	330	-

По итогам января – марта 2023 года чистая выручка компании выросла на 15,7% – до 689,18 млрд рублей. Средний чек по группе вырос незначительно на 2,1%, – до 494,3 рублей. Общее количество покупателей всех магазинов группы выросло на 13% – до почти 1,6 млрд клиентов. Всего на конец марта под управлением «X5 Group» находилось 12 760 магазинов.

Компания «X5 Group» совместно с реинжинирингом бизнес-процессов отдела сбыта продукции разработала маркетинговую стратегию для наиболее эффективного продвижения своих товаров.

Работа отдела сбыта продукции напрямую зависит от выстроенной маркетинговой стратегии предприятия. Существует ряд способов рекламного воздействия на потенциальных покупателей.



Рис. 3 – Основные способы рекламного воздействия, используемые компаниями РФ, в % [6]

По данным журнала «РБК», во II квартале 2022 года российские предприятия использовали 4 основных способа рекламного продвижения своих товаров: SMM-продвижение в социальных сетях, ТВ и радио, email и SMS-рассылки и наружная реклама[6].

49% предприятий использовали SMM-продвижение своей продукции в таких социальных сетях, как Вконтакте, WhattsApp,

Telegram и тд. Такой способ рекламы товаров оказался самым действенным по количеству обратных откликов потребителей[6].

На сегодняшний день предприятия не ограничиваются одним способом продвижения, а прибегают к использованию сразу нескольких для выстраивания эффективной рекламной компании и для улучшения работы отдела сбыта продукции.

С учётом современных экономических условий предприятиям необходимо иметь гибкую структуру, подстраивающуюся под внешние изменения. Проведение реинжиниринга бизнес-процессов отдела сбыта продукции предприятия вносит значимую составляющую в сохранении его конкурентоспособности. Внедрение модернизированной модели сбыта продукции даёт возможность предприятию охватить новые рынки, увеличить эффективность производства, а также повысить свой товароборот.

Реинжиниринг бизнес-процессов отдела сбыта продукции и эффективная маркетинговая стратегия способны помочь компании минимизировать влияние внешних факторов и занять устойчивую позицию среди конкурентов.

Однако, по данным аналитического центра TEBIZ-Group, около 12% предприятий отказываются от проведения реинжиниринга отдела сбыта продукции и продолжают использовать полюбившиеся им модели [9]. Это происходит из-за неосведомленности и нерешительности руководителей, а также желания минимизировать траты в фонд заработной платы сотрудников путём наложения обязанностей. В конечном итоге такое решение влечёт за собой застой продукции на складах, ослабление маркетинговой стратегии, потерю конкурентоспособности фирмы, а иногда и вовсе её ликвидацию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бурцев В.В. Контроль и совершенствование управления сбытом в коммерческой организации / В.В. Бурцев // Экономический анализ: теория и практика. - 2019. - № 6. - С. 7 - 15

2. Никитина Е. А., Щетинина И. В., Селиверстов Ю. И. Формирование механизма повышения конкурентоспособности предприятия / Е. А. Никитина, И. В. Щетинина, Ю. И. Селиверстов [Текст] // Белгородский экономический вестник. - Белгород, 2017. - С. 126-131

3. Никитина М.В., Стрельникова М.А. Роль отдела продаж в развитии предприятия // Стратегия устойчивого развития регионов России - 2019. - № 26. - С. 135–137

4. Оборот розничной торговли Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики Росстат URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 10.03.2024)

5. Три модели построения отдела продаж: плюсы и минусы каждой для бизнеса // Журнал Про Бизнес URL: <https://probusiness.io> (дата обращения 17.03.2024)

6. Цифровая реклама России 2022 год // Журнал РБК URL: <https://trends.rbk.ru/> (дата обращения 24.03.2024)

7. Чернышева Г.Н., Головнева Т.И. Анализ потенциала ресурсной базы предприятия на разных стадиях жизненного цикла // Альманах современной науки и образования - 2018. - № 4. - С. 181–185

8. Экономика России в 2020 году // Журнал Клерк URL: <https://www.klerk.ru> (дата обращения 17.03.2024)

9. Экспертно-аналитический центр ТЕБИЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tebiz.ru> (дата обращения 20.03.2024)

УДК 338.24

Нгойа Д.М.

Научный руководитель: Осыченко Е.В., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕЗАВИСИМОСТИ

Экономическая независимость является важной концепцией для обеспечения надлежащего функционирования рынков и защиты интересов потребителей. Вот несколько ключевых моментов, которые следует учитывать:

Отраслевое экономическое регулирование:

С восьмидесятых годов открытость для конкуренции секторов, находящихся в государственной монополии, таких как транспорт, энергетика и телекоммуникации, привела к созданию органов отраслевого экономического регулирования. Эти регулирующие органы обеспечивают защиту интересов потребителей, одновременно способствуя росту и инновациям в своей сфере компетенции.

Отраслевое регулирование сегодня должно противостоять цифровой революции, которая коренным образом меняет рыночные структуры, особенно через экономику платформ. Авторы считают, что экономическое регулирование платформ не оправдано, даже если необходимо регулировать другие аспекты (налогообложение,

лояльность, прозрачность алгоритмов) [1]. С другой стороны, цифровые технологии требуют повышения компетентности регулирующих органов в области массовых данных и алгоритмов.

Цель отраслевого конкурентного регулирования состоит в том, чтобы обеспечить удовлетворение потребностей потребителей за счет стимулирования выхода на рынок новых участников и предоставления доступа к критически важной инфраструктуре на вышестоящем рынке для участников нижестоящего рынка (таких как, например, доступ к железнодорожной сети, транспортным операторам или доступ к фиксированной телефонной сети, состоящей из " медной пары " исторического оператора). В долгосрочной перспективе целью является инновационное развитие и рост [2].

Цель экономической эффективности:

Отраслевое регулирование должно быть сосредоточено на контроле рыночной власти, не отвлекаясь на другие цели. Хотя проблемы, связанные с окружающей средой или землепользованием, являются законными, для их решения необходимо использовать другие инструменты государственной политики.

Таким образом, независимость является следствием отраслевого характера регулирования и необходимости защиты интересов, как конкурентных, так и неконкурентных, интересы которых регулирующий орган отвечает за учет макроэкономических соображений или, в более общем плане, любых внешних проблем [3].

Специализация регулирующих органов:

Уровень специализации органов экономического регулирования является проблемой. Относительно широкая компетенция позволяет ограничить риски захвата регулируемыми отраслями, но за счет меньшего понимания каждого сектора. Крайне важно принимать решения в каждом конкретном случае, одновременно поощряя сотрудничество между регулирующими органами в различных секторах [3],[4].

Независимость регулирующих органов:

Независимость регулирующих органов от регулируемых отраслей и политической власти имеет решающее значение. Заработная плата и условия мобильности должны устанавливаться таким образом, чтобы поддерживать баланс между этическими требованиями и доступом к качественным навыкам[3].

Эволюция отраслевого регулирования:

Цифровая революция меняет рыночные структуры, что влияет на отраслевое регулирование. В зависимости от степени конкуренции и зрелости рынков активность регулирующих органов может снизиться в

пользу органа по вопросам конкуренции или европейского уровня. Единой схемы не существует, и каждый случай должен быть оценен [2].

Финансовое образование:

Предоставляя адекватное финансовое образование, люди лучше подготовлены для автономного управления своими финансами и принятия обоснованных решений.

Доступ к трудоустройству:

Обеспечение справедливого доступа к трудоустройству и карьерным возможностям для всех, независимо от пола, этнического происхождения или социально-экономического статуса, может помочь обеспечить экономическую независимость.

Социальная защита:

Создание сетей социальной защиты, таких как пособия по безработице, пенсионные пенсии и программы социальной помощи, может помочь защитить людей от экономических рисков и повысить их финансовую независимость.

Содействие предпринимательству:

Поощрение предпринимательства и поддержка малого бизнеса может предложить людям возможность создать свой собственный источник дохода и стать экономически независимыми.

Борьба с дискриминацией:

Борьба с дискриминацией по признаку пола, этнического происхождения, сексуальной ориентации или любого другого фактора может помочь обеспечить равный доступ всех людей к экономическим возможностям.

Другие меры также могут быть приняты для содействия экономической независимости, в том числе:

Доступ к доступным финансовым услугам: Обеспечение справедливого доступа к финансовым услугам, таким как банковские счета, доступные кредиты и страхование, может помочь людям эффективно управлять своими деньгами и инвестировать в свое будущее.

Профессиональное обучение и развитие навыков: Предложение программ профессионального обучения и развития навыков может позволить людям приобрести навыки, необходимые для доступа к хорошо оплачиваемым и надежным рабочим местам.

Содействие равной оплате труда: Обеспечение равной оплаты труда мужчин и женщин, а также справедливой оплаты труда для всех работников помогает обеспечить справедливое вознаграждение каждого за свою работу и мог достичь некоторой финансовой стабильности.

Поддержка семьи: Введение политики поддержки семьи, такой как оплачиваемый отпуск по уходу за ребенком, доступный уход за детьми и семейные пособия, может помочь родителям совместить работу и семейную жизнь, обеспечивая при этом финансовую безопасность своего дома [4].

Короче говоря, экономическая независимость основывается на составе регулирующих органов, осуществлении полномочий по назначению и отстранению от должности, статусе членов и средствах, которыми они располагают для выполнения своей миссии.

Внедряя эти механизмы и внедряя политику, способствующую экономической независимости, можно создать среду, в которой каждый имеет возможность процветать и реализовать свой экономический потенциал.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Куприянов, С. В. Национальные социально-экономические системы в условиях перехода к новому социально-экономическому укладу: монография / под реф. проф. С. В. Куприянова. — Белгород: изд-во БГТУ, 2021. — 300 с.

2. Обзор, заметки Совета по экономическому анализу [Электронный ресурс]. URL:<https://www.cairn.info> (дата обращения: 2020).

3. Medvedowsky, A., Devaux, P., & De maison rouge, O. Экономическая независимость должна быть определена как цель приоритета и национальной солидарности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lefigaro.fr> (дата обращения: 2020).

УДК 338.012

Пензев Н.А., Фокин В.А.

Научный руководитель: Люлюченко М. В., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ

Рассматривая актуальность изучения выбранной темы статьи, нужно подчеркнуть, что жизнь общества напрямую зависит от экономики. Выражаясь другими словами, социальное развитие обеспечивает рост национальной экономики. Собственно, сама

экономика во многом зависит от развития инновационной деятельности, тому подтверждение множество работ как отечественных, так и зарубежных авторов. К яркому примеру можно отнести труд ученого-экономиста, Базарова В.А., который описал экономическое развитие с помощью кривой. На основе этой кривой отмечается, что рост экономики на базе конкретного уровня технологий с истечением времени будет замедляться и в конце полностью прекратится [1]. Отталкиваясь от этого предположения, не трудно догадаться, что новые технологии обеспечивают переход на новую кривую, иными словами, разработка и внедрение инноваций возобновляет экономический рост той или иной страны. Таким образом, подчеркивается необходимость изучения развития инновационной деятельности.

В данной работе объектом исследования была выбрана инновационная деятельность Российской Федерации. Чтобы рассмотреть ее текущее состояние приведем данные из рейтинга глобального инновационного индекса 2023 года (табл. 1), в дальнейшем упоминании будет использоваться аббревиатура ГИИ-2023.

Для лучшего понимания табл. 1 стоит отметить, что данный рейтинг составляется Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС), данная организация оценивает инновационную деятельность различных национальных экономик по ряду субиндексов (Человеческий капитал и исследования, уровень развития бизнеса, результаты в области знаний и технологий и другие, которые отражены в табл. 1), которые являются отражением состояния и динамики соответствующих той или иной группе показателей, характеризующих различные аспекты инновационной деятельности. На основе оценки приведенных в таблице 1 субиндексов определяется место той или иной экономики страны в общем рейтинге.

Таблица 1 – Рейтинг стран по величине глобального инновационного индекса-2023 и по отдельным группам показателей [2]

	РФ	Швейцария	США	Великобритания
Общий рейтинг в ГИИ	51	1	2	4
Институты	110	2	13	24
Человеческий капитал и исследования	26	4	9	6
Инфраструктура	72	4	19	8
Уровень развития рынка	56	8	1	5

Уровень развития бизнеса	44	7	3	22
Результаты в области знаний и технологий	54	1	3	8
Результаты творческой деятельности	53	1	12	3

Согласно табл. 1 Российская Федерация в 2023 году заняла 51 место в общем рейтинге среди 132 оцененных стран. Отгалкиваясь от рейтинга, можно отметить сильные и слабые стороны инновационной системы РФ. К сильным сторонам относятся человеческий капитал и исследования (по данному индексу Россия заняла 26 место). К слабым можно отнести группу «Институты» (110 место). Необходимо сказать, что к отчету ГИИ-2023 добавлены подробные анализы показателей каждой группы инновационной системы.

Так, по приложениям к отчету ГИИ-2023 можно выделить следующие сильные стороны в группе «Человеческий капитал и исследования»: высокий охват высшим образованием (по рейтингу ГИИ-2023 РФ заняла 16 место), количество выпускников научных и технических специальностей (13 место в рейтинге), высокую наукоемкую занятость (22 место). Рассматривая в динамике некоторые показатели из рассмотренной группы, следует подчеркнуть, что в РФ хоть и высокая занятость в сфере науки, однако количество персонала, занятого исследованиями и разработками, с 2017 года по 2022 г. постепенно уменьшается, так на 2017 г. в РФ приходилось 707887 научного персонала, а в 2022 г. – 669870 человек. Также стоит упомянуть мнение Николая Тойвонена, в своем экспертном заключении, подготовленном к сессии ПМЭФ-2022 «30 лет инновационной политики России. Создание компаний — технологических чемпионов: уроки и перспективы» он отметил, что на конец 2022 года в РФ не хватает высококвалифицированных кадров, которые занимались как организацией в целом инновационной деятельности и выводом разработок на рынок [3], учитывая тот факт, что в России большой поток выпускников естественных и технических специальностей [4] (13 место по рейтингу ГИИ-2023).

Также рассматривая причины очень низкой позиции России по группе показателей «Институты» (110 место среди 132 экономик), стоит подчеркнуть, что Всемирная организация интеллектуальной собственности в своих отчетах отметила низкое качество

регулирования инновационной активности законодательной базой РФ. По данным Росстата можно увидеть, что уровень инновационной активности в России за 2018-2022 гг. колеблется в пределах 9-13%, при этом, в его динамике не наблюдается стабильности, так в 2021 г. он увеличился на 1,1%, а в 2022 г. снизился до уровня 2020 года.

По инновационной инфраструктуре и развитию данного рынка можно отметить постепенное снижение удельного веса инновационных товаров, услуг и работ в общем их объеме, при том, что число разработок передовых производственных технологий и за тот же период 2017-2022 гг. стабильно растет (табл. 2). Отталкиваясь от этого, можно выделить проблему в РФ в выводе и развитии перспективных технологий. В России создание и дальнейшее развитие инновационных продуктов обеспечивается научными и научно-образовательными организациями. В США, которые занимают 1 место по развитию рынка и 19 место по инновационной инфраструктуре, этим занимаются и частные юридические лица [5]. Таким образом, субъекты инновационной системы в РФ пока еще не совершили переход с государственного на частное финансирование.

Также, рассматривая финансирование инновационной деятельности, стоит отметить, что большая часть инновационных проектов держится на дотационной поддержке малых бизнесов, стартапов. По таблице 2 можно увидеть стабильный рост затрат на инновационную деятельность в РФ, так, например, в 2017 году они составили 1405 млрд. руб., а в 2022 г. – 2662,6 млрд. рублей. Отталкиваясь от ранее сказанного по другим группам показателей инновационной экосистемы, можно отметить, что это не принесло положительного эффекта. Таким образом, РФ стоит привлечь и частных юридических лиц, чтобы они не только спонсировали, но и развивали разработанные инновации. Основным негосударственным источником как финансирования, так и продвижения передовых технологий являются крупные государственные или с государственным участием компании. Однако они консервативны к инновациям в силу их монопольного положения.

Таблица 2 – Показатели развития инновационной деятельности в РФ, 2017-2022 гг. [6]

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Уровень инновационной активности организаций (по РФ), %	14,6	12,8	9,1	10,8	11,9	11,0
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме По РФ, %	7,2	6,5	5,3	5,7	5,0	5,1
Затраты на инновационную деятельность организаций по РФ, млрд руб.	1 405	1 473	1 954	2 134	2 379,7	2 662,6
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, %	20,8	19,8	21,6	23,0	23,0	22,8
Разработанные передовые производственные технологии по РФ, ед.	1402	1565	1620	1989	2186	2621
Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками РФ, чел.	70788 7	68258 0	68246 4	67933 3	66270 2	66987 0

Таким образом, рассмотрев перспективы и проблемы в развитии инновационной деятельности РФ, можно предложить следующие мероприятия на краткосрочную и среднесрочную перспективу. Во-первых, государственным органам РФ следует определить крупные компании, которые будут выступать в роли катализаторов распространения и развития инноваций, формируя запрос на инновационные разработки.

Во-вторых, правительственным структурам стоит разработать

комплекс программ, направленных на повышение качества получаемого образования и занятости по специальности, в приоритет взять выпускников научных и технических специализаций. Ведь как отмечалось ранее, Россия занимает высокую позицию по выпускникам и охвату высшего образования, но имеет дефицит высококвалифицированных кадров.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Котлярова Л. Д. Управление инновациями : учебное пособие / Л. Д. Котлярова. — пос. Караваево : КГСХА, 2021. — 58 с.
2. Глобальный инновационный индекс 2023 года: сайт. - URL: <https://www.wipo.int> (дата обращения 26.03.2024)
3. Тойвонен Н. Р. Состояние и перспективы развития инноваций в России / Н.Р. Тойвонен. – Текст : электронный // РОСКОНГРЕС. - 2022. – URL: <https://roscongress.org> (дата обращения: 25.03.2024)
4. Божков Ю.Н., Кузнецова И.А., Пирожков С.И. Подходы к оценке инновационности системы управления человеческим капиталом современного предприятия // Белгородский экономический вестник. – 2019. – № 1. – С. 58-66.
5. Стрижакова Е. Н., Стрижаков Д. В. Развитие инновационной деятельности в Российской Федерации: проблемы и перспективы. Экономика науки. – 2023. – № 9(2). – С. 31–46
6. Федеральная служба государственной статистики: сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения 26.03.2024)
7. Люлюченко, М. В. Инновационное развитие Российской Федерации: тенденции, проблемы и пути их решения / М. В. Люлюченко, В. А. Дорохова // Белгородский экономический вестник. – 2021. – № 2(102). – С. 29-35.

УДК 336.774.3

Першина В.Ю.

*Научный руководитель: Максимчук Е.В., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА

При принятии решений о выдаче кредитов, одним из ключевых этапов является проведение оценки кредитоспособности заёмщика.

Современные подходы к оценке кредитоспособности заёмщика позволяют спрогнозировать вероятность возврата кредита, а также рассмотреть варианты снижения рисков для кредиторов.

На сегодняшний день, по данным банка России, ежегодно растет число заёмщиков банков и МФО. Так, согласно официальным данным Банка России, в первой половине 2023 г. значительно увеличилось число банковских заёмщиков (+2 млн. чел. с начала года), общее число заёмщиков в 2023 г. выросло до уровня 46,7 млн. чел. Также следует отметить, что ежеквартально количество граждан, обращающихся в банки за кредитом растет, если сравнить начало января 2022 г. и 2023 г., то можно отметить, что за данный период число банковских кредитов выросло на 1,1% [3] (рис. 1). За последние года снижения активности среди граждан по заёму денежных средств не наблюдалось, что также может свидетельствовать о том, что данный показатель с годами будет только увеличиваться.

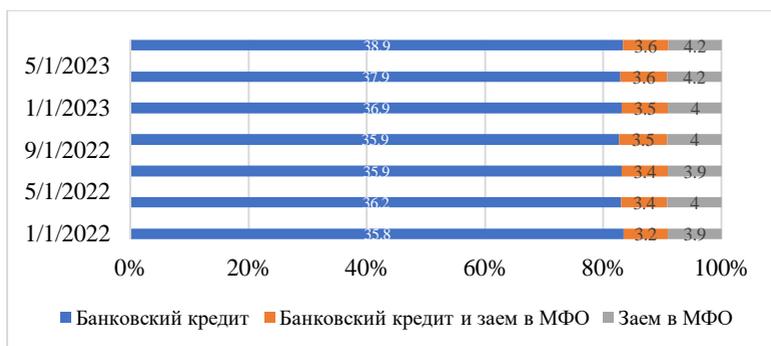


Рис. 1. Распределение числа заемщиков по типам кредитных продуктов, млн. чел. [3]

В связи с ростом числа заёмщиков, необходимо обратить внимание на выбор инструментов для оценки кредитоспособности заёмщика, что для банков является первостепенной задачей. На сегодняшний день существует достаточно широкое количество разнообразных методов для проведения оценки, однако для принятия обоснованного решения необходимо комплексно подойти к выбору. На рис. 2 представим основные методы оценки кредитоспособности заемщика.



Рис. 2. Инструменты оценки кредитоспособности заёмщика (сост. автором с исп. ист. [1,4,5])

С практической точки зрения, наиболее подходящим и всеохватывающим методом при оценке кредитоспособности заемщика является использование машинного обучения по ряду причин. Во-первых, это связано с тем, что машинное обучение позволяет провести анализ большего массива данных, чем ручной метод анализа, кроме этого исключается фактор человеческой ошибки, упрощаются процессы структуризации и прогнозирования. На сегодняшний день нет ни единого финансового учреждения, которое не использовало бы данные методы в своей практической деятельности. Во-вторых, явным преимуществом выступает оптимизация процесса принятия решения. Прежде, чем принять решение о целесообразности выдачи кредита, необходимо проанализировать множество факторов, при этом

машинные технологии позволяют ускорить данный процесс более чем в 10 раз и выбрать наиболее подходящий вариант в конкретном случае, с учетом ряда факторов. В-третьих, необходимо отметить, что машинное обучение также позволяет проанализировать большее число критериев и предоставить ту информацию, которая действительно отразит реальное финансовое положение заёмщика.

В таблице 1 рассмотрим примеры оценки кредитоспособности успешных банков.

Таблица 1 Примеры успешных банков и их методы оценки конкурентоспособности заемщика (сост. автором с исп. ист. [2,4])

№	Банк	Методы оценки
1	2	3
1	Wells Fargo	Комбинирует машинное обучение и скоринговые модели, позволяющие учитывать множество факторов, начиная от кредитной истории и заканчивая анализом финансового состояния за несколько периодов
2	Capital One	Использует инновационные подходы к оценке кредитоспособности заёмщика. Комбинирует методы машинного обучения и искусственный интеллект, позволяющий сгенерировать персональное предложение под конкретные финансы и требования, основывается на уникальных данных о клиенте.
3	JP Morgan Chase	Активно используются аналитические методы, машинное обучение и анализ альтернативных данных. Генерирует индивидуальную программу кредитования, учитывая специфику и запросы каждого клиента в индивидуальном порядке.
4	Сбербанк	Активно использует методы машинного обучения, искусственный интеллект, включая роботизированные процессы и аналитические системы для повышения качества обслуживания и создания унифицированного предложения при оценке заемщика.

Исходя из представленной таблицы можно отметить, что представленные на рис. 2 инструменты оценки доказали свою практическую значимость, однако, хотелось бы отметить, что нельзя использовать только один метод при оценке, так как его результаты могут быть субъективными. Необходимо комплексно подходить к данному подходу, комбинировать методы оценки между собой и выбирать именно те инструменты, которые соответствуют поставленной цели в конкретный период времени.

Таким образом, на основании изложенной информации следует отметить, что оценка кредитоспособности заёмщика является важной составляющей для общей деятельности банков. Благодаря современным методам и инструментов появляется возможность «отсеивать»

потенциально неблагонадежных клиентов, что существенно снижает риски и улучшает качество кредитного портфеля, а также повышается уровень финансовой устойчивости.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Арская Е.В., Усатова Л.В., Молодых Е.Д. Аудит кадровой политики // Белгородский экономический вестник. 2018. № 4. С. 178-182.
2. Методы оценки кредитоспособности клиентов коммерческого банка [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://nalog-nalog.ru> (дата обращения на сайт: 22.03.2024 г.)
3. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cbr.ru/> (дата обращения на сайт: 22.03.2024 г.)
4. Серединцев М.А. Показатели по которым оценивается кредитоспособность клиентов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 6-2 (100). С. 138-142.
5. Ушанов А.В. Анализ кредитоспособности корпоративного заемщика: комплексный подход // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2022. № 1. С. 103-113.

УДК 659.18

Пивоварова К.С.

***Научный руководитель: Петимко А.М., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия***

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НА ОСНОВЕ ИВЕНТ-МАРКЕТИНГА

На современном этапе экономического развития и развития бизнеса, маркетинг считается не просто функцией, а способом ведения деятельности. Его задача не состоит в том, чтобы обманывать клиентов или фальсифицировать имидж компании, оснополагающая задача маркетинга в бизнесе связать крепкими узлами реализуемый продукт и потребителя. В своем первоестественном виде маркетинг направлен на налаживание контакта с целевой аудиторией, благодаря чему происходят процессы, необходимые для развития деятельности компаний [1].

В связи с меняющейся внешнеэкономической и политической обстановкой России следует сформировать собственный подход к

маркетингу, не копируя идея прочих стран, в которых инструмент активно используется, ориентируясь на иностранную аудиторию.

Отличительные характеристики населения РФ формируют тенденцию для создания такого течения как «русский маркетинг», который будет ориентирован на пользователя из России с учетом всех требований и особенностей потребления.

Так, структурные составляющие маркетинга в виде 4Р должны быть корректируемыми и доступными для трансформаций с учетом особенностей аудитории [3].

В основании коммуникативной политики лежит продвижение. С ним связано все, что позволяет потенциальным и реальным клиентам узнавать о продукте/услуге, который предлагает та или иная компания. Продвижение открывает возможность информирования аудитории о преимуществах, уникальных свойствах и т. д., что в свою очередь служит в последствие основанием для формирования имиджа организации, чей продукт широко известен благодаря использованию инструментария коммуникативной политики. Структуру продвижения формирует не только реклама. Множество компаний эффективно используют PR, брендинг, спонсорство и другие способы продвижения для фокусирования внимания клиентов и задействованных лиц, в виде сотрудников, поставщиков и партнеров на товаре, предлагаемом бизнесом.

Значимость продвижения для маркетинговой стратегии обозначается следующими причинами:

1. Повышение осведомленности потребителей.
2. Информационная коммуникация.
3. Расширение аудитории клиентов.
4. Дифференциация.
5. Увеличение объема продаж.
6. Формирование бренда из торговой марки.

Методов и инструментов продвижения множество их деление основано на принципе оффлайн и онлайн.



Рис. 1 Основные каналы продвижения в оффлайне [2]

Офлайн-маркетинг относится ко всем традиционным рекламным мероприятиям, которые осуществляются через офлайн-каналы без использования цифровых средств массовой информации. Он включает в себя такие средства, как печатная реклама, телевизионная реклама, стенды на торговых выставках, радиоролики, брошюры, рекламные щиты и образцы продукции.

Любой маркетинг, направленный на привлечение потенциальных клиентов с помощью аналоговых или физических средств, подпадает под категорию офлайн-маркетинга. Это позволит брендам напрямую обращаться к аудитории, а не только через экраны [3].

Ключевое отличие офлайн-маркетинга заключается в том, что он способствует установлению осязаемых, сенсорных связей посредством технологий и средств, отключенных от Интернета или веб-приложений. Несмотря на отсутствие масштабируемости и измеримости цифровых технологий, офлайн предоставляет беспрецедентные возможности для физического пересечения целевых аудиторий, одновременно демонстрируя и доставляя ценность бренда запоминающимися способами в реальной среде.

Для многих отраслей интегрированные стратегии как в офлайн, так и в цифровых каналах по-прежнему имеют решающее значение для успеха.

Таблица 1 Онлайн методы и инструменты продвижения

№ п/п	Методы и инструменты	Характеристика методов и инструментов
1	2	3
1	Сайт	С помощью сайта компания может без лишних затрат информировать целевую аудиторию о своих услугах и их трансформациях, поддерживая эффективность процесса коммуникации
2	Реклама в интернете	Сегодня существует множество вариаций рекламы услуг в интернете. Зачастую компании работают с рекламой в следующих форматах: - видеореклама; - контекстная реклама; - таргетированная реклама
3	Продвижение в социальных сетях	Социальные сети привлекают достаточное количество пользователей, что удобно для распространения информации о предлагаемых услугах. При таком методе продвижения компании следят за внешним видом социальных сетей, наполняют контентом площадки присутствия и поддерживают контакт с клиентами

4	Видеомаркетинг	Подобный метод определяется демонстрацией услуг в формате видео контента, который размещается в социальных сетях и на сайте организации. Бизнес представляет живое видео формата «интервью», где владелец представляет себя, свою услугу и ее преимущества
5	Чат-боты	Клиент может записать на услугу с помощью онлайн помощника, которого по запросу заменяет специалист-консультант
6	Оmnикальный маркетинг	Позволяет создавать единый образ компании на всех площадках, на которых она присутствует. Цель метода – создание позитивного опыта взаимодействия с компанией
7	Кастомизация	Уникальный метод, который позволяет услугу адаптировать под конкретного клиента с персональными запросами
8	Цифровизация продвижения	Преимущественный переход на онлайн продвижение
9	Журнальные статьи	Эффективность данного метода продвижения снижается, однако в журнальных статьях можно упомянуть о сайте и предложить аудитории посетить его
10	Визитные карточки	Сегодня сфера услуг использует карты постоянного клиента, что способствует напоминанию о повторном приобретении услуги и получении бонуса при закрытии всех окошек на карте, зачастую их 6. Визитные карточки используются стоматологиями, магазинами флористики и т. д.
11	Проведение семинаров	Преимущественно семинары способствуют обучению и демонстрации новых услуг, которые в ближайшей будущем компания готова предложить потребителю. Приглашение получают постоянные клиенты или интересующие организацию лица, в виде блоггеров, СМИ и прочих
12	Спонсорство	Скрытый метод продвижения, однако рабочий, если компания спонсирует мероприятия для детей, экологического формата или поддержки приютов для бездомных животных. В таком случае достаточно разместить наименование бренда в месте, которое оно спонсирует и равнодушные клиенты обратятся в компанию с целью получения услуги

13	Рекламные афиши	Клиенты ценят уникальность во всем, в том числе в рекламе. Основная задача специалиста креативно подойти к оформлению наружной рекламы
14	Конкурсы, выставки	Демонстрация своих услуг может проводиться в формате выставок или конкурсов, где специалисты, осуществляющие услугу, соревнуются или демонстрируют свои умения аудитории

Ивент-маркетинг связан с мероприятиями, которые проводятся компанией с целью распространения информации о себе. При использовании ивент-маркетинга предприятия представляют его в виде мероприятий, уникальных событий, выставках, клиентских днях, мастер-классах и т. д.

Событийный или ивент-маркетинг – это вид маркетинг, который направлен на продвижение бренда, продукта или услуги через проведение публичных мероприятий, или участия в подобных мероприятиях [1].

Ивент-маркетинг способствует построению крепких отношений с клиентами и информированию аудитории о предоставляемых продуктах или услугах.

Ивент-маркетинг открывает возможность без навязчивости повысить лояльность клиентов, поскольку посещение мероприятий направлено не столько на получение новых знаний и знакомств, сколько на то, чтобы оторваться от рутинных дел и хорошо провести время в кругу единомышленников. При получении желаемого эффекта от мероприятия у клиента с брендом формируется сильная эмоциональная связь. Клиент готов повторно совершить покупку продукта или услуги для достижения таких же эмоций, которые были получены на проведенном мероприятии. Так, подобный подход к продвижению служит поддержанию и укреплению стратегии маркетинга отношений.

В эпоху развития Интернета и цифровых технологий эффект от мероприятий значительно возрастает по причине того, что партнеры и клиенты делятся в своих социальных сетях фото и видеоматериалами с событий, на которых они присутствовали.

В случае с социальными сетями, потенциальные клиенты и партнеры, которые не попали на мероприятие, могут ознакомиться с событием, поскольку посетители демонстрируют все: от угощений до интерьера.

Эффект от социальных сетей для ивента служит дополнительной рекламой, где работает цельный налаженный инструментарий.

Информация получает «случайное» распространение благодаря широкой базе пользователей конкретных социальных сетей и желанию украсить свою страницу отдельными пользователями, которые посетили мероприятие офлайн.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ким, С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. для студентов вузов, обучающихся по группе специальностей "Экономика и упр." / С. А. Ким. - Электрон. текстовые дан. - М.: Дашков и К, 2010. - 1 on-line. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа <https://elibr.bstu.ru>. (дата обращения: 11.05.2024)

2. Щетинина, Е. Д. Особенности применения омниканальной концепции ведения бизнеса в РФ / Е. Д. Щетинина, А. М. Петимко // Белгородский экономический вестник. - 2017. - № 2. - С. 87-92.

3. Щетинина, Е. Д. PR в системе продвижения услуг в индустрии развлечений / Е. Д. Щетинина, М. И. Шульман // Белгородский экономический вестник. - 2019. - № 3. - С. 51-58.

УДК 336.717

Плахотная А.Н., Чикин Н.А.

*Научный руководитель: Максимчук Е.В., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДЕНЕЖНОГО ОБОРОТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

С учетом прогрессивного развития общества многие привычные аспекты жизни претерпевают изменения и трансформируются в более эффективный и удобный формат, подстраивающийся под текущий ход времени и тренды.

До недавнего времени, если рассматривать банковский сегмент России, привычной, для всеобщей массы людей, формой платежа были наличные денежные средства. Благодаря этому осуществлялся стабильный оборот денежной массы за счет прямого контакта между субъектами рыночных отношений. Однако подобный расклад не всегда имел место быть ввиду некоторых неудобств.

Сквозь призму истории можно проследить, что одной формой расчетов на данный момент общество не ограничено. Согласно официальным данным, становление и дальнейшие преобразование

безналичных расчетов в СССР наступило с 1969 года. С этих самых пор, государство при поддержке банковских учреждений стало активно внедрять в обиход новый для того времени паттерн операций при помощи пластиковых, металлических карт. [2]

Со временем тренд несколько перешел в иное устье. Т.е. в связи с автоматизацией основных процессов, произошел сдвиг и в банковском секторе, в том числе это отразилось на оказании услуг и денежном обращении.

Наглядно это можно отследить по динамично развивающемуся ассортименту предлагаемых кредитными организациями банковских продуктов. Относительно пластиковых карт наблюдается тенденция перехода к ныне существующим и активно продвигаемым форматам - стикерам. Разновидность предоставляемых услуг банками также активно растет и совершенствуется.

Особенно полезными считаются интернет-банкинги и мобильные приложения банков. Популярность и распространенность они получили в связи с типом оказываемых услуг. Следовательно, клиент, имеющий смартфон или иной вид гаджета, может самостоятельно произвести ряд операций, перечень которых встроен в официальное приложение или же web-сайт.

Однозначно стоит обратить внимание на динамику с точки зрения официальной статистики и данных. Это создаст основу для оценки и анализа текущего положения дел относительно развития денежного оборота.

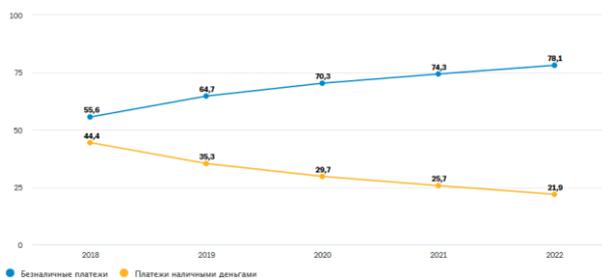


Рис. 1. Доля безналичных платежей за товары и услуги в розничном обороте (%) [1]

Представленный график наглядно демонстрирует растущий тренд безналичных платежей к отчетному году и снижающийся по отношению к наличным денежным средствам.

По имеющимся данным можно сказать, что на 2022 год динамика по безналичному формату достигает 78,1 %, в то время как по

операциям с наличными денежными средствами снижается до 21,9 %. Относительно 01.01.2024 года, по статистике Банка России, доля безналичных платежей в розничном обороте приблизилась к 83,4 %. На основании всей ранее обозначенной информации можно выделить, что в связи с нововведениями, инновациями и стабильно растущей информационной средой преобладание безналичной формы оплаты в разрезе обусловлено доступностью инструментов для проведения подобных всевозможных операций и процессу цифровизации в современном мире.

Таблица 1 Основные показатели развития национальной платежной системы [1]

	2023 год	2022 год	2021 год
Количество переводов денежных средств, млн. ед.	6 084,5	4 958,0	2 643,9
Количество платежей, млн. ед.	156,7	223,2	223,5
Количество платежных карт, млн. ед.	432,1	396,6	334,7
Количество операций, млн. ед.	56 489,6	69 298,0	62 414,4
из них:			
Операции по снятию наличных денег	1 497,4	2 139,1	2 329,6
Безналичные операции	54 992,2	67 158,9	60 084,9
Объем операций, млрд. руб.	124 296,8	154 339,3	133 037,9
из них:			
Операции по снятию наличных денег	25 394,0	31 110,6	29 579,0
Безналичные операции	98 902,8	123 228,8	103 459,0

Экстраполируя данные, представленные в таблице, стоит выделить следующие ключевые моменты. Количество переводов денежных средств к 2023 году увеличивается с 2 643,9 до 6 084,5 млн. ед. Следовательно, услуга по переводам достаточно востребована. Количество платежных карт значительно увеличивается к 2023 году до 432,1 млн. ед. В основе всего лежит уход международных платежных систем с российского рынка. Центральным является статистика по количеству и объему проводимых операций двумя из возможных форм оплаты. Рассматривая динамику объема можно проследить такую ситуацию, при которой превалирующее положение занимает безналичные операции с долей, равной 79,57 % в общей совокупности. При этом, стоит выделить снижающийся тренд к отчетному периоду. Подобная тенденция преследует и операции по снятию наличных

денежных средств. На основании всего вышеописанного стоит обратить внимание на то, что к 2023 году все больше операций совершаются посредством онлайн-сервисов и в безналичной форме.

Для понимания целостности картины необходимо проанализировать динамику по объемам и количеству операций снятия наличных денежных средств с помощью платежных карт, которые были совершены на территории РФ.



Рис. 2. Операции, совершенные на территории России, по снятию наличных денежных средств с платежных карт [1]

Данная диаграмма свидетельствует о том, что к отчетному году количество, снимаемых средств с платежных карт, уменьшился. В 2020 году причиной мог послужить коронавирус, ситуация с которым на тот момент обострилась. В отчетном году, на это могло повлиять растущее значение безналичных расчетов, посредством гаджетов, смарт-часов и qr-кодов.

Что касается объема снимаемых средств, к 2023 году наоборот возросли с 28 169,3 до 34 989,4 млрд. руб. Следовательно, произошла ситуация, при которой объем снимаемых финансов увеличился, а количество снизилось.

Помимо снятия наличных, последнее время активизировалась безналичная форма оплаты посредством интернет ресурсов. Несомненно, переход обоснован. Связано это с удобством и экономией потребляемого времени на проведение операций.

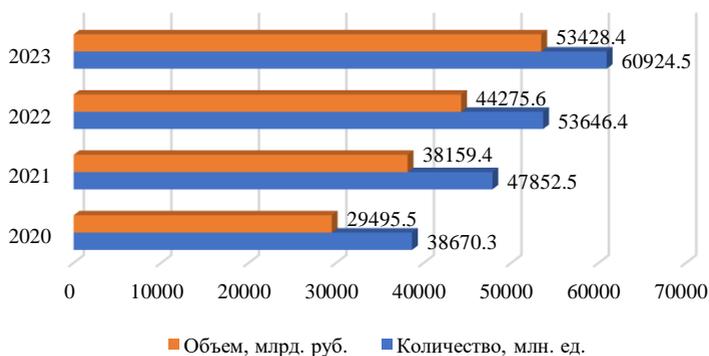


Рис. 3. Операции, совершенные на территории России, по оплате товаров и услуг с использованием платежных карт [1]

Как показано на рис. 3., динамика претерпевает возрастающий тренд что по объему оплачиваемых операций, что по количеству. Причина роста обусловлена нынешним трендом. С 2020 года к отчетному наблюдается увеличение с 29 495,5 до 53 428,4 млрд. руб.

Проводя анализ рис. 2 и 3 в совокупности можно выделить, что в нынешней ситуации превалирующее значение остается за безналичным расчетом, который обусловлен рядом преимуществ, по сравнению с иной формой платежей. Однако стоит отметить, что несмотря на переход к расчету при помощи пластиковых карт, приоритет остается за онлайн-банкингом и оплатой посредством СБП, переводами, qr-кодами и другими финансовыми атрибутами, существующими на сегодняшний день.

Таким образом, роль и значение безналичных расчетов по сравнению с наличным оборотом, обусловлено рядом преимуществ. Подобное только подкрепляется проводимым анализом. Как следствие, если динамика на 2023 год будет сохраняться и дальше, то несмотря на больший удельный вес безналичных расчетов в общей совокупности, количество и объем совершаемых операций может претерпеть либо снижающуюся линию тренда.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Национальная платежная система / [Электронный ресурс] // cbr.ru : [сайт]. — URL: <https://cbr.ru> (дата обращения: 01.04.2024).

2. Первые банковские карты в России и мире / [Электронный ресурс] // raiffeisen.ru : [сайт]. — URL: <https://www.raiffeisen.ru> (дата обращения: 02.04.2024).

3. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / под ред. Л. И. Юзович, М. С. Марамыгина, Е. Г. Князевой. – Екатеринбург : Изд-во Урал. федер. ун-та, 2019. – 355 с.

4. Чикина Е. Д. Анализ инновационных технологий в банковской сфере / Е. Д. Чикина, А. А. Ефименко, М. Е. Куйда, Т. В. Маматова // Белгородский экономический вестник. - 2019. - № 4. - С. 63-68.

УДК 336.717

Плахотная А.Н., Чикин Н.А.

*Научный руководитель: Максимчук Е.В., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДЕНЕЖНОГО ОБОРОТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

С учетом прогрессивного развития общества многие привычные аспекты жизни претерпевают изменения и трансформируются в более эффективный и удобный формат, подстраивающийся под текущий ход времени и тренды.

До недавнего времени, если рассматривать банковский сегмент России, привычной, для всеобщей массы людей, формой платежа были наличные денежные средства. Благодаря этому осуществлялся стабильный оборот денежной массы за счет прямого контакта между субъектами рыночных отношений. Однако подобный расклад не всегда имел место быть ввиду некоторых неудобств.

Сквозь призму истории можно проследить, что одной формой расчетов на данный момент общество не ограничено. Согласно официальным данным, становление и дальнейшие преобразование безналичных расчетов в СССР наступило с 1969 года. С этих самых пор, государство при поддержке банковских учреждений стало активно внедрять в обиход новый для того времени паттерн операций при помощи пластиковых, металлических карт. [2]

Со временем тренд несколько перешел в иное устье. Т.е. в связи с автоматизацией основных процессов, произошел сдвиг и в банковском секторе, в том числе это отразилось на оказании услуг и денежном обращении.

Наглядно это можно отследить по динамично развивающемуся ассортименту предлагаемых кредитными организациями банковских продуктов. Относительно пластиковых карт наблюдается тенденция перехода к ныне существующим и активно продвигаемым форматам - стикерам. Разновидность предоставляемых услуг банками также активно растет и совершенствуется.

Особенно полезными считаются интернет-банкинги и мобильные приложения банков. Популярность и распространенность они получили в связи с типом оказываемых услуг. Следовательно, клиент, имеющий смартфон или иной вид гаджета, может самостоятельно произвести ряд операций, перечень которых встроено в официальное приложение или же web-сайт.

Однозначно стоит обратить внимание на динамику с точки зрения официальной статистики и данных. Это создаст основу для оценки и анализа текущего положения дел относительно развития денежного оборота.

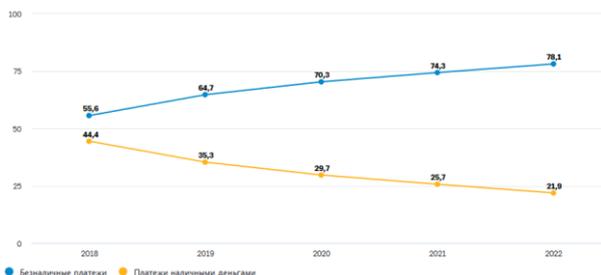


Рис. 1. Доля безналичных платежей за товары и услуги в розничном обороте (%) [1]

Представленный график наглядно демонстрирует растущий тренд безналичных платежей к отчетному году и снижающийся по отношению к наличным денежным средствам.

По имеющимся данным можно сказать, что на 2022 год динамика по безналичному формату достигает 78,1 %, в то время как по операциям с наличными денежными средствами снижается до 21,9 %. Относительно 01.01.2024 года, по статистике Банка России, доля безналичных платежей в розничном обороте приблизилась к 83,4 %. На основании всей ранее обозначенной информации можно выделить, что в связи с нововведениями, инновациями и стабильно растущей информационной средой преобладание безналичной формы оплаты в разрезе обусловлено доступностью инструментов для проведения подобных всевозможных операций и процессу цифровизации в современном мире.

Таблица 1 Основные показатели развития национальной платежной системы [1]

	2023 год	2022 год	2021 год
Количество переводов денежных средств, млн. ед.	6 084,5	4 958,0	2 643,9
Количество платежей, млн. ед.	156,7	223,2	223,5
Количество платежных карт, млн. ед.	432,1	396,6	334,7
Количество операций, млн. ед.	56 489,6	69 298,0	62 414,4
из них:			
Операции по снятию наличных денег	1 497,4	2 139,1	2 329,6
Безналичные операции	54 992,2	67 158,9	60 084,9
Объем операций, млрд. руб.	124 296,8	154 339,3	133 037,9
из них:			
Операции по снятию наличных денег	25 394,0	31 110,6	29 579,0
Безналичные операции	98 902,8	123 228,8	103 459,0

Экстраполируя данные, представленные в таблице, стоит выделить следующие ключевые моменты. Количество переводов денежных средств к 2023 году увеличивается с 2 643,9 до 6 084,5 млн. ед. Следовательно, услуга по переводам достаточно востребована. Количество платежных карт значительно увеличивается к 2023 году до 432,1 млн. ед. В основе всего лежит уход международных платежных систем с российского рынка. Центральным является статистика по количеству и объему проводимых операций двумя из возможных форм оплаты. Рассматривая динамику объема можно проследить такую ситуацию, при которой преобладающее положение занимает безналичные операции с долей, равной 79,57 % в общей совокупности. При этом, стоит выделить снижающийся тренд к отчетному периоду. Подобная тенденция преследует и операции по снятию наличных денежных средств. На основании всего вышеописанного стоит обратить внимание на то, что к 2023 году все больше операций совершаются посредством онлайн-сервисов и в безналичной форме.

Для понимания целостности картины необходимо проанализировать динамику по объемам и количеству операций снятия наличных денежных средств с помощью платежных карт, которые были совершены на территории РФ.



Рис. 2. Операции, совершенные на территории России, по снятию наличных денежных средств с платежных карт [1]

Данная диаграмма свидетельствует о том, что к отчетному году количество, снимаемых средств с платежных карт, уменьшился. В 2020 году причиной мог послужить коронавирус, ситуация с которым на тот момент обострилась. В отчетном году, на это могло повлиять растущее значение безналичных расчетов, посредством гаджетов, смарт-часов и qr-кодов.

Что касается объема снимаемых средств, к 2023 году наоборот возросли с 28 169,3 до 34 989,4 млрд. руб. Следовательно, произошла ситуация, при которой объем снимаемых финансов увеличился, а количество снизилось.

Помимо снятия наличных, последнее время активизировалась безналичная форма оплаты посредством интернет ресурсов. Несомненно, переход обоснован. Связано это с удобством и экономией потребляемого времени на проведение операций.

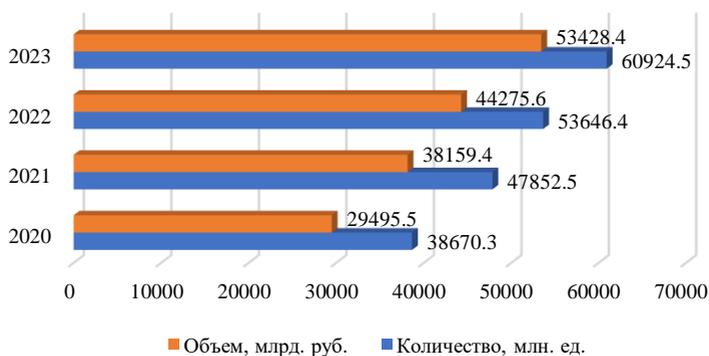


Рис. 3. Операции, совершенные на территории России, по оплате товаров и услуг с использованием платежных карт [1]

Как показано на рис. 3., динамика претерпевает возрастающий тренд что по объему оплачиваемых операций, что по количеству. Причина роста обусловлена нынешним трендом. С 2020 года к отчетному наблюдается увеличение с 29 495,5 до 53 428,4 млрд. руб.

Проводя анализ рис. 2 и 3 в совокупности можно выделить, что в нынешней ситуации превалирующее значение остается за безналичным расчетом, который обусловлен рядом преимуществ, по сравнению с иной формой платежей. Однако стоит отметить, что несмотря на переход к расчету при помощи пластиковых карт, приоритет остается за онлайн-банкингом и оплатой посредством СБП, переводами, qr-кодами и другими финансовыми атрибутами, существующими на сегодняшний день.

Таким образом, роль и значение безналичных расчетов по сравнению с наличным оборотом, обусловлено рядом преимуществ. Подобное только подкрепляется проводимым анализом. Как следствие, если динамика на 2023 год будет сохраняться и дальше, то несмотря на больший удельный вес безналичных расчетов в общей совокупности, количество и объем совершаемых операций может претерпеть либо снижающуюся линию тренда.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Национальная платежная система / [Электронный ресурс] // cbr.ru : [сайт]. — URL: <https://cbr.ru> (дата обращения: 01.04.2024).

2. Первые банковские карты в России и мире / [Электронный ресурс] // raiffeisen.ru : [сайт]. — URL: <https://www.raiffeisen.ru> (дата обращения: 02.04.2024).

3. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / под ред. Л. И. Юзович, М. С. Марамыгина, Е. Г. Князевой. – Екатеринбург : Изд-во Урал. федер. ун-та, 2019. – 355 с.

4. Чикина Е. Д. Анализ инновационных технологий в банковской сфере / Е. Д. Чикина, А. А. Ефименко, М. Е. Куйда, Т. В. Маматова // Белгородский экономический вестник. - 2019. - № 4. - С. 63-68.

УДК 316.772.3

Поддубный Н.С.

*Научный руководитель: Буланова Н.П., ст. преп.
Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

INFLUENCE OF THE INTERCULTURAL COMMUNICATION AND CONFLICTS ON THE DEVELOPMENT OF WORLD ECONOMY

Globalization and integration caused rapprochement between different countries and cultures. Good intercultural communication is a core foundation for successful development of modern society. Nations became interdependent. The boundaries between cultural traits and features have been blurred. That makes it difficult for scientists and analytics to distinguish and study people of different nations. Their communication also suffers because of the problems in intercultural communication.

Intercultural relations became popular according to the language studies and social sciences. Countries provide residents with special educational programs, that encourage international exchange studying. Internet access made it possible to communicate freely with people from across the globe [1]. And there are many more examples of international communications, that are taken for granted.

Misunderstandings and stereotypes are the most common forms of bad communication between nations [2]. It became a global problem after international tourism, studying and internet connectivity had become widespread. For instance, tourism requires people to be tolerant and respectful, and it can be difficult for some nations because of their temper [3]. Sometimes it leads to conflicts and violence, just because people didn't understand each other. Before the development of intercultural studies, it was

common practice to have militant conflicts between countries on the basis of misunderstandings or religious differences.

Many major cities in the world turn into a multinational centers last time. Lots of international students and employees became the part of our society, take part in our daily activities, share their experiences with us, so it is extremely important to build solid connections and relationships.

The problem is new, because nearly one hundred years ago there was no opportunity for people to travel around the world, change their domicile or just build friendship with people abroad. Nowadays people can have connections everywhere, so the importance of having strong intercultural communication is relevant as never before. And sociologists all over the world spare no effort to ensure the maintenance of the world intercultural relations.

Intercultural conflicts in counties can lead to major problems in the economy of the country. This happens because a misunderstanding can turn into a military conflict. That conflict, in its turn, creates problems in the economy, as military operations deplete both material and financial resources in the country. In addition, military conflicts within the country are not uncommon. At the moment, civil wars and conflicts are taking place all over the world. However, most of them are in Africa (civil wars in Somalia, Mozambique, Cameroon, religious clashes in Nigeria). These countries are the poorest in the world, as almost all of the countries' resources are spent on maintaining military operations. For this reason, Africa is the most economically underdeveloped continent. Unfortunately, in wartime, most of the forces go into combat, which slows down the rest of the country's development.

Naturally, in this state of affairs, there is no question of any development of the economy, culture, or race and intercultural relations. And though other countries tend to help in cases of wars, there are economic programs to support Africa, it is pointless, as the money spent on it are not the solution for the conflict.

So the only way to avoid and mitigate conflicts is to create the environment of tolerance, acceptance and respect. This is the solution for eliminating civil wars in multinational countries and societies.

The world economy does suffer on the basis of intercultural conflicts. That means that the quality of life can be spoiled. There are many examples of conflicts in the world that were caused by cultural differences and led to economy crises.

Sanctions and restrictions are the most common actions in settlement of conflicts, that policies can easily implement. The only problem in this method is that it doesn't solve the problem, but stops it in development. And though

it is the method of political influence, it leads to a situation, where ringleaders continue loving without restriction and the only suffered are ordinary people.

These problems have led to the need for continuous development and improvement of intercultural communication and governance structures, as effective governance is the main aspect of mitigation and elimination of world conflicts. These transformations may not always be effective enough, which leads to problems in the economy.

There are many former factors of the efficient development of the countries and world economy on the whole. Some of them are infrastructure, amount of high qualified staff, investments, management, leadership, technology, innovations and many more. They are evident. But the influence of intercultural communication is also an aspect to take into account.

The role of intercultural communication extends beyond managing an individual company. This activity has an impact on the entire global economy, and problems in the organization of communication lead to a decrease in the pace of development, deterioration of economic indicators.

International communication is not perfect and has lots of weaknesses and shortcomings. So the only solution is to rely on sociology and its specialists to guide people through the process of building strong intercultural relationships without restrictions, conflicts and misunderstandings.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Таратухина, Ю. В., Цыганова, Л. А., Ткаленко, Д. Э. Межкультурная коммуникация в информационном обществе [Текст] : учеб. пособие / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова, Д. Э. Ткаленко ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. -255 с.

2. Гузикова М. О., Фофанова П. Ю. Основы теории межкультурной коммуникации [Текст]: учебное пособие/ М. О. Гузикова – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2015. -126 с.

3. Э. А. Усовская Межкультурная коммуникация [Текст]: учеб.-метод. комплекс / Э. А. Усовская. – Минск: БГУ, 2017. -126 с.

Подлеснова А.В.

*Научный руководитель: Никифорова Л.Х., канд. экон. наук, доц.
Московский государственный технический университет гражданской
авиации, г. Москва, Россия*

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ В ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

В современном мире с течением времени в обществе происходят изменения социально-психологического характера: меняются люди, их увлечения, требования, ценности, мировоззрение. Все эти изменения повышают интерес исследователей к изучению теории поколений и ее использованию в практике управления персоналом. Теория поколений подразумевает цикличную смену поколений, которым присущи свои значимые характеристики в зависимости от активного периода деятельности (трудовой, учебной и т.д.) в конкретный период времени.

Так, например, раньше общество бережнее относилось к тому, что имело: люди не выбрасывали остатки пищи, до последнего использовали одежду, пытались отремонтировать поломанные вещи. Это сильно отличается от современного периода, когда в потреблении людьми руководят иные принципы и жизненные ценности. Именно поэтому среди представителей разных поколений возникают социальные конфликты. Образно говорил об этом феномене Ф. И. Тютчев: «Одно поколение словно волна набегает на другое, совсем не зная друг друга». Все это происходит в результате разного восприятия мира.

Последователи теории поколений в большинстве случаев подразумевают следующую последовательность смены поколений (хотя можно отметить и некоторые различия в обозначении периодов) (Рис.1) [1, 2, 3]:

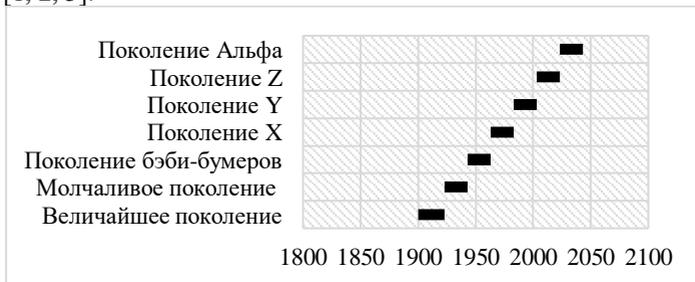


Рис. 1. Последовательность поколений

Уильям Штраус и Нил Хау начали свою работу еще в 1980 г. Сначала они в научном труде «Поколения» рассказывали историю США как страны, где поколения последовательно сменялись одно за другим. А после долгих исследований в 1997 г. приступили к своей новой книге «Четвертое превращение» [3]. Согласно ее содержанию, существует 4 категории поколений, которые сменяли друг друга в течение 20 лет. По истечении этого времени цикл возобновлялся по новой. Главные особенности каждого поколения, характерные для СССР/РФ, представлены в Таблице.

Таблица – Характеристика поколений

Название поколения, годы продолжительности	Характеристика
Величайшее поколение/ Поколение победителей (1900-1923)	В это время люди столкнулись с такими событиями, как революции, гражданская война, коллективизация. Для людей главное - это внутренние качества, а не материальные ценности. Деньги не имели приоритетной важности.
Молчаливое поколение (1923-1943)	Период, наполненный репрессиями, доносами, дефицитами продуктов. Из-за войны, постоянных преследований, для людей главным являлась семья. Она единственная составляющая в жизни, кому можно доверять. Люди женились, создавали семьи, были разрешены и узаконены разводы.
Поколение бэби-бумеров (1943-1963)	В этот период произошел социальный и экономический подъем, поэтому резко возросла рождаемость. По данным, указанным в Росстате с 1950 по 1962 гг., коэффициент рождаемости превышает показатели в сравнении с современным миром. Получается, что тогда прирост населения был значительно выше, чем в сегодняшнее время.
Поколение X/ «Неизвестное поколение» (1963-1983)	Тогда дети вырастали очень быстро, родители учили их самостоятельности с раннего возраста. Иксы стремились к индивидуальности и независимости. Для людей важна была свобода, право выбора, уход от старых правил. Основа их жизни – это возможность самореализации. Время для поколения X имело огромное значение: они не хотели тратить его зря. Также у них была возможность пожить в мире и с интернетом, и без него. Общество отличалось своей быстрой адаптацией и рациональностью. Однако из-за

	<p>быстрого развития некоторых аспектов жизни, люди столкнулись с многочисленными проблемами со здоровьем, а также с разводами.</p>
<p>Поколение Y/ Поколение «Миллениум» (1983-2003)</p>	<p>Люди того времени столкнулись с распадом СССР, «лихими девяностыми», военными конфликтами, развитием технологий. Поколение Y кардинально отличалось от двух предыдущих поколений. Люди более легкомысленные, чем в другое время. В основном их не заботит брак, дети, они думают в первую очередь о себе. В связи с появлением интернета, общество стремительно развивалось. Игреки быстро приспособились к новым условиям, технологиям. Также тогда большую популярность имели социальные сети. Поддерживая общение таким образом, люди чувствовали себя более уверенно и комфортно. Они прекрасно находили общий язык на расстоянии, но что касается реальной жизни – с этим были проблемы. В то время людей интересовали в большей степени развлечения. В жизни главное – удовольствия, а если речь шла о профессии, то выбирали ее исключительно ради собственного удовлетворения. К тому же, поколение Y имело большое пристрастие к финансам. Деньги – это возможности, способ «открытия многих дверей». Хотя для игреков возникали трудности с тратой и распределением денег. Так как в мире, полном разнообразных искушений, им сложно устоять перед огромным выбором.</p>
<p>Поколение Z/ «Цифровое поколение» (2003-2023)</p>	<p>Это первое поколение, родившееся сразу в среде технологий. Они без трудностей осваивают их с детства. Даже некоторые дети уже «с пеленок» могут включить себе нужный мультфильм, но при этом еще не умеют разговаривать. Быстрое развитие интернета оказывает сильное влияние на поколение. Зачастую дети одновременно делают уроки, слушают музыку, общаются с кем-то в сети. Мультизадачность – это хорошо, однако она беспокоит их родителей. Те считают, что лучше сделать что-то одно качественно, чем три дела сразу и плохо. В отличие от предыдущих поколений, сейчас общество очень разбирается в вопросах политики, социальных ценностей, интернет-активности. На годы жизни зумеров выпало непростое время: финансовый кризис,</p>

	крушение банков, ближневосточные войны, пандемия COVID-19.
Поколение «Альфа» (с 2023- ...)	Данное поколение появляется в нынешнее время. Оно является менее изученным, но некоторые особенности известны. Исследователи предполагают, что поколение «Альфа» – это любознательные дети с повышенным интересом к экспериментам, интернету, чему-то новому. Дети будут воспитываться в более «мягких» условиях, чем предыдущие поколения. Их родители не собираются кричать на них, прикладывать силу, а, наоборот, чрезмерно опекать. Также они будут уметь отстаивать собственную точку зрения, свои границы перед взрослыми. К тому же, среди этого поколения, найдутся те, кто бережно и с большой заботой будет относиться к экологии планеты.

Источник: составлено автором на основе [1, 2, 3]

В нынешнее время существует проблема демографии населения: снизилась рождаемость и продолжительность жизни, возросла смертность. По данным, указанным в Росстате, в 2022 г. население составляет 146,9 млн чел. Если приблизительно распределить людей этого года по поколениям, то получается следующая картина (Рис.2):



Рис. 2. Распределение населения РФ по поколениям

Источник: составлено автором на основе [4]

Больше всего преобладает поколение X, Y, их «догоняет» Z, а наименее представлено в силу своего возраста – молчаливое поколение и «Альфа». По данным 2023 г. страну населяет 146,4 млн чел. (снизилось на 500 тыс. чел.). Также по среднему варианту прогноза на 2024 г. общий прирост будет составлять минус 447, 9 тыс. чел., а на 2025 г. минус 472, 5 тыс. чел.

Из вышесказанного следует, что проблема демографии в стране остается очень актуальной. Она также сказывается на формировании кадров организаций из-за того, что в компаниях присутствуют

работники различных возрастных групп, то есть разных поколений [5]. В результате, в организациях происходят конфликты из-за проблем поколений. Каждая группа имеет свои ценности, способы мотивации. К примеру, для иксов главное – это самостоятельность в работе, для игреков – развитие и карьерный рост, а для зумеров – чувство удовлетворения от их дела, баланс между профессиональной и личной жизнью. Стоит учитывать особенности каждого, и понимать, что конфликты происходят потому, что каждое поколение воспринимает мир по-разному.

Вывод. В основе каждого поколения лежат свои характерные признаки и особенности. Определенное время рождает определенные потребности, в результате чего в разный промежуток времени формируются конкретные черты характера, способ жизни и мышления.

Проблемы демографии в стране и управления персоналом в организациях тесно связаны с теорией поколения. В нынешнее время трудоспособным населением являются поколения X, Y и Z. Зачастую в организациях происходят недопонимания между людьми разных возрастных групп из-за непохожих образов жизни, так как каждый из определённого поколения жил в свое время и сформировал нужные для себя характеристики. В организациях нужно учитывать, что вследствие разного образа мышления у каждого свои собственные методы мотивации, требования к работе, сформированные трудовые привычки. Определенные кадровые мероприятия, направленные на совершенствование горизонтальных и вертикальных коммуникаций, основанные на учете теории поколений, позволят повысить сплоченность коллектива, организовать передачу опыта, сделать организацию более инновационной.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Зайцева, Н. А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? / Н. А. Зайцева // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – Т. 2, № 2. – С. 220-236. – EDN TWIRUD.
2. Самоукина, Н. В. Теория поколений и система мотивации персонала в компании / Н. В. Самоукина // Управление корпоративной культурой. – 2013. – № 1. – С. 44-49. – EDN PRNQLR.
3. Никифорова, Э. Г. Интеграция теории поколений в систему управления организацией / Э. Г. Никифорова, Д. Р. Пономарева, М. Ш. Мансурова // Вестник МИРБИС. – 2023. – № 4(36). – С. 160-167. – DOI 10.25634/MIRBIS.2023.4.19. – EDN FBZMFL.

4. Росстат: [сайт]. - 2024 - URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 20.04.2024). - текст электронный.

5. Зайчикова, Н. Р. Применение теории поколений при проектировании систем привлечения и удержания персонала / Н. Р. Зайчикова, Е. В. Лысенко // Весенние дни науки: сборник докладов, Екатеринбург, 21–23 апреля 2022 года. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2022. – С. 1013-1019. – EDN OYKULY.

УДК 502.131.1

Понамарев В.А.

Научный руководитель: Сласси Мутабир С.А., ст. преп.

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN ECONOMICS AND PROBLEMS OF ACHIEVING THE GOALS

Extensive worldwide economic growth, focused entirely on maximizing profits and minimizing costs without considering other essential factors, has resulted in significant deterioration of the natural, social and spiritual environments. The impact of this collision has prompted a reassessment of the worldwide perspective and underscored the significance of sustainable development. This idea, which includes social, economic and environmental aspects, seeks to fulfill the requirements of current generations while ensuring that future generations can also meet their own needs. This term has become essential in conversations within political and scientific circles on both global and supranational levels.

The notion of sustainable development arose from the fusion of three key viewpoints: economic, social and ecological. Ecological sustainability calls for the protection of the environment, including natural resources. Companies and countries should advocate the conscious use of water, energy and finite raw materials.

The pillar of ecological sustainability also means that almost all non-renewable raw materials, that are extracted from the earth, can be replaced by renewable raw materials. The aim is to avoid damage to the ecosystem and promote biodiversity instead. The aspect of "ecology" also stands for a conscious approach to human health: substances that are harmful to health, for example, in cosmetics or food, contradict ecological sustainability.

Human-well-being has become the targeted center for sustainable ideas putting the human dignity and free development of personality at the highest degree of importance, thus, making it the absolute factor that cannot be

denied at any circumstances. Such virtues of the humanity as forced and labour force fully contradict the social development goals. From a positive perspective, such calls as for security, justice, fair pay, the protection of employees' interests, the opportunities for training and free professional development predominate the way of the development not only of companies but also of states.

Sustainable business practices are spinged with economic sustainability requirements aiming to generate enough profit to be able to invest in the modern machinery, usage of high-quality raw materials, providing fair wages to employees and offering essential training. However, it is not efficient to prioritize maximization of profit by engagement in economic practices that do not normally geopadise the well-being of future generations. Focusing on long-term strategies initiates fare trade practices through setting new objectives.

The majority of governmental standpoints on sustainability involve the reasonable maintenance of low levels of public debt to avoid shifting burden to future generations. What is more, the balance in foreign trade is a crucial factor for governments that head for the prevention of deterioration of other disadvantaged nations. This process happens, as nations with strong export capabilities can become dependent on its exports to their nighbouring countries which, in their turn, hinder the development of local competitive economies potentially leading to high unemployment rates.

Meeting the sustainable goals is promoted under the name of "Agenda 2030" instead of being called the Millenium Development Goals. This document is endorsed by world leaders outlining 17 global and 169 minor targets [1]. Nevertheless, in spite of the global commitment to a collective effort from various countries which addresses social and environmental challenges, these goals are often being criticised as unattainable and unrealistic. In tte current run, some of these issues have even regressed due to unstable political situations. Taking into account some African countries as well as the Covid-19 Pandemic and numerous military conflicts, these issues have greatly exacerbated food insecurity having increased huger rates affecting around 9.5% of the world's population [2].

Healthcare priorities in terms of pandemic have presented an obstacle through an increase in production of medical plastic items and and inequality in access to healthcare opportunitie, thus making it ten times higher than before the outbreak [3].

Belarus is making efforts to realize the SDGs at all three levels: national, regional and global. The greatest progress in Belarus is seen in achieving SDG 7 "Affordable and Clean Energy" (100 per cent of the population has access to electricity although renewable energy's contribution to the total

energy mix is small, it has been consistently growing over the last decade), and SDG 5 “Gender Equality” (Since 2015, Belarus has been gradually reducing the level of gender inequality and in 2021 it ranked a record 31st in the Gender Inequality Index) [4].

With some tasks the progress is not that rapid, for example, Belarus has been struggling to decrease its carbon dioxide emissions and in 2022 they were still at the level of 2015. This happens predominantly because the share of renewable energy stands at just around 5%, which is much lower than in neighboring Poland (21%), Latvia (42%), Lithuania (28%) slightly lower than in Ukraine (11%) and higher than in Russia (3%). In the near future changes are not to be expected as Belarus energy supply is mostly composed of relatively cheap gas and oil imported from Russia. And by 2035 the government plans to increase the share of renewables to just 9 % [3].

Thus, enhancing economic sectors effectively is crucial, necessitating the use of technological advancements, streamlined information handling, collaboration with stakeholders, fostering international partnerships and adopting cutting-edge global methodologies. Economic sustainability plays a vital role in driving the necessary innovations for achieving sustainable development. In order to create sustainable innovations, entrepreneurs must be a key driver to awareness and positive impact [5].

The process of quantifying and monitoring Sustainable Development Goals (SDGs) presents a complex challenge that necessitates a deep comprehension of sustainable development principles, dedicated commitment to operationalizing and executing the multidimensional SDGs, access to diverse data sources, and proficiency in analyzing and interpreting findings. Additionally, the inherent tension between socio-economic progress and ecological preservation complicates the identification of optimal strategies for fostering sustainable development.

REFERENCES

1. Sustainable development goals [Electronic resource] // United Nations Development Programme: – Mode of access: <https://www.undp.org> . – Date of access: 03.03.2024.
2. 10 criticisms of the UN’s Sustainable Development Goals [Electronic resource] // The Africa Report. – Mode of access: <https://www.theafricareport.com> – Date of access: 03.03.2024.
3. Hajnackaya T.I (2023). Illyuzii ustojchivosti: chto dalshe? [Electronic resource] : M: Institute of World Economy and International Relations of the Russian Academy of Sciences. – Mode of access: <https://www.imemo.ru>. – Date of access: 24.03.2024.

4. Sustainable Development Goals in Belarus [Electronic resource] // Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Belarus. – Mode of access: <https://mfa.gov.by>. – Date of access: 03.03.2024.

5. De Francesco, Fabrizio & Pattyn, Valérie & Salamon, Hannah. (2023). The monitoring and evaluation challenges of the sustainable development goals : An assessment in three European countries. Sustainable Development [Electronic resource]. 10.1002/sd.2759. – Mode of access: <https://www.researchgate.net>. – Date of access: 03.04.2024.

УДК 330.322

Попова А.В.

*Научный руководитель: Яблонская А.Е., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОБ ИНВЕСТИЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Инвестиционный потенциал региона является ключевым фактором его экономического развития и процветания. Повышение инвестиционной привлекательности, создание для этого благоприятных условий и работа над привлечением инвестиций – все это способствует устойчивому росту экономики региона и уровню жизни населения в нем, что обуславливает актуальность данной темы.

Каждый регион обладает своими уникальными характеристиками, которые определяют его привлекательность для инвесторов и возможность для прогресса.

На сегодняшний день Белгородская область по ряду показателей стабильно занимает лидирующие позиции в Центральном федеральном округе и ведущие – в России и обладает высоким экономическим и инвестиционным потенциалом.

В таблице 1 представлены данные об объеме инвестиций в нефинансовые активы в Белгородской области с 2020 по 2022 год [1].

Таблица 1 - Инвестиции в нефинансовые активы, млн руб.

	2020	2021	2022
Инвестиции в нефинансовые активы - всего	107405,0	107448,6	131777,5
в том числе			
инвестиции в основной капитал	104548,9	104622,9	129565,2
инвестиции в непроизведенные нефинансовые активы	2856,1	2825,8	2212,3

Так, инвестиции в нефинансовые активы в 2022 году составили 131777,5 млн. руб., что на 22,6 % больше значения 2021 года. В целом, в анализируемом периоде наблюдается стабильная положительная динамика роста инвестиций.

Инвестиции в основной капитал в структуре инвестиций в нефинансовые активы в 2021 году составили 97,4 %, в 2022 году их удельный вес вырос до 98,3 % и составил 129565,2 млн. руб.

Объем инвестиций в основной капитал в Белгородской области в 2023 году составил 212,4 млрд рублей, что практически на 8% больше, чем в 2022 году [2].

На рисунке представлена динамика инвестиций в основной капитал в Белгородской области, в фактически действовавших ценах за 2019 - 2023 года.

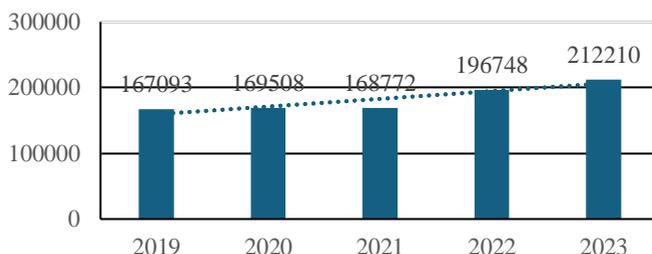
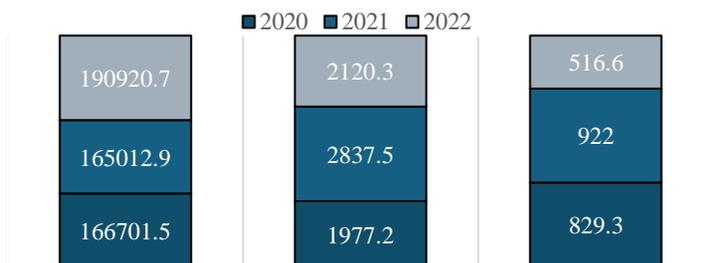


Рис.1 Динамика инвестиций в основной капитал в Белгородской области, млн. руб.

В целом за рассматриваемый период инвестиции в основной капитал имеют положительный тренд. Снижение инвестиционной активности наблюдалось только в 2021 году, что обосновывается последствиями пандемии COVID-19, хотя в 2020 году в условиях

ограниченности и изоляции удалось сохранить положительный темп прироста 1,46 %.



РОССИЙСКАЯ ИНОСТРАННАЯ СОВМЕСТНАЯ

Рис.2 Динамика структуры инвестиций в основной капитал в Белгородской области по форме собственности, млн. руб.

Анализ динамики структуры инвестиций в основной капитал по форме собственности (рис.2.) показывает, что основные вложения за рассматриваемый период российские, причем в 2022 г. доля российских инвестиций выросла на 0,8% и составила 98,6%, при этом доля иностранных сократилась на 0,6% и стала равна 1,1% [1].

Также важным аспектом экономического развития региона является реализация инвестиционных проектов.

По информации пресс-службы правительства Белгородской области, в настоящее время в портфель инвестиционных проектов входят 173 реализующихся проекта с общим объемом инвестиций 348,9 млрд рублей. Объем инвестиций по каждому из проектов - свыше 100 млн рублей. Профилем этих проектов преимущественно является аграрная промышленность, металлургия, а также добыча полезных ископаемых [3]. В 2022 году насчитывалось 149 проектов общей стоимостью 311 млрд руб., в 2021 - 143, а общий объем инвестиций превышал 302 млрд руб. Так, за последние 3 года увеличилось количество инвестиционных проектов, а также на 37,9 млрд.руб. вырос объем финансирования.

В рамках инвестиционной деятельности крупнейшие предприятия Белгородской области реализуют проекты, которые вносят значительный вклад в экономическое развитие региона.

Так, например, ГК "ЭФКО" реализует пять крупных проектов с общим объемом инвестиций в размере 40,5 млрд рублей. ООО УК "Металлоинвест" и АО "Лебединский ГОК" до 2036 года планируют реализовать шесть проектов на сумму 170 млрд рублей, а АО "Комбинат

КМАруда" реализует четыре крупных проекта к 2034 году. Согласно прогнозу, данные инвестиции позволят создать более 1 тыс. рабочих мест [3].

Помимо этого, правительство Белгородской области заключило новые инвестиционные соглашения на сумму порядка 14 млрд рублей. В целом сообщается, что в 2023–2025 годах в регион планируется привлечь 608,5 млрд руб. инвестиций [2].

Таким образом, разнообразные инвестиционные инициативы свидетельствуют об огромном потенциале для развития экономики и инвестиционной деятельности в Белгородской области.

По оценке независимых экспертов, область является регионом, имеющим стабильный инвестиционный климат. Согласно ежегодному аналитическому отчёту Национального рейтингового агентства по инвестиционной привлекательности регионов в контексте перехода к устойчивому развитию, Белгородская область, несмотря на определенные сложности, заняла 7-е место в России, а в Центральной России стала третьей – её опережают только Москва и Московская область [5].

Однако в 2023 г. в ежегодном Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в регионах России Белгородская область ухудшила свои позиции и заняла 11-е место, которое разделила с Челябинской областью [6]. Для сравнения: в 2022 г. – 7-е место, в 2021 г. – 10-е место.

Прежде всего, снижение инвестиционной привлекательности региона обусловлено его приграничным расположением, а также приостановкой и смещением инвестиционных фаз шести крупных инвестпроектов, направленных на модернизацию действующих производств [8].

Стоит отметить, что согласно опросу инвесторов Белгородской области, среди ключевых проблем в инвестиционной деятельности в регионе наиболее часто упоминались следующие аспекты: недоступность кредитов (5%), высокие риски и нестабильность из-за военной операции (5%), нехватка оборотных средств и инвесторов (4%), дефицит кадров (4%), недостаток помощи и информации от государства (4%). Участники опроса также выделили сложности с логистикой и закупками, трудности с коммуникациями (3%), опасность военных действий, нестабильность цен на строительные материалы, трудности с инженерной инфраструктурой и поиском подходящих земельных участков (2%) [7].

В целях снижения воздействия отрицательных факторов в регионе внедрён инвестиционный стандарт 2.0 и предоставляется господдержка. В конце 2023 года из федерального бюджета выделили

1,7 млрд рублей на восстановление предприятий в Шебекино, а в целом объем господдержки белгородских предприятий составит около 3,15 млрд руб. [8].

Чтобы привлечь инвестиций в регион, планируется компенсировать затраты, понесённые инвесторами на строительство объектов инфраструктуры, необходимой для реализации инвестиционных проектов. Объём финансирования в 2023–2024 годах составит 1,6 млрд рублей. Также планируется реализовать механизм защиты и поощрения капитальных вложений, внедрить инвестиционный налоговый вычет по налогу на прибыль организации и внедрить механизмы заключения контрактов со встречными инвестиционными обязательствами [8]. Все эти действия позволят привлечь в область инвесторов с долгосрочными проектами.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Белгородская область обладает достаточно высоким инвестиционным потенциалом, что подтверждается стабильным рейтингом и значительным объемом инвестиционных инициатив. Регион привлекателен для инвесторов благодаря минимальным инвестиционным рискам, разнообразным проектам в различных отраслях экономики и поддержке со стороны правительства. Отметим, что, несмотря на сложные условия внешней среды, которые оказывают как прямое, так и косвенное воздействие на инвестиционную деятельность внутри региона, Белгородская область обоснованно сохраняет высокие строчки инвестиционных рейтингов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Статистический ежегодник Белгородская область 2022 / Статистический сборник. URL: <https://31.rosstat.gov.ru> (дата обращения: 01.04.2024).

2. Инвестиции в основной капитал в Белгородской области за 2023г выросли на 8%. URL: <https://www.interfax-russia.ru> (дата обращения: 01.04.2024).

3. Вячеслав Гладков — о реализации инвестиционных проектов в Белгородской области. URL: <https://prostor31.ru> (дата обращения: 02.04.2024).

4. Белгородская область выделит 1,7 млрд рублей на поддержку пострадавшего бизнеса. URL: <https://chr.rbc.ru> (дата обращения: 02.04.2024).

5. Белгородская область стала 7-й в России по инвестиционной привлекательности. URL: <https://www.belpressa.ru> (дата обращения: 02.04.2024).

6. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата. URL: <https://asi.ru> (дата обращения: 01.04.2024).

7. Бизнес оценил инвестклимат в 11 пилотных регионах. URL: <https://www.rbc.ru> (дата обращения: 03.04.2024).

8. Из-за приграничного положения в Белгородской области сократился объём инвестиций. URL: <https://bel.ru> (дата обращения: 03.04.2024).

УДК 338.1

Потапенко А.А.

*Научный руководитель: Шпилевская Е.В., канд. экон. наук
Южный Университет ИУБдП, г. Ростов-на-Дону, Россия*

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Согласно последним данным Росстата, 2024 год будет сложным для большинства отраслей российской экономики. Однако даже в таких условиях можно увидеть перспективы и потенциал для развития.

Темпы роста в основных секторах экономики показывают снижение, вызванное внешними и внутренними факторами. Нефтегазовый сектор, металлургия, и промышленное производство сталкиваются с вызовами, включая санкции и ограничения экспорта. (1)

В России под отраслью понимается совокупность производителей, которые создают однотипный продукт. 2

Одной из ключевых отраслей экономики России является нефтегазовый сектор. Россия обладает огромными запасами нефти и природного газа, что делает эту отрасль одной из основных источников доходов для страны. Нефтегазовая промышленность включает в себя добычу, переработку и экспорт нефти и газа, а также производство нефтехимической продукции.

Другой важной отраслью экономики России является металлургия. Страна является одним из крупнейших производителей металлов, таких как сталь, алюминий, медь и др. Металлургическая отрасль играет важную роль в экспорте продукции и обеспечении строительной и промышленной отраслей сырьем.

Также стоит отметить машиностроение как значимую отрасль экономики России. В этой сфере производятся различные виды оборудования, транспортных средств, энергетического оборудования и других товаров. Машиностроение имеет большое значение для развития промышленности и инфраструктуры страны.

Помимо вышеупомянутых отраслей, важными секторами экономики России являются сельское хозяйство, строительство, химическая промышленность, информационные технологии, финансы и другие. Все эти отрасли взаимосвязаны и влияют на общее экономическое развитие страны.

На 2024 год прогнозируются определенные проблемы развития отраслей экономики России, которые могут оказать влияние на общую экономическую ситуацию страны.

Одной из основных проблем является недостаточное инвестирование в инновации и развитие технологий. Это может привести к отставанию от мировых тенденций и ухудшению конкурентоспособности российских компаний на мировом рынке. Также низкая эффективность производства и устаревшее оборудование могут стать препятствием для развития отраслей экономики.

Неравномерное развитие отдельных регионов страны также остается актуальной проблемой. Некоторые регионы испытывают затруднения с привлечением инвестиций, развитием инфраструктуры и созданием рабочих мест, что может привести к социальным и экономическим неравенствам.

Недостаток квалифицированных кадров и проблемы с образованием также остаются важными аспектами развития экономики. Без высококвалифицированных специалистов отрасли могут испытывать затруднения с инновационным развитием и повышением производительности труда.

Для преодоления этих проблем необходимо активно работать над созданием благоприятной инвестиционной среды, поддерживать научные исследования, развивать образование и поддерживать разнообразные отрасли экономики. Только таким комплексным подходом можно обеспечить устойчивое и сбалансированное развитие экономики России к 2024 году.

Помимо проблем развития отраслей экономики, существуют и риски, которые могут повлиять на развитие отраслей в экономике России.

Существует несколько ключевых рисков, которые могут повлиять на развитие отраслей экономики в России:

1. Геополитические риски: Россия является страной с большими геополитическими амбициями и конфликтами. Например, санкции со стороны западных стран могут оказать негативное воздействие на экспорт нефти и газа, что повлияет на нефтегазовую отрасль.

2. Ценовые риски: Россия зависит от цен на нефть и газ, и колебания цен могут сильно повлиять на доходы страны. Низкие цены на нефть могут снизить прибыльность нефтегазового сектора.

3. Технологические риски: Отрасли экономики нуждаются в постоянном обновлении технологий и модернизации производственных процессов. Отставание в этом плане может привести к потере конкурентоспособности.

4. Кадровые риски: Недостаток квалифицированных специалистов может затруднить развитие отраслей экономики. Образование и подготовка кадров играют важную роль в развитии экономики.

5. Экологические риски: Отрасли, такие как нефтегазовая и металлургическая, могут оказывать негативное воздействие на окружающую среду. Строгие экологические стандарты и требования могут повлиять на производство и инвестиции.

6. Политические риски: Нестабильность политической ситуации может создать неопределенность для бизнеса и инвесторов. Политические изменения могут повлиять на правовую базу, налоговую политику и другие аспекты деятельности компаний.

Управление этими рисками требует комплексного подхода, адаптации к изменяющимся условиям и разработки стратегий для минимизации негативного воздействия на развитие отраслей экономики в России.³

В 2024-2025 годах в России ожидается дальнейшее развитие различных отраслей экономики, основанных на текущих тенденциях и стратегических планах правительства.

В сфере энергетики и добычи природных ресурсов прогнозируется увеличение добычи нефти и газа, а также развитие альтернативных источников энергии, таких как солнечная и ветровая энергия. Это позволит укрепить энергетическую независимость страны и снизить зависимость от импорта.

В секторе сельского хозяйства и пищевой промышленности ожидается увеличение производства сельскохозяйственной продукции, включая зерно, мясо, молоко и овощи. При этом акцент будет сделан на повышении качества и конкурентоспособности российских товаров на мировом рынке.

В области информационных технологий и цифровой экономики ожидается дальнейшее развитие интернет-инфраструктуры, электронной коммерции, искусственного интеллекта и кибербезопасности. Россия стремится стать лидером в области цифровизации и создать благоприятные условия для развития высокотехнологичных компаний.

Таким образом, в 2024-2025 годах Россия ожидает продолжения устойчивого экономического роста в различных отраслях, что способствует укреплению ее позиций на мировой арене и повышению

качества жизни населения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анализ перспектив развития отраслей экономики России в 2024 году - URL <https://www.tinkoff.ru> (дата обращения: 29.04.2024).

2. Юлия Лайши. Современные проблемы и перспективы развития отраслей российской экономики // Образовательный портал «Справочник». — Дата последнего обновления статьи: 07.06.2023. — URL <https://spravochnick.ru> (дата обращения: 29.04.2024).

3. Риски российской экономики в 2024 году — URL <https://dzen.ru> (дата обращения: 29.04.2024).

УДК 331.108.2

Потапова О.С.

*Научный руководитель: Ханаян Т.А., канд. биол. наук, доц.
Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

НОМОФОБИЯ КАК УГРОЗА КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Актуальность данной темы обусловлена процессами глобальной цифровизации общества, стремительным развитием информационных технологий, которые с одной стороны облегчают жизнь человека, а с другой стороны имеют негативные последствия. Наряду с удобством приходит и зависимость от использования данных технологий. Согласно данным социологических исследований страх остаться без использования телефона присутствует более чем у 60% населения земли [2]. Поэтому представляется актуальным изучение номофобии с целью выявления основных последствий как для человека, так и для экономической безопасности организации. Понимание феномена номофобии позволит организации предпринять шаги по предотвращению угроз, связанных с поведением персонала

Цель работы – рассмотреть проблему номофобии в контексте кадровой безопасности организации.

Понятие «номофобия» (на англ. по mobile-phone phobia) определяется как состояние волнения, нервозности у человека, который по каким-либо причинам не может использовать смартфон. Из-за постоянной заикленности на смартфонах люди не могут полноценно учиться, концентрироваться на работе, общаться с другими людьми [2].

Зависимость от смартфонов может вызывать психологические проблемы, стресс, личную неэффективность у людей [3]. Номофобия влияет не только на психологическое состояние работников, но и представляет угрозу безопасности организации. Рассмотрим некоторые отрицательные последствия номофобии для организации:

а) снижение производительности труда: сотрудник, страдающий номофобией, может быть постоянно отвлечен на свой телефон, что приведет к снижению производительности и качества работы;

б) нарушение политики информационной безопасности организации: использование мобильных устройств на работе, нарушение инструкций по соблюдению информационной безопасности при работе с цифровыми технологиями, потеря или кража мобильного телефона с корпоративной информацией- всё это может вызывать угрозы кибербезопасности организации;

в) формирование стрессового состояния у работника может отразиться на его работоспособности и отношениях с коллегами.

Таким образом, номофобия является одно из угроз кадровой безопасности организации. Технологии противодействия угрозам кадровой безопасности пронизывают все функции управления персоналом и предполагают[2]:

а) отбор и проверку кандидатов на вакантную должность;

б) обучение персонала методам обеспечения личной и корпоративной безопасности;

в) контроль над соблюдением персоналом требований и правил имущественной, информационной, интеллектуальной безопасности работодателя;

г) мотивацию. лояльного и ответственного поведения персонала;

д) оценку степени лояльности, повышение ее уровня,

е) профилактику нежелательного поведения персонала, а также применению дисциплинарных взысканий в отношении нелояльных, безответственных сотрудников [2].

Для выявления проблем номофобии среди студентов, которые в скором времени выйдут на рынок труда, было проведено анкетирование с использованием опросника В.П. Шейнова «Шкала зависимости от смартфона». В исследовании приняли 70 студентов СГУПС.

Анализ результатов исследования позволил сделать следующие тенденции в ответах студентов:

а) использование смартфона мешает выполнить запланированную работу (40%);

б) используют смартфон дольше, чем планировали (74,3%);

в) задумываются о том, что необходимо сократить время использования смартфона (61,5%), что свидетельствует о том, что студенты осознают необходимость минимизации времени использования смартфона;

г) при использовании мобильного телефона не могут сосредоточиться на работе (37,1%);

д) чувствуют себя уверенно, используя смартфон: большинство ответили «уверенное да» (31,4%), скорее «да», чем «нет» (25,7%),

е) могут чувствовать себя спокойно в период неиспользования смартфона (40%);

ж) проверяют утром сразу после сна сайты социальных сетей (44,3%);

з) попытки сократить время использования смартфона имеют переменный успех: вариант ответа скорее «нет», чем «да» (35,7%) и скорее «да», чем «нет» (28,6%)

Таким образом проблема номофобии актуальна для студенческой молодежи. Использование смартфона приводит к потерям времени, снижению самоэффективности студентов, а также к формированию психологической зависимости, что в будущем может отразиться на успешности в профессиональной деятельности

Далее были определены меры, применяемые в организациях по снижению и предотвращению рисков, связанных с использованием мобильных телефонов в контексте обеспечения кадровой безопасности. Были выделены следующие направления мероприятий:

а) предоставление информации о политике использования мобильных устройств на рабочем месте;

б) проведение обучающих сессий и семинаров для сотрудников о вреде номофобии и способах её преодоления и управления стрессом без мобильных устройств;

в) проведение мероприятий по "цифровому детоксу": сотрудники отказываются на определенное время от мобильных устройств;

г) поощрение здоровых рабочих привычек, таких как перерывы для отдыха и физической активности, культурных мероприятий в коллективах;

д) обучение сотрудников принципам информационной безопасности и поведенческим нормам;

е) осуществление мер контроля и мониторинга использования мобильных устройств, внедрение технических средств контроля доступа к определенным приложениям или функциям на мобильных устройствах на рабочем месте. Например, компания Google известна своими инновационными подходами к управлению разработала и

приложения для помощи смартфонозависимым: «Activity Bubbles», «Envelope» и «Screen Stopwatch».

Приложение Activity Bubbles работает как простые обои. На рабочем столе появится шарик, который будет увеличиваться в зависимости от того, насколько долго человек проводит времени в телефоне. Приложение Screen Stopwatch. фиксируют время активности пользователя.

При использовании приложения «Envelope» необходимо распечатать бумажный конверт, на котором отмечено положение цифр на телефоне и положить в него смартфон. При этом использование смартфона будет возможно только для просмотра времени и приема телефонных звонков.

Таким образом, номофобию можно определить, как угрозу кадровой безопасности. Понимание феномена номофобии и дальнейшее его изучение позволит организациям предпринимать шаги по предотвращению угроз, связанных с деятельностью персонала.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Кузнецова, Н. В. Обеспечение кадровой безопасности как функция управления персоналом /Н.В. Кузнецова // Baikal Research Journal. - 2012. - №4. - URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 10.04.2024).

2 Мазниченко, Д. В. Проблема "номофобии" в современном обществе / Д.В. Мазниченко, А.П. Попов, В.А. Брыкина // Автономия личности. - 2020. - №2 (22). – С. 49-54.

3 Шейнов, В.П. Короткая версия опросника «Шкала зависимости от смартфона» / В. П. Шейнов // Организационная психология и психология труда. - 2021. - Т. 6. - № 1. - С. 97-115

Пуха Р.А.

Научный руководитель: Лаврова Ю.С.

Белгородский государственный технологический университет

им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

БАЗЫ ДАННЫХ КАК ОБЪЕКТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРАВ

Научная статья по теме “Базы данных как объект интеллектуальных прав” исследует критерии предоставления правовой охраны базам данных, их виды и критерии правовой охраны, а также режим использования. Статья определяет базы данных как совокупность самостоятельных материалов, систематизированных таким образом, чтобы их можно было найти и обработать с помощью ЭВМ.

Цель исследования базы данных как объекта интеллектуальных прав заключается в изучении истории развития понятия базы данных, выделении признаков и критериев охраноспособности базы данных как объекта авторского права [4].

В отечественном законодательстве база данных впервые получила авторскую правовую охрану в Основах гражданского законодательства Союза ССР и республик 1991 года [2], а затем в законе РФ “Об авторском праве и смежных правах” и законе РФ “О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных [3].”

Для баз данных предусмотрены свои критерии в главах 70 и 72 ГК РФ. Однако в доктрине права интеллектуальной собственности существует дискуссия о соотношении этих объектов. Существуют две точки зрения: База данных как объект смежных прав может не иметь творческого характера, поскольку ее создание часто происходит по определенному алгоритму и не соответствует традиционному представлению о творческой деятельности.

Вторая же точка зрения говорит о том, что база данных как объект смежных прав требует существенных финансовых, материальных, организационных или иных затрат, которые делают ее охраноспособной с точки зрения авторского права и института смежных прав [6].

Вот основные критерии охраноспособности базы данных:

1. Основной критерий - оригинальность структуры базы данных.
2. Наличие информационных материалов и программной оболочки.
3. Охраноспособность конкретных информационных материалов.

4. Существенность затрат на создание и поддержание базы данных.

5. Количественный критерий- наличие не менее 10 тысяч самостоятельных информационных элементов.

Таким образом, базы данных могут быть результатом творческого подхода в подборе и расположении материалов, и если они требуют значительных вложений в свое создание, то становятся охраноспособными как с точки зрения авторского права, так и института смежных прав [5]. История развития понятия базы данных началась с появлением магнитных дисков в 1968 году. Тогда была введена в эксплуатацию первая промышленная СУБД- система IMS фирмы IBM. В 1975 году появился первый стандарт СУБД, разработанный ассоциацией по языкам систем обработки данных (CODASYL). В 1981 году Эдгар Франк Кодд создал реляционную модель данных и применил к ней операции реляционной алгебры.

Впервые упоминание о базах данных в российском законодательстве появилось в Основах гражданского законодательства Союза ССР и республик 1991 года. В соответствии с п.2 ст. 1260 ГК РФ, базы данных включены в один ряд с антологиями, энциклопедиями и атласами как один из возможных видов составных произведений. С широким распространением компьютерной техники и совершенствованием БД стала товаром. Это значит также, что БД в настоящее время - объект правовых отношений. Действующее российское законодательство установило практически общий подход к правовой охране баз данных и программ для ЭВМ, однако и здесь есть определенные различия. Так, в статье 1259 ГК РФ, программа для ЭВМ закрепляется в качестве объекта авторского права наряду с произведениями творческого труда (см. П.1 статьи 1259 ГК РФ). Базы данных в этом списке не значатся, но они также рассматриваются как объект авторского права в статье 1260 - как составные произведения. Причем авторское право возникает в силу факта создания БД, для его защиты не требуется ее регистрация или какие-нибудь иные формальности.

В отличие от программ для ЭВМ авторам БД принадлежат авторские права лишь на осуществленные ими подбор или расположение материалов. Здесь следует отметить, что переводчик, составитель либо иной автор производного или составного произведения (в том числе и базы данных) осуществляет свои авторские права при условии соблюдения прав авторов произведений, использованных для создания производного или составного произведения [7]. Срок действия исключительного права на БД

установлен в статье 1281 ГК РФ и в общем случае составляет весь период жизни автора и семьдесят лет, начиная с 1 января года, следующего за годом его смерти [1]. Применительно к БД законом определено еще одно лицо - изготовитель базы данных. В соответствии со статьей 1333 ГК РФ, изготовителем признается лицо, организовавшее создание базы данных и работу по сбору, обработке и распоряжению составляющих материалов [1]. Изготовителю также принадлежат некоторые права на БД: исключительное право изготовителя базы данных и право на указание на экземплярах базы данных и (или) их упаковках своего имени или наименования. В чем же заключается данный вид исключительного права? Изготовителю базы данных, создание которой требует существенных финансовых, материальных, организационных или иных затрат, принадлежит исключительное право извлекать из базы данных материалы и осуществлять их последующее использование в любой форме и любым способом.

В описании сути исключительного права изготовителя БД присутствует понятие “существенные затраты”, которые определяются следующим образом: “При отсутствии доказательств иного базой данных, создание которой требует существенных затрат, признается база данных, содержащая не менее десяти тысяч самостоятельных информационных элементов (материалов), составляющих содержание базы данных” (см. П.1 статьи 1334 ГК РФ) [1]. Что касается сроков действия исключительного права изготовителя БД, то здесь имеются особенности, обусловленные спецификой БД как программного продукта.

Возникает данный вид прав в момент завершения создания БД и действует в течение 15 лет, считая с 1 января года, следующего за годом ее создания, но срок этот не является окончательным, он возобновляется при каждом обновлении БД (статья 1335 ГК РФ) [1]. То есть, если БД регулярно пополняется и обновляется (а это происходит с подавляющим большинством БД), то указанный срок следует считать с момента последнего ее обновления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Текст]: от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019) // Собрание законодательства РФ.
2. Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик (утв. ВС СССР 31.05.1991 № 2211-1) (ред. от 26.11.2001)

[Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Постановление Двадцатого арбитражного апелляционного суда от 25.08.2009 по делу № А23–2448/08Г-16–209. [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

4. Войниканис, Е. А. База данных как объект правового регулирования : учебное пособие для вузов / Е. А. Войниканис, В. О. Калягин; Исследовательский центр частного права при Президенте РФ. - Москва : Статут, 2011. - 174 с. - ISBN 978-5-8354-0764-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru> (дата обращения: 12.05.2024)

5. Лаврова, Ю. С. Дисбаланс сетевой экономической системы коммерческих предприятий / Ю. С. Лаврова, Г. С. Вельмазова // Наукоемкие технологии и инновации (XXIII научные чтения) : Международная научно-практическая конференция, посвященная 65-летию БГТУ им. В.Г. Шухова, Белгород, 29 апреля 2019 года. Том Часть 13. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2019. – С. 53-57. – EDN TVTEWL.

6. Романова, В. О. База данных как объект авторского права / В. О. Романова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 9 (89). — С. 875-877.

УДК 001.895

Пыхтин Д.А.

***Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия***

БЕНЧМАРКИНГ В СФЕРЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В сложной геополитической и экономической ситуации в данный момент времени, чтобы предприятия развивались эффективно, следует регулярно производить модернизацию собственных бизнес-процессов и выпускаемой продукции [7]. Очень действенным инструментом, который позволяет добиться этого, выступает бенчмаркинг – метод, при помощи которого компания может сравнить свою работу с наиболее эффективными компаниями или лучшим опытом.

В области инноваций использование бенчмаркинга дает очень много «плюсов», поскольку он позволяет определить наиболее эффективные стратегические решения и методы, которые используют

самые успешные компании, добившиеся с их помощью успеха на рынке. Также бенчмаркинг сможет помочь установить проблемы в работе компании, таким образом с его помощью производится совершенствование деятельности в области инноваций.

Бенчмаркинг исследует различные свойства и позиции собственной продукции на рынке вместе с характеристиками конкурирующей продукции, что позволяет найти способы сделать свою продукцию лучше. В процессе выполнения этой работы анализируются отличия компании от конкурирующих организаций, определяется, почему они стали успешными, исследуются факторы, позволившие конкурирующим компаниям достичь большей эффективности. При помощи бенчмаркинга создается своя стратегия работы на рынке, которая основывается на эффективном опыте прочих организаций. И это позволяет сказать, что бенчмаркинг довольно неплохой управленческий инструмент в области инноваций.

Использование бенчмаркинга для того, чтобы сформировать корпоративную политику, представляет собой довольно новое направление. При помощи бенчмаркинга оцениваются другие способы, регулирующие бизнес-процессы, формируются стратегии, и управление с его помощью становится более эффективным. Это основывается на том, что при бенчмаркинге глубже понимаются и обоснованно применяются различные подходы, которые с успехом проявили себя в прочих сферах деятельности. Главная задача бенчмаркинга состоит в том, что необходимо передать самый эффективный опыт лицам, принимающим решения, ознакомив их с успешными примерами того, как необходимо разрабатывать и реализовывать корпоративную политику. [2]

Если применять бенчмаркинг в инновационной сфере, это способно упростить процесс, что однако не приводит к росту эффективности в ситуации, когда не учитываются национальные или региональные особенности, и бизнес-процессы не адаптированы соответствующим образом. В условиях значительной зависимости научно-исследовательской и инновационной деятельности от происходящих политических и экономических потрясений использование бенчмаркинга может быть нецелесообразным. В этом случае бенчмаркинг применяют для того, чтобы сформировать регулирующие меры со стороны государства, причем только в виде проекта для последующего обсуждения. При таком подходе бенчмаркинг будет представлять собой процесс, состоящий из большого количества этапов, в ходе которых производится стратегическая оценка

и взаимообучение при участии аналитиков, исследователей, а также представителей органов, осуществляющих регулирование. [3]

При стандартном анализе с использованием бенчмаркинга рассчитываются определенные показатели, а затем на их основе производится определение позиций сравниваемых между собой объектов. Последовательность действий может быть следующей. В первую очередь, выбираются объекты, за которыми будет вестись наблюдение. После этого собирается информация, позволяющая сформировать их профиль и провести ранжирование. Далее каждый индикатор качественно оценивается с учетом установленной значимости.

Успешность бенчмаркинга зависит от полноты и достоверности информационной базы, содержащей сведения о том, как работает та или иная организация (или система) и как она наглядно воспринимается в комплексе. Поэтому представлять рассчитанные по каждому объекту индикаторы необходимо как можно проще, что даст возможность узнать, насколько эффективно они работали и каковы их перспективы при существующей конкурентной борьбе.

Ряд индикаторов, оценивающих то, как развивается наука и технологии (например, патенты и их число, количество инновационных разработок, значение индекса цитирования и прочие), зачастую имеют разную размерность, и это не позволяет их сравнивать напрямую. Бенчмаркинг дает возможность формирования общих индикаторов, позволяющих в полной мере оценить инновационную систему. У каждого индикатора есть собственный весовой коэффициент, в основе определения которого лежит модель, позволяющая установить уровень его значимости по экономическому эффекту, надежности информации и по прочим факторам.

В последнее время неоднократно предпринимались попытки сформировать единую процедуру, по которой будут рассчитываться составные индикаторы инноваций отдельных государств. Основой Европейского рейтинга, оценивающего инновационную деятельность, а также рейтинга, оценивающего инновации в области биотехнологий, являются как раз подобные индикаторы. В то же время Организация экономического сотрудничества и развития, количественно оценивающая инновации, не пользуется составными индикаторами, отдельно анализируя каждый сегмент инновационной сферы. [4, 5]

Главным итогом применения бенчмаркинга в области инноваций на уровне государств стало создание Европейского рейтинга, который сформировался Лиссабонским Европейским Советом Европы в 2000 г. Его составляют каждый год на основе информации по странам ЕС, а

также сведений об инновационной деятельности, предоставленных Исландией, Турцией, Швейцарией, Норвегией, Японией и Соединенными Штатами. [1]

Важным фактором, который вызывает интерес политических кругов и общества к рейтингу в области инноваций, выступило то, что был создан общий инновационный индекс. С его помощью можно сравнить, как работают инновации в государствах Европейского Союза и в некоторых прочих странах. Когда формировался данный составной индикатор, пользовались довольно несложной методологией, заключающейся в следующем:

1. Все индикаторы имеют равные веса;
2. Государству, которое имеет наиболее низкие по значению индикаторы, присваивается 0, наибольшие – 1;
3. Если показатель отсутствует, то не осуществляется его замена;
4. Когда осуществляются расчеты, применяется наиболее актуальная фактическая информация. [6]

Если рассматривать имеющийся международный опыт, то можно увидеть, что главной структурной экономической единицей в сфере инноваций является межотраслевой комплекс. В его задачу входит обслуживание определенного сегмента на национальном и мировом рынке. При помощи данного комплекса осуществляется интеграция научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, производится промежуточная и конечная продукция, оказываются услуги клиентам. На этой основе осуществляется создание региональных и межрегиональных экономических кластеров. Они представляют собой межотраслевые цепи компаний, которые способны к формированию добавленной стоимости, используя инновационную систему.

В целом, бенчмаркинг является мощным инструментом в сфере инноваций, при помощи которого можно дать оценку работе своей компании, сделать ее стратегию более эффективной, используя наиболее успешный опыт прочих участников рынка. Главные преимущества, которые дает бенчмаркинг, - это то, что с его помощью можно приобрести ценный опыт эффективно функционирующих организаций, сделать свою компанию более успешной и конкурентоспособной, стимулировать инновационную деятельность, сделать качество производимого товара или оказанных услуг намного лучше.

В целях обеспечения эффективности использования бенчмаркинга в самых разных областях необходимо выбрать обоснованные показатели, адаптировать методологию к специфике области

применения или компании, учитывать контекст и рыночные особенности, регулярно обновлять информацию и анализировать итоги работы, чтобы впоследствии выносить только правильные решения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антонова И. В. Бенчмаркинг – новое слово успешной стратегии бизнеса // Региональная экономика и управление. – 2014. – № 2-1 (02). – С. 9-11.
2. Божедомова М.А. Бенчмаркинг как инструмент достижения успеха организации // Современные технологии. Системный анализ. Моделирование. – 2013 – №4(40). – С. 210-215.
3. Гусева Н., Медведев Г. Б. Перспективы внедрения бенчмаркинга в государственном управлении // Контроллинг. – 2010. – №2(35).
4. Зайцева С. С. Финансовый бенчмаркинг в управлении стратегическим развитием предприятий // Бизнес в законе. – 2012. – №3.
5. Игнатовская Н. К. Бенчмаркинг в управлении финансами компании // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2016. – Том 2. – С. 950 – 952.
6. Маслов Д. Глобальный бенчмаркинг // Консультант. – 2013. – С. 1–7.
7. Сомина И.В., Колоскова О.И. Актуальные проблемы и методологические особенности исследования инновационной деятельности промышленных предприятий // Белгородский экономический вестник. – 2022. - №4 (108). - С. 64 -68.

УДК 005.3:658

Рафальская Е.В.

*Научный руководитель: Люлюченко М.В., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОРГАНИЗАЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ

Организационная культура имеет ключевое значение для создания эффективной системы коммуникации и сокращения информационных издержек, что и обуславливает актуальность данного исследования. Успех компании определяется не только знаниями и технологическими

прорывами, но также моральными принципами, корпоративной культурой и духовным миром компании.

«Организационная культура – это относительно новое понятие. Его определяют как систему убеждений и ценностей, которые разделяют все члены организации. Она является основой жизнеспособности организации и тесно связана с общей культурой страны, региона или нации, которая представляет собой совокупность различных интеллектуальных, производственных и социальных достижений людей» [7]. Язык, поведение, ценности, устоявшиеся нормы и принципы организации – все это отражает культуру организации, делает ее уникальной и оказывает значительное влияние на ее развитие.

Культура организации – это не просто формально принятый дресс-код, вежливость в общении и стиль оформления рабочего места, это гораздо более широкое понятие [1]. Организационная культура охватывает общие ценности, убеждения, отношение и поведенческие мотивы, в совокупности, характеризующие конкретную компанию.

Формирование и развитие организационной культуры как эффективной корпоративной составляющей способствует переосознанию участников образовательного процесса ценностей и миссии организации, установлению ее уникальности и индивидуальности, обозначению преимуществ перед конкурентами и их трансляции вовне [8].

Существующая организационная культура играет огромную роль в формировании философии и ценностей компании. При попытках менеджеров внедрить новые нормы и ценности, не учитывая существующую культуру, сотрудники могут переживать дезориентацию и сопротивление. Успешное изменение философии организации потребует усилий от всех участников команды и понимания культурных особенностей уже созданной организации (рис.1).



Рис. 1. Элементы организационной культуры (сост. автором с исп. источника [5])

Корпоративная культура часто трактуется как идеология управления и организации социально-экономической системы [2]. Идеология менеджмента относится к системе идей, связанных с управлением организацией, стратегией ее развития, путями и средствами достижения ее целей [6].

В основном, культура организации способствует общению между сотрудниками, формирует благоприятную атмосферу в коллективе и устанавливает ценностные принципы для деятельности персонала, что в конечном итоге позволяет повысить общую эффективность реализуемых задач компании.

Культура компании формируется в значительной степени на основе личной культуры ее руководителя на всех этапах ее развития. Особенно в то время, когда организация находится на стадии становления [3].

Концепция организации Z-типа, разработанная Уильямом Оучи, предполагает слияние элементов японской и американской культур, а также обращает внимание на коллективные мотивационные принципы. По мнению У. Оучи, мотивация сотрудников должна зависеть от ценностей всей компании, а не только от индивидуальных мотивов или стимулов. В данной концепции акцент делается на том, что успешное функционирование организации зависит от того, насколько хорошо каждый член коллектива понимает и разделяет общие ценности и цели компании.

Для развития этих ценностей сотрудникам необходимо создать соответствующую среду и поощрять их приверженность общим целям и команде, а также поддерживать солидарность и доверие. Важно, чтобы цели каждого сотрудника совпадали с целями компании.

Теория Z привержена следующим принципам (рис. 2):



Рис. 2. Принципы концепции организации Z-типа (сост. автором с исп. источника [9])

Теория Z описывает идеального сотрудника, который предпочитает работать в группе и имеет стабильные долгосрочные цели в компании. Согласно этой теории, сотрудников можно мотивировать к работе, сначала поощряя их материально, а затем морально.

По словам У. Оучи, данная целостность позволяет разработать инновационный и эффективный подход к формированию корпоративной культуры.

В своем исследовании У. Оучи анализировал семь переменных организационной культуры, а именно:

1. *Приверженность организации к своим сотрудникам.* Все три типа организаций ценят стабильность в кадровом составе и прибегают к увольнениям только в крайних случаях.

2. *Оценка результатов работы.* Все три типа организаций используют как количественные, так и качественные показатели для оценки работы.

3. *Планирование карьеры.* Различия в функциях, выполняемых на различных ступенях карьеры, предпочтительны для японских и американских менеджеров. Предлагается подход, который позволит менеджерам разнообразить свою карьеру, выполняя 3-5 различных функций.

4. *Система контроля.* Контроль необходим для любой организации, но каждая решает эту задачу по-своему. Например, американские компании обычно имеют формальную систему отчетности, в то время как японский подход предполагает менее формальный контроль через неструктурированные механизмы.

5. *Принятие решений.* В данной модели придается большое значение японскому подходу, который предполагает принятие решений на основе всестороннего согласия.

6. *Уровень ответственности.* Для американских фирм предлагается сохранить ответственность на индивидуальном уровне, совмещая эту культурную ценность с механизмом участия в управлении, который дает менеджеру последнее слово в принятии решений.

7. *Интерес к личности.* По подходу У. Оучи в варианте «Z» предлагается уделять внимание личности в организации не только как сотруднику, но и как личности со своими жизненными аспектами, увлечениями, верой и мотивациями. Американский подход, ограничивающий видение человека как работника, может ограничить возможности эффективного управления в организации.

Непрерывное совершенствование корпоративной культуры действительно является ключевым инструментом организационного управления, который позволяет оказывать воздействие на каждого члена коллектива. Руководство играет важную роль в этом процессе, поскольку их действия и решения в значительной степени формируют социально-психологическую атмосферу среди сотрудников. Под влиянием руководства их ценности, нормы и поведенческие модели могут изменяться, что в конечном итоге кристаллизуется в виде корпоративной культуры организации. Поэтому важно, чтобы руководство осознавало свою ответственность за формирование и поддержание здоровой и продуктивной культуры в организации.

Также важно отметить, что и неформальное общение, и взаимодействия в организации оказывают значительное влияние на формирование организационной культуры и эффективность ее применения в процессе управления [4].

В заключении следует подчеркнуть важнейшую и многогранную значимость организационной культуры для успешного функционирования и сохранения предприятия в долгосрочной перспективе. Организационная культура способствует формированию устойчивого и эффективного коллектива, придает важность производственной деятельности в глазах сотрудников организации. Качественная организационная культура способствует достижению успеха фирмы, устойчивости в условиях конкуренции, а также установлению лидерских позиций среди других организаций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Быстров О.Ф. Теория менеджмента. Монография. – Москва: Русайнс, 2020. С. 182
2. Виханский О. С. Менеджмент: учебник – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2021. С. 656
3. Гапоненко А.Л. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования – Москва: Издательство Юрайт, 2021. С.396.
4. Гапоненко А.Л. Теория управления: учебное пособие для среднего профессионального образования – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. С. 336.
5. Генкин Б.М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика): монография – 2-е изд., испр. – Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020. С. 352.

6. Грушенко В.И. Менеджмент. Восприятие сущности менеджмента в условиях стратегических изменений: учебное пособие / В.И. Грушенко. – Москва: ИНФРА-М, 2019. С. 288.

7. Деминг Э. Менеджмент нового времени: простые механизмы, ведущие к росту, инновациям и доминированию на рынке. – пер. с англ. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. С. 182.

8. Клиентоориентированная организационная культура как фактор эффективного социально- экономического развития региона: монография / И. В. Шавырина, И. А. Демененко. - Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2018. - 161 с.

УДК 336.711

Рафальская Е.В.

*Научный руководитель: Медведев И.П., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ РОССИЙСКИХ БАНКОВ

В современной Российской Федерации инновации активно влияют на повседневную жизнь населения и играют значительную роль в развитии различных отраслей экономики, и банковская сфера здесь не исключение. Эффективное внедрение инноваций в деятельность банков способно положительно повлиять на многие аспекты их работы. (рис. 1)

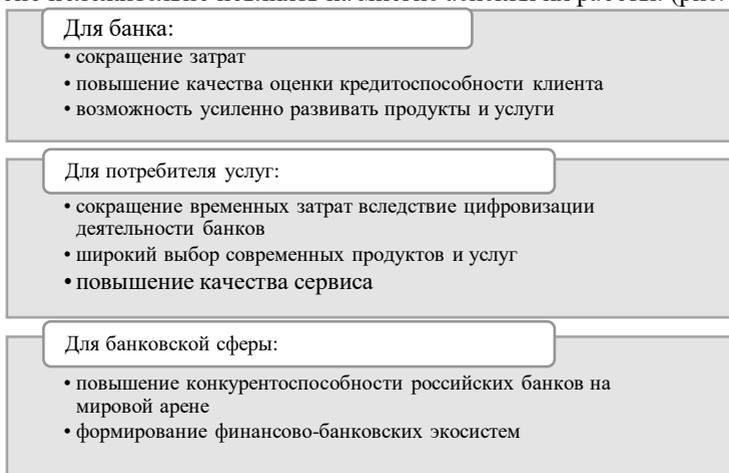


Рис. 1. Значимость банковских операций (сост. автором)

Совершенствование продуктов и технологий коммерческих банков занимает важное место в процессах современных коммуникаций, являющихся совокупностью информационных и телекоммуникационных технологий [2]. На схеме видно, что банковские инновации могут оказывать положительное воздействие на клиентов, помимо влияния на сам банк. Совокупность этих факторов в дальнейшем может значительно отразиться на состоянии банковской сферы и экономике России в целом, поэтому банку необходимо грамотно подходить к внедрению инноваций, просчитав возможные риски и проанализировав имеющийся опыт [6].

Обычно можно выделить три основных направления развития инноваций в банковской сфере: (рис. 2)

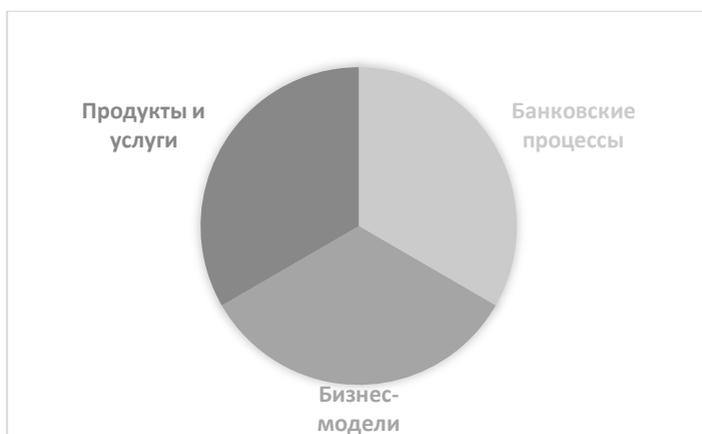


Рис. 2. Направления развития инноваций (сост. автором с исп. источника [8])

Рассмотрим более подробно такое направление, как продукты и услуги.

Модернизация банковских продуктов и услуг может позволить кредитным организациям значительно расширить клиентскую базу за счет сокращения времени и количества необходимых взаимодействий с клиентом, улучшения сервиса по оказанию услуг и разработки принципиально новых продуктов на основе современных технологий [9]. Для максимизации положительного воздействия от внедрения инноваций и повышения конкурентоспособности важно, чтобы банк оперативно реагировал на мировые тренды и тенденции, а также быстро вывел усовершенствованные продукты и услуги на рынок.

К актуальным инновациям в банковских продуктах и услугах можно отнести:

- повышение роли электронных помощников или ботов при обслуживании клиентов. Многие российские банки внедряют голосовых финансовых помощников, такие как "Салют" в Сбербанке, "Олег" в Тинькофф, "Alf" в Альфа-Банке и другие. Эти голосовые ассистенты помогают клиентам проводить операции, получать информацию о балансе и транзакциях, а также выполнять другие банковские операции с помощью голосовых команд [5].

- активное развитие интернет-банкинга. Интернет-банкинг представляет собой метод дистанционного обслуживания, который реализуется посредством предоставления клиенту постоянного доступа к актуальной информации по его банковским счетам и операциям через компьютер или мобильное приложение [7].

- появление персонализированных кэшбек-сервисов в некоторых банках (например, в Тинькофф, Открытии и других), позволяющих клиентам выбирать определенные категории покупок, за которые им будет начислен кэшбек после определенного временного периода. Кроме того, некоторые банки, такие как Сбербанк и ВТБ, применяют предиктивный анализ данных для создания индивидуальных предложений.

Среди наиболее распространенных и главных этапов алгоритма разработки новых банковских инновационных продуктов выделяются:

- разработка концепции банковского инновационного продукта;
- формализация и описание банковского инновационного продукта;
- маркетинговые исследования инновационности продукта;
- разработка, согласование и утверждение инновационного продукта;
- внедрение инновационного продукта [1].

Сложно создавать инновационные продукты и услуги для банка без налаженных рабочих процессов и должного уровня технологического развития. Поэтому «процессные инновации» играют важную роль в деятельности банка.

Инновации в области банковских технологий требуют значительных финансовых и трудовых инвестиций, поскольку для их разработки и внедрения банку необходимо привлечь высококвалифицированных специалистов, обладающих глубокими знаниями в области IT-технологий и управления высокотехнологичным программным обеспечением. Тем не менее, на практике дальнейшее

развитие банковских технологий позволяет кредитным организациям существенно сократить расходы и ускорить базовые рабочие процессы.

Обычно только крупные российские банки имеют достаточные ресурсы для полной и своевременной модернизации технологических процессов. В свою очередь средние и мелкие банки не производят полную модернизацию банковских процессов, предпочитая излишне не рисковать, они вкладываются в развитие наиболее приоритетных технологий и процессов или обращаются к услугам аутсорсинговых компаний [4].

Многочисленные направления развития инноваций в области банковских процессов и технологий можно представить в виде схемы. (рис. 3)

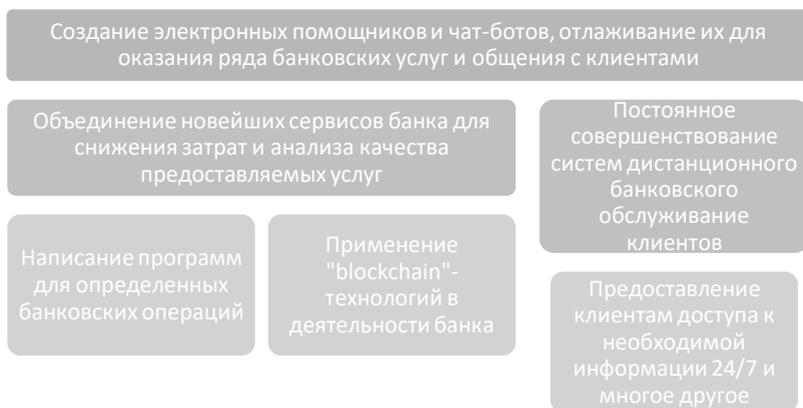


Рис. 3. Процессные инновации Российских банков (сост. автором с исп. источника [3])

На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что в современной экономике России инновации в банковской сфере играют одну из ключевых ролей. Инновационное развитие продуктов и услуг в банковской сфере не только способствуют развитию финансового сегмента рынка, но также помогает стабилизировать и модернизировать работу банков и других элементов экономики. Поэтому внедрение новых технологий и инноваций в банковскую сферу имеет большое значение для повышения эффективности банковского сектора и улучшения качества обслуживания клиентов.

Таким образом, инновационное развитие продуктов и услуг в банковской сфере может привести к значительным изменениям в финансовой системе, начиная с национального уровня и до

международного. Важно понимать, что любые инновации могут оказать как положительное, так и отрицательное воздействие на экономику. При недостаточном контроле и некорректной реализации инноваций, возможны негативные последствия, включая угрозу стабильности финансовой системы. Поэтому внедрение инновационных продуктов и услуг в банковскую сферу должно быть проводиться ответственно, с учетом возможных рисков и обоснованных стратегий развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексеева М. Б. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2021. 606 с.
2. Арзуманян С.Ю., Наврузова Э.Н. Стратегии управления финансовыми инновациями в банках // Молодой ученый. – 2020. – № 14 (304). – С. 236–239.
3. Баско О.В. Инновационные продукты и технологии российских коммерческих банков в условиях формирования цифровой // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 5. – URL: <https://esj.today/PDF/66ECVN519.pdf>
4. Бражников И.Б. Роль инноваций в банковском секторе // Молодой ученый. – 2021. – № 24 (366). – С. 222–224.
5. Габитов И.М. Цифровизация банковских продуктов как основное направление развития банковского бизнеса // Молодой ученый. – 2021. – № 10 (352). – С. 63–64.
6. Космачева Н.М., Бушенева Ю.И. Сбалансированность и противоречия: предпринимательство в период кризиса // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: сборник статей XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – СПб., 2020. – С. 46–51.
7. Кочиева Э.М. Совершенствование бизнес-процессов операционного обслуживания физических лиц в банке // Молодой ученый. – 2020. – № 8 (298). – С. 282–285.
8. Слободенюк Д.Д., Павлова А.М. Инновационные банковские продукты // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 5–2 (63). – С. 184–188.

Рейес Иван, Торрес Карлос

*Научный руководитель: Гриненко Г.П., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АНАЛИЗ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ЗАНЯТОСТИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА СОКРАЩЕНИЕ БЕДНОСТИ В ЭКВАДОРЕ

За последние десятилетия финансовая и банковская система Эквадора претерпела значительные преобразования, став основой экономического развития страны. Благодаря реформам в области регулирования и большей открытости для инноваций Эквадору удалось создать прочную и стабильную финансовую среду, которая способствует инклюзивности и устойчивому экономическому росту [1].

Историческая эволюция. Финансовая система Эквадора прошла через различные этапы эволюции и трансформации. За последние два десятилетия страна столкнулась со значительными проблемами, такими как долларизация ее экономики в 2000 году, которая оказала глубокое влияние на финансовую систему. Эта мера способствовала стабилизации экономики и укреплению доверия к банковской системе, заложив основу для устойчивого роста.

Экономика Эквадора в значительной степени зависит от внешней торговли. В 1990-х годах внешняя торговля моей страны поддерживала положительное сальдо, обеспечивая преобладание экспорта над импортом. Одной из основных функций таможенной системы является сбор налогов и пошлин на импорт и экспорт. Эти доходы имеют решающее значение для национального бюджета и способствуют финансированию проектов развития в стране. Кроме того, таможенная система принимает меры по предотвращению контрабанды и незаконной торговли, тем самым защищая национальную экономику и благосостояние граждан [2].

Регулирование и надзор. Стабильность финансовой системы Эквадора была укреплена благодаря эффективному регулированию и надзору со стороны Управления банков и страхования. Этот регулирующий орган принял меры, способствующие прозрачности, платежеспособности и устойчивости финансовых учреждений, тем самым гарантируя защиту вкладчиков и стабильность системы в целом.

Финансовая доступность. Эквадор приложил значительные усилия для поощрения доступности финансовых услуг, предоставив

доступ к банковским услугам большему числу граждан. Внедрение финансовых технологий, таких как мобильный банкинг и электронные переводы, помогло сократить разрыв в доступе к финансовым услугам, особенно в сельских районах и маргинализированных сообществах. [3]

Инновации и технологии. Внедрение инновационных финансовых технологий стало ключевым фактором укрепления финансовой системы Эквадора. Внедрение систем электронных платежей, цифровизация процессов и открытость для сотрудничества с финтами способствовали повышению эффективности и доступности финансовых услуг, тем самым способствуя экономическому развитию и конкурентоспособности страны [4].

Проблемы и возможности. Несмотря на достигнутый прогресс, финансовая и банковская система Эквадора по-прежнему сталкивается с серьезными проблемами, такими как необходимость повышения финансовой грамотности, улучшения управления рисками и усиления конкуренции в этом секторе. Однако эти проблемы также открывают возможности для дальнейшего укрепления инклюзивной, устойчивой и ориентированной на экономическое и социальное развитие финансовой системы страны.

Стабильная финансовая и банковская система Эквадора претерпела заметные изменения, подкрепленные жестким регулированием, расширением финансовой доступности, технологическими инновациями и видением, ориентированным на устойчивый рост. Уделяя особое внимание стабильности, прозрачности и эффективности, Эквадор находится в благоприятном положении для дальнейшего укрепления своей финансовой системы и содействия экономическому развитию страны [5-7].

На сегодняшний день в Эквадоре действуют 24 банка, 887 сберегательных кооперативов, более 20 страховых компаний. За всем финансовым рынком страны постоянно наблюдает надзорный орган Суперинтенденсия-де-баньос. Задачей этой структуры является защита прав вкладчиков банков и остальных финансовых компаний, борьба с отмыванием денег, защита от финансовых махинаций.

Результатом деятельности этого органа стало повышение надёжности финансовой системы страны в целом и увеличение доверия к финансовым институтам со стороны вкладчиков как внутри страны, так и за рубежом. Государству выгоднее контролировать деятельность финансовых институтов и не допускать их банкротства и мошенничества, чем выплачивать компенсации обманутым вкладчикам. В итоге, за последние 10 лет в Эквадоре не закрылся ни один банк. Для сравнения, в России за тот же период было закрыто 560

банков, многие вкладчики, индивидуальные предприниматели, малые и средние компании потеряли свои деньги. [8-10]

В Эквадоре государством застрахованы вклады на сумму до 32.000 долларов. Для сравнения, в России застрахованы до 12.000 долларов, в рублёвом эквиваленте. И при дальнейшем росте курса доллара эта сумма может снизиться до 11.000, 10.000 и т. д., если государство не будет индексировать размер страховой суммы. Как видно из сравнения, эквадорское государство лучше заботится о защите вкладов своих граждан. Они не волнуются о сохранности своих капиталов, чувствуют надёжную защиту.

Важным фактором, делающим Банки Эквадора очень привлекательными для потенциальных инвесторов из стран СНГ, является высокая доходность банковских депозитов. В зависимости от размера вклада и банка, проценты по депозиту могут достигать до 9% годовых в долларах» США! В сберегательных кооперативах процент по депозиту может достигать 10% годовых. Вклады в кооперативах также защищены государственным страхованием, как и в банках, на сумму до 32.000 долларов. [11]

Эквадорец Jorge Valladarez работал в течение 10 лет в Испании и вернулся в страну в результате экономического кризиса в этой стране, будучи уволен из строительной компании. Вместе с женой они вернулись в Эквадор в феврале и с тех пор он не может найти работу. Время проходит, и ситуация здесь становится все сложнее, нет постоянной работы, пояснил Vázquez. Он считает, что пока торговая политика правительства будет неопределенной, при отсутствии иностранных инвестиций в экономику, безработица продолжит свой рост.

В Куэнке и соседних городах существуют дополнительные факторы, способствующие росту числа граждан, не имеющих работы. Один из основных – значительное число иностранцев, которые заполняют рынок труда, оставляя без работы местных рабочих. Только в столице провинции Azuay, с 21 марта Государственный департамент труда выдал 260 рабочих виз перуанским гражданам. В 2010 году было выдано 10 виз подобного рода. Согласно приблизительным данным, более 7 000 перуанцев работают нелегально в провинциях Cañar и Azuay.

По словам рабочего Felipe Carpio, наплыв работников из Перу мешает эквадорским гражданам найти работу – перуанцы просят за свой труд меньше. Например, эквадорец-прораб зарабатывает USD 120 в неделю, помощник – от USD 70 до 80. Но перуанские граждане работают за USD 30-70 в неделю. По словам раздосадованных

эквадорских рабочих, граждане соседней страны могут жить на эти деньги, так как меняют их на местную валюту, а курс перуанского соля к доллару выгоден для тех, кто получает даже небольшую зарплату в американской валюте. [12]

22 июля 2022 года Национальный институт статистики и цензов (INEC) опубликовал свои последние обследования бедности и рынка труда Эквадора. Первый большой вывод заключается в том, что доля бедных на национальном уровне снизилась с 32,2% в июне 2021 года до 25% в июне 2022 года. Эквадорец считается бедным, если он получает меньше USD 87,57 в месяц, то есть не более USD 2,92 в день.

В свою очередь, доля крайней нищеты снизилась с 14,7 % в июне 2021 года до 10,7 % в июне 2022 года. Для того, чтобы оказаться в этой категории гражданин должен иметь доход менее USD 49,35 в месяц, или менее USD 1,65 в день. При этом уровень крайней нищеты в сельской местности достигает 22,7%. Тем не менее, в стране по-прежнему существует почти 5,3 млн работников на неформальном рынке труда, а средний доход не превышает USD 424 в месяц. К маю 2022 года, до последних 18-дневных протестов в июне этого года, удалось добиться того, что чуть более 71 000 человек покинули неформальный рынок труда, однако, месяц спустя 76% этих людей вновь вернулись в состояние нестабильности.

Таким образом, по состоянию на 30 июня 2022 года, в стране 5 284 314 человек занято в неформальном секторе с доходом ниже минимальной заработной платы в размере USD 425 в месяц и без каких-либо льгот по закону. Андреа Паредес, экономист, пояснил, что, несмотря на снижение уровня бедности, экономика Эквадора остается в основном неформальной и с низкими доходами. В среднем эквадорский трудящийся зарабатывает USD 424,3 в месяц. «Этот уровень дохода лучше, чем USD 419,8 в месяц, который был зарегистрирован до июня 2021 года. Таким образом, инфляция, которая уже превысила 4%, особенно сильно ударяет по эквадорским семьям все более и более сокращающегося среднего класса», - отметил эксперт.

В настоящее время, несмотря на создание еще 302 000 рабочих мест, этот уровень по-прежнему значительно ниже, чем до пандемии. Другими словами, почти три года назад более 3,1 млн эквадорцев имели официальную работу, а сейчас эта цифра составляет 2,9 млн. [13]

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Repositorio Digital FLACSO Ecuador: El sistema financiero y su papel en la economía. Disponible en: Repositorio Digital FLACSO Ecuador

2. Revista Publicando: Sistema bancario de Ecuador: una aproximación a sus... Disponible en: Revista Publicando
3. Sistema abierto de información de revistas publicadas en castellano. Disponible en: Sistema Abierto de Información
4. El sistema financiero en Ecuador. Herramientas innovadoras y nuevos modelos de negocio. Disponible en: Herramientas Innovadoras y Nuevos Modelos de Negocio
5. Banco Central del Ecuador - Normas de Creación. Disponible en: Banco Central del Ecuador
6. El sistema bancario apuesta por la inclusión financiera en Ecuador. Disponible en: Inclusión Financiera en Ecuador
7. Código de Derechos del Usuario Financiero - Superintendencia de... Disponible en: Superintendencia de Derechos del Usuario Financiero
8. Qu es y cómo funciona el sistema financiero ecuatoriano? - ... Disponible en: Funcionamiento del Sistema Financiero Ecuatoriano
9. CÓDIGO ORGÁNICO MONETARIO Y FINANCIERO. Disponible en: Código Orgánico Monetario y Financiero
10. El sistema financiero en Ecuador. Herramientas innovadoras y nuevos modelos de negocio. Disponible en: Herramientas Innovadoras y Nuevos Modelos de Negocio.
11. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общей ред. проф. А.С. Трошина. Белгород: изд. БГТУ, 2024. – 243 с.

УДК 331.1

Рейес Иван

Научный руководитель: Осыченко Е.В., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ВТОРОЙ БУМ КАКАО В ЭКВАДОРЕ И ВЫЗОВЫ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ РЕКОРДНЫХ ЦЕН

Эквадорское какао имеет богатую историю, уходящую корнями в пятнадцатый век. Какао - это тропический фрукт, выращиваемый в основном в прибрежных и амазонских регионах Эквадора. Страна известна производством двух видов какао: какао CCN-51 и признанного Национального какао, также известного как "Арриба", которое славится своим прекрасным ароматом с колониальных времен. Эквадору принадлежит значительная доля на мировом рынке какао, на который приходится около 63% мирового рынка. В 2011 году Эквадор был

удостоен награды "Какао самого высокого качества" и "лучшее какао-зерно по географическому региону" на выставке Salon du Chocolat в Париже, Франция [1].

Какао-промышленность Эквадора столкнулась с проблемами, в том числе с периодом монополии и последующим упадком в 1920-х годах из-за болезни, поразившей урожай какао. Однако с тех пор отрасль вернула себе былую славу и в настоящее время является лидером в производстве высококачественного какао, занимая 65% мирового рынка. Высокое качество эквадорского какао объясняется почвой, климатом и экваториальным расположением страны.

Эквадор является не только крупным производителем какао, но и ведущим производителем какао с тонким ароматом. Уникальный вкус и аромат какао заслужили мировое признание, что сделало его ключевым ингредиентом в производстве высококачественного шоколада. Влияние производств какао в Эквадоре выходит далеко за рамки количественных показателей, поскольку какао в стране признано во всем мире благодаря своему характерному вкусу и аромату.

История производства какао в Эквадоре обширна, страна признана родиной уникального вида какао, известного как национальный, характеризующийся необычным органолептическим профилем. В какао-промышленности Эквадора занято почти 100 000 мелких фермерских семей, что вносит значительный вклад в экономику страны.

Страна долгое время был всемирно известным производителем какао, известным своим характерным ароматом и исключительным вкусом. После периода спада производства в последние десятилетия в стране произошло возрождение какао-индустрии. Это возрождение было обусловлено сочетанием факторов, включая инвестиции в технологии, устойчивые методы ведения сельского хозяйства и новый акцент на качестве.

Эквадорское какао получило международное признание благодаря своему высокому качеству, что привело к увеличению спроса и, как следствие, к рекордным мировым ценам. Этот второй бум выращивания какао породил надежды на значительный экономический рост, особенно для сельских общин, средства к существованию которых зависят от производства какао.

Из-за высокой цены за тонну какао за рубежом, котирующейся на Нью-Йоркской и лондонской фондовых биржах, сектор какао переживает не лучшие времена.

Ожидается, что эти высокие цены сохранятся на протяжении большей части 2024 года. Стоимость метрической тонны (т) какао утроилась за последние полтора года. Он достиг нового максимума в 8

493 доллара - значения, которого не было с 1977 года, то есть 47 лет назад [2].

Какао, поставленное в этом месяце на Нью-Йоркскую фондовую биржу, подорожало до 9656 долларов за метрическую тонну, что является самой высокой ценой с января 1979 года. Цена превысила максимум, достигнутый в марте 2011 года, из-за опасений по поводу производства цены в настоящее время выросли.

Этот благоприятный ландшафт для эквадорского какао частично обусловлен ограничениями, с которыми сталкиваются производители какао в Африке при выходе на рынок Европейского союза из-за отсутствия устойчивости плантаций, вырубки лесов и детского труда [3].

Производство в Кот-д'Ивуаре и Гане, двух западноафриканских странах, на которые приходится почти 70% мирового спроса, страдает от болезней, в том числе неблагоприятных погодных условий, которые приводят к третьему подряд дефициту мировых поставок. Этот дефицит толкает цены вверх [4].

Кроме того, производители какао в Западной Африке получают от 3% до 7% от продажной цены шоколада, что ставит их в бедственное положение. Несмотря на то, что мировой рынок шоколада оценивается в миллиарды долларов, фермеры, выращивающие какао, продолжают жить в бедности. Эта ситуация привела к росту детского труда и вырубке лесов в этих странах.

Сегодня за центнер какао платят около 400 долларов по сравнению с предыдущими годами, когда цена колебалась от 120-130 долларов до в среднем 80-110 долларов за центнер.

Эквадор переместился с восьмого места в мире по экспорту какао в 2007/2008 гг. на третье место в 2022/2023 гг., этот рост произошел за последние пятнадцать лет, при этом экспорт увеличился со 109 000 тонн (т) в период с октября 2007 г. по сентябрь 2008 г. до 400 000 тонн. тонн за тот же период 2022/2023 гг., что соответствует увеличению экспорта. это на 279% больше [5].

Одним из препятствий на пути роста в стране является отсутствие безопасности, и эта проблема оказала значительное влияние на экспорт страны. Очевидное отсутствие безопасности отпугивает инвесторов и ограничивает развитие бизнеса и занятость, что, в свою очередь, сказывается на благосостоянии населения [6].

Фермеры сталкиваются с различными проблемами, связанными с отсутствием безопасности, такими как вооруженные нападения, вымогательство, похищения людей и нападения на их собственность. К сожалению, о многих из этих преступлений не сообщается из-за страха

возмездия и отсутствия доверия к системе правосудия в плане наказания правонарушителей.

Ситуация с безопасностью в Эквадоре достигла исторического уровня: с января по июнь прошлого года число убийств увеличилось на 58%, что привело страну к худшему кризису отсутствия безопасности в ее истории. Эта ситуация привела к сокращению экспорта, поскольку зависимость от сокращения внешней торговли привела к новому спаду и безработице по всей стране.

Зависимость от сокращения внешней торговли привела к новой рецессии и безработице по всему Эквадору. Сокращение экспорта какао из-за падения цен за рубежом привело к сокращению закупок продуктов питания и текстиля, что способствовало рецессии и безработице в стране. Цены на многие основные экспортные товары Эквадора снизились, что привело к сокращению валютных поступлений от сельскохозяйственной и морской продукции [7].

Важно решать эту проблему комплексным образом, укрепляя учреждения, ответственные за поддержание общественного порядка и безопасности, такие как Национальная полиция, прокуратура и система реабилитации заключенных. Кроме того, необходимы дополнительные инвестиции в предупреждение преступности и борьбу с коррупцией, а также в реализацию эффективной государственной политики в области безопасности.

В то время как показатели внешней торговли центрального банка Эквадора (ЕЦБ) были хорошими для страны, анализ объемов экспорта с января по декабрь каждого года показывает, что этот новый бум в секторе какао гарантирует, что экспорт достигнет 1 322 800 миллионов долларов в 2023 году, что почти на 100% больше, чем в прошлом году. в тот же день. вдвое больше, чем в прошлом году. страна в 2016 году-750,1 миллиона долларов.

Стоимость в иностранной валюте, полученная от экспорта какао, составила 3,3% от общего дохода страны от нефтяных товаров в 2007 году, что, по данным ЕЦБ, выросло до 6% в 2023 году. Самым быстрорастущим рынком эквадорского какао была Азия. Сектор какао создает более 400 000 прямых и косвенных рабочих мест в стране [8].

Несмотря на проблемы, с которыми Эквадор сталкивается в плане отсутствия безопасности, существуют возможности для преодоления этих препятствий и максимального использования потенциала какао. Сотрудничество между правительством, силами безопасности и сельскими общинами имеет решающее значение для решения проблемы отсутствия безопасности и защиты производителей какао. Это может повлечь за собой усиление присутствия полиции в сельских районах, а

также принятие специальных мер безопасности для защиты плантаций какао.

Кроме того, инвестиции в инфраструктуру, такую как безопасные дороги и транспортные системы, могут улучшить коммуникации и облегчить транспортировку какао из сельских районов в перерабатывающие и экспортные центры. Аналогичным образом, поддержка инициатив в области обучения и развития предпринимательства может повысить устойчивость фермеров и способствовать внедрению более устойчивых и эффективных методов ведения сельского хозяйства.

В заключение, возрождение производства какао в Эквадоре представляет собой захватывающую возможность для страны, которая может оказать положительное влияние на экономику и сельские общины. Однако отсутствие безопасности, от которого страдает страна, создает серьезные проблемы, которые необходимо эффективно решать, чтобы обеспечить полное использование преимуществ, связанных с мировой рекордной ценой на какао. Сосредоточив внимание на сотрудничестве, инвестициях и устойчивом развитии, Эквадор может преодолеть эти препятствия и укрепить свои позиции мирового лидера в производстве высококачественного какао.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV — [Электронный ресурс]. URL: <https://www.revistalideres.ec> (дата обращения: 08.04.2024).

2. Precio del cacao alcanza su nivel más alto en 44 años — [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberglinea.com> (дата обращения: 08.04.2024).

3. Un segundo boom cacaotero vive Ecuador, pero la inseguridad impide un mayor aprovechamiento del precio récord mundial de casi 8.500 dólares por tonelada — [Электронный ресурс]. URL: <https://www.eluniverso.com> (дата обращения: 08.04.2024).

4. Los precios del cacao se disparan a niveles récords. Buscando La Verdad — [Электронный ресурс]. URL: <https://buscandolaverdad.es> (дата обращения: 08.04.2024).

5. Fortaleciendo el sector de cacao en Ecuador — [Электронный ресурс]. URL: <https://latinoamerica.rikolto.org> (дата обращения: 08.04.2024).

6. El comercio exterior del ecuador — [Электронный ресурс]. URL: <https://www.eumed.net> (дата обращения: 08.04.2024).

7. La delincuencia en el Ecuador: Un problema complejo con soluciones complejas. Club de Aplicación, Desarrollo e Investigaciones Económicas — [Электронный ресурс]. URL: <http://cadiec.oe.espol.edu> (дата обращения: 08.04.2024).

8. Perspectivas de Exportación en Ecuador para 2024: Desafíos y Oportunidades — [Электронный ресурс]. URL: <https://grupoalaire.com> (дата обращения: 08.04.2024).

УДК 338.1

Рогачева К.А., Серженко А.Г.

Научный руководитель: Мишарева А.С., асс.

Волгоградский институт управления, г. Волгоград, Россия

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

В настоящее время экономика подвергается активным процессам цифровизации и внедрению новых технологий и инноваций. На основе постоянно изменяющихся условий общественного развития и основ построения экономических отношений возникают новые тенденции реализации хозяйственной деятельности, которые, в первую очередь, направляются на гибкую адаптацию к изменяющимся условиям и сохранение своих позиций на рынке, где основной целью будет повышение конкурентоспособности фирмы или отрасли экономики.

Электронный бизнес и коммерция прошли достаточно длинный путь развития, внедряя технологии и формы взаимодействия бизнес-субъектов, и теперь с помощью электронных средств можно организовать значительную часть цикла заключения сделок. Современные средства позволяют качественно улучшить как процесс продаж, так и связанные с ним сопутствующие задачи, вплоть до оптимизации бизнес-процесса конкретной фирмы [1].

Данный вид деятельности приобретает популярность с высокой степенью прогрессии и у этого феномена есть свои преимущества:

Во-первых, это высокий уровень удобства ведения торговли на электронных площадках по сравнению с привычными нам традиционными рыночными методами. Благодаря цифровым возможностям стало намного проще организовывать бизнес, масштабировать коммерческую деятельность, тем самым выход на международный рынок стал более достигаемый, а также непосредственно осуществлять торговлю.

Во-вторых, электронная коммерция позволяет сокращать долю издержек, что делает её экономически выгоднее. Таким образом, данный аспект позволяет значительно увеличить уровень малого и среднего бизнеса, так как на начальных этапах (на этапах стартапа) не требуются больших финансовых вложений, что благотворно влияет на экономическое развитие регионов с точки зрения фискальной политики.

В-третьих, с точки зрения государственного регулирования, цифровая торговля является более открытой и прозрачной, особенно при крупных переводах денежных средств и установления уплаты/неуплаты налогов с коммерческой деятельности.

При исследовании вопросов, связанных с электронной торговлей, следует выделить следующий определяющий фактор наличие коммерческой сделки, осуществление или заключение которой совершается в сети Интернет и происходит без физического присутствия сторон. В итоге право собственности на услугу или товар переходит от одного участника к другому, тем самым экономическая безопасность электронной коммерции осуществляется путем установления законодательной базы и надзора за соблюдением правомерности торговых отношения коммерсантов и покупателей.

Электронная торговля (коммерция) охватывает такие операции, как: онлайн-маркетинг, интернет-контакты с поставщиками товаров, послепродажный сервис, платежная система, логистика и доставка товаров [2].

Опасность электронной торговли занимает особое место среди различных видов рисков, поскольку сопряжена с большинством процессов электронной торговли, которым присущи элементы неопределенности, и эти процессы не имеют однозначного исхода (решения) [3].

Риски оказывают огромное воздействие на формирование устойчивости и общего состояния экономической безопасности страны. Негативными последствиями могут становиться разные направления развития инноваций и электронной торговли.

Во-первых, электронная торговля предполагает развитие инновационной сферы деятельности хозяйствующих субъектов, что не может исключать формирование недобросовестных действий со стороны продавцов и покупателей товаров и услуг, осуществленных путем обмана, перераспределением товаров, в том числе низкого качества. Это становится толчком для развития криминальных действий в экономике, новых направлений преступности в сфере интернет-торговли.

Во-вторых, говоря о развитии преступности, следует отметить, что электронная торговля воздействует на увеличение угроз для информационного аспекта экономической безопасности. Электронная торговля позволяет формировать интернет-площадки для продажи различных товаров и услуг, в том числе, которые могут развивать теневую деятельность, раскрывающуюся в виде возможного сокрытия истинных показателей продаж и эффективности производства или, наоборот, скрывать сам факт продаж товаров, которые могут быть запрещены законом.

В-третьих, развитие электронной торговли влияет на увеличение барьеров для отечественного производства, в особенности для малых и средних предприятий, идущих на пути развития экономики в условиях цифровизации и общедоступности мирового рынка с любой точки земного шара.

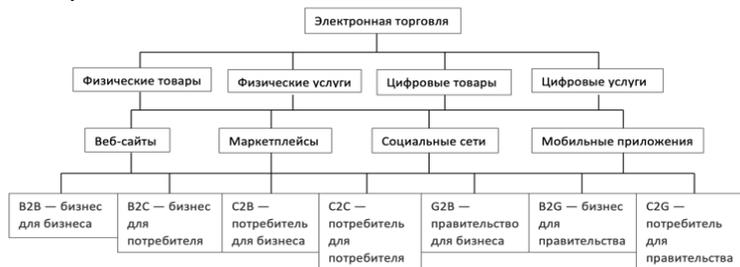


Рис 1. Типология электронной торговли

В настоящее время наиболее популярными площадками для совершения торговых операций на территории Российской Федерации являются различные маркетплейсы. Tinkoff eCommerce в рамках аналитического проекта Tinkoff Data представил главные итоги работы маркетплейсов в 2023 году. Эксперты проанализировали, как изменились число покупок и средний чек за год, а также доли площадок по количеству продавцов и числу транзакций. Исследование включает данные по шести крупнейшим маркетплейсам в России: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, KazanExpress, AliExpress и Мегамаркет. В 2023 году количество покупок на маркетплейсах выросло на 63%.

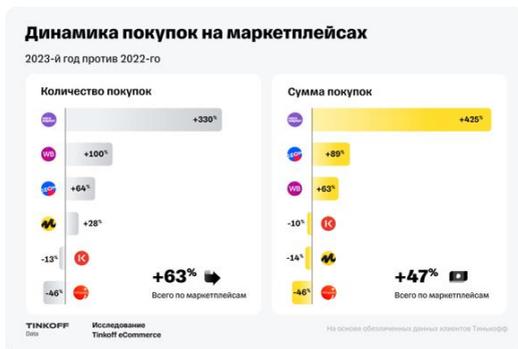


Рис 2. Динамика покупок на маркетплейсах
Исследование Tinkoff eCommerce

Самой привлекательной платформой для старта бизнеса является Wildberries: 63% продавцов в конце 2023 года выбирали её в качестве первой площадки. При этом в начале года по этому показателю лидировал Ozon (47% продавцов против 44% у Wildberries на 1 января 2023 года). В конце года Ozon выбирали первой площадкой 30% продавцов. Около 7% продавцов выбирают для старта бизнеса Яндекс Маркет — его доля по этому показателю за год колебалась незначительно [4].

Безопасность электронного рынка обеспечивается законодательством как для продавцов, потребителей, так и для маркетплейсов, но их интересы разнятся. Помимо имеющийся прибыли маркетплейсов от продавцов в виде сбора за хранения товаров на складе, отчисления за возможность торговать на площадке, франшиза и т.д., площадки также собирают деньги с покупателей. Так, торговая площадка Wildberries установила платный возврат не только исправных товаров, но и бракованных, тем самым обосновывая логистические издержки компании. Если Роспотребнадзор разъяснил, что Wildberries вправе взимать с потребителей плату за возврат качественных товаров (к примеру, если они не подошли по размеру или фасону), то суд уже признал незаконным взимать с покупателей плату за обратную доставку некачественного товара. Защита покупателей основа закона РФ «О защите прав потребителей», обеспечивающий безопасность не только традиционных рынков, но также цифровых [5].

Гарантия экономической безопасности электронной коммерции напрямую связана с разработкой системы ее информационной безопасности. Экономическая безопасность чаще всего попадает под

удар совершаемых преступниками правонарушений, поскольку не отличается достаточной устойчивостью [6].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Рудецкая А.В. роль электронной торговли в развитии цифровой экономики страны // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2020. №1-2 (102-103). URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 11.05.2024).
2. Шайдуллина Венера Камилевна Электронная торговля и перспективы ее развития в мировой экономике // Вестник ГУУ. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 11.05.2024).
3. Гатилова Ирина Николаевна Сущность рисков электронной торговли // Евразийский Союз Ученых. 2014. №8-8. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 11.05.2024).
4. Главные итоги работы маркетплейсов в 2023 году. — Текст : электронный // Cossa : [сайт]. — URL: <https://www.cossa.ru> (дата обращения: 11.05.2024).
5. Суд признал незаконным платный возврат бракованных покупок на Wildberries / Левинская А., Захарова А. — Текст : электронный // РБК : [сайт]. — URL: <https://www.rbc.ru> (дата обращения: 11.05.2024).
6. Смирнова Лада Ярославовна угрозы системы экономической безопасности электронной коммерции и принципы ее построения // Проблемы экономики и юридической практики. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 11.05.2024)

УДК 338.984

Романишко Д.А., Волчуга Д.А.

Научный руководитель: Жудро Н.В., канд. экон. наук, доц.

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

В настоящее время актуальные проблемы экономического и социального развития становятся все более важными и требуют серьезного внимания как со стороны государства, так и общества в целом. В условиях быстрого развития технологий, глобализации и изменения природы рынков, страны сталкиваются с новыми вызовами

и проблемами, которые необходимо решить для обеспечения устойчивого развития [1].

Одной из главных проблем является неравенство в доходах и социальные неравенства, вызванные отсутствием доступа к образованию, здравоохранению и возможностям для саморазвития. Повышение качества образования и обеспечение доступа к социальным услугам для всех слоев населения может помочь уменьшить социальные различия. Введение социальных программ, таких как минимальный доход или поддержка для малообеспеченных семей, поможет уменьшить неравенство и снизить социальные напряжения.

Еще одной важной проблемой является экологическое состояние планеты. Применение экологически чистых технологий и процессов производства поможет снизить негативное воздействие промышленности на окружающую среду. Внедрение строгих экологических стандартов, поддержка возобновляемых источников энергии и устойчивое использование природных ресурсов способствуют снижению антропогенного воздействия на природу.

Безработица и нестабильность на рынке труда также являются актуальными проблемами экономического и социального развития. Программы поддержки занятости, обучения и переквалификации помогут работникам адаптироваться к меняющимся рыночным условиям и находить новые возможности трудоустройства. Развитие малого и среднего бизнеса, стимулирование инноваций и создание благоприятной среды для предпринимательства также способствуют снижению уровня безработицы.

Еще одним насущным вопросом является обеспечение доступа к качественным образовательным и здравоохранительным услугам. Увеличение государственных инвестиций в образование и здравоохранение, повышение квалификации специалистов и обновление образовательных программ помогут обеспечить доступ к качественным услугам для всех граждан. Разработка программ поддержки медицинских учреждений, предоставление льгот для медицинских работников и усовершенствование системы медицинского страхования также улучшат доступность и качество медицинской помощи.

Также следует обратить внимание на цифровизацию и технологическое развитие. Развитие цифровых технологий способствует экономическому росту и улучшению качества жизни. Необходимо обеспечить равный доступ к цифровым возможностям для всех слоев населения, чтобы избежать цифрового неравенства. Инвестиции в цифровую инфраструктуру, обучение населения работе с

новыми технологиями и создание цифровых образовательных программ помогут обеспечить широкий доступ к цифровым ресурсам.

Важную роль в экономическом развитии играют международное сотрудничество и глобальные вызовы. Мир стал более взаимозависимым, и многие проблемы требуют глобальных решений. Международное сотрудничество в области регулирования финансовых рынков, борьбы с климатическими изменениями и обеспечения мира и безопасности необходимо для достижения устойчивого развития. Укрепление международных организаций и механизмов сотрудничества, повышение прозрачности и ответственности в международных отношениях помогут решить глобальные вызовы и обеспечить мир и стабильность [2].

Укрепление правовой и институциональной основы необходимо усилить. Установление справедливых и прозрачных норм, борьба с коррупцией, укрепление государственных институтов и судебной системы создадут благоприятную среду для предпринимательской деятельности, инвестиций и социального развития. Развитие правосознания граждан, обеспечение защиты их прав и свобод, а также соблюдение прав человека на всех уровнях общества являются необходимыми условиями для построения справедливого и демократического общества.

Улучшить ситуацию в стране также можно за счет развития инфраструктуры и градостроительства. Инвестиции в транспортную инфраструктуру, жилищное строительство, коммунальные услуги и городскую среду помогут повысить качество жизни населения, создать рабочие места и стимулировать экономическую активность. При планировании развития инфраструктуры важно учитывать потребности граждан, экологические аспекты и градостроительные стандарты для обеспечения устойчивого и гармоничного развития городов и регионов. Важным аспектом устойчивого развития является также культурное разнообразие и уважение культурных традиций и ценностей различных народов. Содействие межкультурному диалогу, поддержка культурных и образовательных инициатив, защита культурного наследия и традиций помогут укрепить взаимопонимание и солидарность в обществе.

Устойчивое развитие требует сбалансированного подхода к экономическим, экологическим и социальным вопросам. Экономический рост должен быть устойчивым и справедливым, учитывая потребности нынешнего поколения и сохраняя ресурсы для будущих поколений. Экологические аспекты необходимо

интегрировать во все сферы деятельности для обеспечения гармонии с окружающей средой и сохранения природы [3].

Кроме того, крайне важны общественный диалог и взаимодействие между различными группами общества. Только объединив усилия и работая сообща, мы сможем преодолеть актуальные вызовы и стремиться к устойчивому развитию, которое будет способствовать процветанию всех членов общества и сохранению нашей планеты для будущих поколений [4].

Устойчивое развитие общества – это сложный и многогранный процесс, требующий скоординированных усилий со стороны всех участников. Необходимо учитывать экономическое развитие, социальную справедливость, экологическую устойчивость, цифровизацию, международное сотрудничество, укрепление правовой и институциональной основы, развитие инфраструктуры и градостроительства – все эти аспекты являются неотъемлемой частью пути к достижению устойчивого развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кузнец С. Современный экономический рост результаты исследований и размышлений // Политикам об экономике. Лекции нобелевских лауреатов по экономике. М.: Современная экономика и право, 2005. С. 142–159.

2. Саралидзе А.М., Доничев О.А. Направления уменьшения дифференциации в развитии регионов на основе инновационной экономической интеграции // Экономическое возрождение России. 2013. № 4. С. 180–187.

3. Комков Н.И., Гаврилов С.Л. Моделирование и оценка вариантов стратегий технологического развития. В кн. «Развитие экономики России: проблемы, факторы стратегии, прогнозы». М.: МАКС-Пресс, 2005.

4. Материалы встречи В.В. Путина с учеными-экономистами РАН (19.02.2014) // Официальный сайт Президента России [электронный ресурс] режим доступа <http://www.kremlin.ru/news/20291> свободный.

Рослякова А.М.

*Научный руководитель: Пасовец Ю.М., канд. соц. наук, доц.
Курский государственный университет г. Курск, Россия*

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ПОНИМАНИЕ ПАТРИОТИЗМА

Актуальность современных исследований по проблемам патриотизма обусловлена необходимостью поиска научных подходов, отражающих сложное и многогранное содержание патриотизма в современном обществе и позволяющих сделать изучение данного феномена наиболее полным. Одним из таких подходов является социологический подход, который основывается на представлении об обществе как социокультурной системе, возникающей и эволюционирующей в результате взаимодействия людей и проявления их чувств и социальных действий.

Социологический подход к трактовке патриотизма связан с его пониманием как особого нравственное качество людей по отношению к своей Родине, которое детерминирует их активную созидательную деятельность во благо ее интересов. Патриотизм рассматривается как эмоционально-чувственный феномен, основанный на любви к Родине, готовности защищать ее и выражается в ощущении неотъемлемой связи между человеком и своим народом, его культурой и историей. Так, российский социолог Л.А. Петрова подчеркивает: «Высший уровень развития чувства патриотизма неразрывно связан с активной социальной деятельностью, действиями и поступками, осуществляемыми на благо Отечества» [4].

По своему содержанию и структуре патриотизм включает в себя патриотическое сознание, патриотическую деятельность и патриотические отношения, об этом пишут в своих работах И.А. Юров [6], Ю.Н. Трифонов [5] и другие авторы.

Первый из этих компонентов патриотизма, патриотическое сознание представляет собой форму общественного сознания, включающую в себя социальную, правовую, религиозную, историческую и морально-нравственную составляющую. Каждый из этих элементов выполняет свою роль для функционирования общества. В рамках патриотического сознания наблюдается объединение эмоциональных, интеллектуальных и волевых аспектов восприятия и поведения, способствующих становлению людей, готовых преданно служить своей стране, даже в случае необходимости пожертвовать своей жизнью.

Переходя к другому компоненту патриотизма, необходимо отметить, что патриотическое сознание приобретает общественную ценность лишь в случае, когда оно трансформируется в конкретные действия и инициативы, формируя второй компонент структуры патриотизма – патриотическую деятельность. Здесь речь идет не только о гордости за свою родину, но и о совершении добросовестных поступков во благо интересов Отечества.

Следующей составляющей структуры патриотизма являются патриотические отношения. Они представляют собой систему взаимосвязанных отношений между человеческой деятельностью и жизнью отдельных членов общества, ориентированную на защиту и удовлетворение потребностей, желаний, установок и интересов по отношению к собственной Родине.

Можно сделать вывод о том, что сущность патриотизма выражается в бережном отношении к окружающим людям, к Родине, в преданности и гордости за свой народ. Структура патриотизма состоит из патриотического сознания, патриотической деятельности и патриотических отношений.

Основными факторами, влияющими на отношение людей к патриотизму, являются гражданская социализация, патриотическое воспитание, приобщение к народной и национальной культуре.

Формирование патриотизма зависит от гражданской социализации, под которой понимается «процесс становления личности как гражданина» [1], включающий в себя нравственное развитие, здоровый образ жизни, взаимоотношения, знакомство с правовой культурой и воспитание гражданских ценностей. Система образования нацелена на формирование нравственной личности, приверженной традиционным духовным и моральным ценностям, что позволяет гражданину реализовать свой потенциал в современном обществе и быть готовым защищать Родину.

Формирование патриотизма требует не только гражданской социализации, но и патриотического воспитания. Как отмечают С.М. Елкина и А.А. Косова в своих работах: «Патриотическое воспитание – это процесс взаимодействия педагогов и учащихся, направленный на формирование патриотического сознания и ценностей, чувств и отношений, убеждений и мотивов служения Отечеству» [2]. Патриотическое воспитание включает в себя знание о своей стране и ее исторических особенностях, а также формирование культурной базы знаний для успешной адаптации в обществе. Патриотическое воспитание должно способствовать развитию ценностных ориентиров и гражданской позиции человека и его

активной социальной деятельности во благо своей Родины.

В последнее время значительно возросла роль народной культуры как источника патриотических чувств. Искусство, созданное народом, играет ключевую роль в формировании ценностей среди детей и молодежи, способствует их приобщению к социокультурному опыту общества. Оно позволяет погрузиться в духовное наследие народа, подчеркивает важность моральных и эстетических ценностей, являясь частью истории Родины. Познание искусства и уникальных особенностей своего региона способствует развитию и укреплению патриотических убеждений у молодого поколения. Наряду с приобщением к народной культуре важно знакомиться молодое поколение и с наследием национальной и региональной культуры [3].

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что патриотизм формируется под влиянием культурных, экономических, социальных и политических факторов. Среди них существенную роль в формировании истинного патриотизма играют гражданская социализация, самоидентификация со своей Родиной, развитие патриотических установок, приобщение к народной и национальной культуре через развитие духовного мира индивида.

Таким образом, социологическое понимание патриотизма позволяет представить его как многогранное явление и неотъемлемую часть духовного мира личности, которая характеризует высокий уровень ее гражданской социализации и проявляется главным образом в эмоционально-возвышенном отношении к Отечеству. Представляя собой одну из наиболее значимых ценностей общества, он объединяет в своем содержании социальные, политические, духовно-нравственные, культурные, исторические и другие компоненты. В рамках социологического подхода структура патриотизма может быть представлена патриотическим сознанием, патриотической деятельностью и патриотическими отношениями.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гребенюк, Т.Н. Образ Родины: общечеловеческая ценность против политической ценности / Т.Н. Гребенюк // Вестник Томского государственного университета. – 2007. – № 301. – С. 14–16.

2. Елкин, С.М. О содержании понятий «патриотизм» и «патриотическое воспитание» / С.М. Елкин, А.А. Косова // Вестник Новгородского гос. ун-та. – 2017. – № 1 (99). – С.14–16.

3. Пасовец, Ю.М. Молодежь российских регионов / Ю.М. Пасовец, М.И. Кадничанская, Е.П. Галкина. – Курск: Курский государственный

университет, 2017. – 236 с.

4. Петрова, Л.А. Формирование патриотизма [Электронный ресурс] // Психология, социология и педагогика. – 2012. – № 3. – Режим доступа: <https://psychology.snauka.ru> (дата обращения 05.12.2023).

5. Трифонов, Ю.В. Формирование патриотизма: политико-идеологические смыслы и технологии / Ю.Н. Трифонов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2021. – Т. 21, вып. 2. – С. 211–217.

6. Юров, И.А. Формирование гражданских и патриотических ценностных ориентаций у молодежи: монография / И.А. Юров; Руслайн. – М.: Руслайн, 2020. – 132 с.

УДК 339.1

Рубан Д.Н., Савичева П.В.

*Научный руководитель: Шамардина И.А., канд. экон. наук, доц.
Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь*

ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

В настоящую эпоху цифровизации экономики, когда технологии и инновации являются обязательной частью нашей повседневной жизни, создаётся потребность в детальном анализе вероятных рисков и угроз, связанных с этим процессом. Формирование цифровой экономики имеет свои плюсы и минусы: с одной стороны, оно обещает значительные выгоды в виде повышения эффективности и появления новых перспектив для бизнеса и общества; с другой стороны, оно несет ряд серьезных вызовов и угроз, которые могут затронуть как отдельные аспекты жизни, так и экономику страны в целом.

Целью данной научной работы является всесторонний анализ внешних и внутренних факторов, которые могут оказать влияние на развитие цифровой экономики, а также определение стратегий и мер, которые направлены на минимизацию вероятных рисков и угроз. Особое внимание уделяется вопросам информационной безопасности, киберугрозам, защите данных и личной информации, а также социально-этическим аспектам цифровизации.

В нынешнем мире цифровая трансформация производит немалое влияние на все аспекты общественно-экономической жизни. Этот процесс приводит к потребности разностороннего анализа как положительных, так и отрицательных последствий, особенно учитывая стремительное внедрение цифровизации во многих отраслях в связи с

пандемией коронавируса. Среди основополагающих преимуществ цифровой трансформации для производственных компаний выделяются увеличение производительности труда и уменьшение расходов, в частности за счет автоматизации и замены человеческого труда машинами. Технологические инновации и универсальные решения способствуют оптимизации автоматизированных систем, повышая гибкость управленческих решений и ускоряя бизнес-процессы.

Положительные факторы воздействия цифровизации также играют значимую роль, разрешая уменьшать затраты на документооборот и обработку данных, а также уменьшить риски ошибок в финансовых операциях. Индекс цифровизации благоприятно сказывается на операционной эффективности российских компаний, хотя степень влияния варьируется в зависимости от всевозможных факторов, таких как отрасль, возраст и размер предприятия

Согласно опросам компании PwC Finance Effectiveness Benchmarking, 68% финансовых директоров запланировали инвестиции в цифровую трансформацию в ближайшие 12 месяцев, включая введение таких технологий, как облачные сервисы и аналитика, что акцентирует стратегическую значимость этого процесса для будущего и нынешнего бизнеса. Это отражает мировую тенденцию к цифровизации и стремление компаний к инновациям и технологиям для улучшения своих финансовых показателей и конкурентоспособности на рынке. [5].

Цифровая трансформация, невзирая на свои всевозможные преимущества, имеет ряд отрицательных факторов. Одной из наиболее значительных отрицательных угроз является увеличение случаев киберпреступности, обусловленное цифровизацией данных. Многие компании оттягивают инвестирование в кибербезопасность до тех пор, пока не повстречаются с угрозами напрямую. В Российской Федерации рост киберпреступности - в 2017 году 14, 8% компьютеров подверглись воздействию вредоносного программного обеспечения. Китай внедряет с каждым годом все больше инноваций. Как пример, Китай ввел систему социального кредита, используя глобальные цифровые технологии. Но она также вызывает опасения относительно приватности и контроля граждан. В странах Северной Африки, таких как Алжир, Египет, Марокко и Тунис, цифровизация проходит в очень сложных условиях, так как уровень доходов ниже среднего, а доступ к интернету ограничен более чем у 100 миллионов граждан. Такое отношение увеличивает риски нарушения конфиденциальности и

утраты приватности, особенно в свете широкого использования персональных данных в цифровом пространстве.

Кроме того, цифровая трансформация приводит к риску сокращения рабочих мест, поскольку рутинные задачи переходят в ведение компьютеров и роботов. Это создает проблемы безработицы и требует перераспределения профессий на рынке труда. По прогнозам экспертов Глобального института McKinsey, к 2030 году от 75 до 375 миллионов работников могут потребоваться переквалификация или адаптация к новым условиям труда из-за автоматизации. [4].

Дополнительные проблемы, связанные с цифровой трансформацией, включают информационный разрыв, когда не все слои населения имеют равный доступ к цифровым технологиям, что особенно заметно среди старшего поколения в странах СНГ. [2]. Все эти факторы в совокупности оказывают влияние на финансовые результаты организаций и требуют внимательного управления и стратегического планирования.

Положительные факторы цифровизации экономики можно разделить на:

1. Национальная политика: разработка и реализация правительством программ и стратегий, направленных на цифровизацию экономики, создание благоприятной законодательной и налоговой среды для сектора информационных технологий (ИТ) и цифровых стартапов, а также инвестиции в образование и инфраструктуру, связанную с цифровыми технологиями. [3]. Как пример, в РБ : «Информационно-аналитическое и организационно-техническое сопровождение цифрового развития» В рамках данной подпрограммы планируется реализовать мероприятия, направленные на: создание благоприятных условий для обеспечения процессов цифрового развития. «Технологии для цифрового развития» реализации пилотных проектов, включая разработку типовых технических решений с их апробированием на «модельных объектах» и последующим масштабированием.

2. Образование и инфраструктура: финансирование образовательных программ по подготовке специалистов в области цифровых технологий и инвестиции в создание и модернизацию коммуникационной инфраструктуры для обеспечения высокоскоростного доступа в Интернет.

В рамках стратегического курса национального развития, Республика Беларусь приняла ключевой документ — Государственную программу «Цифровое развитие Беларуси» на период 2021–2025 годов. Данная программа ориентирована на комплексное применение

современных информационно-коммуникационных технологий и инновационных производственных решений для стимулирования прогресса в экономических отраслях и улучшения качества жизни граждан.

3. Инновации и предпринимательство: программы грантов и субсидий для поддержки инновационных инициатив и стартапов, акселерационные и инкубационные программы для разработки новых технологических решений и бизнес-моделей. Современный анализ рыночной ситуации в Республике Беларусь не обнаружил наличия конкретных программ, которые бы были направлены на поддержку инновационных стартапов. Однако, особенно выделяются примеры из соседних стран, как Российская Федерация, показывают успех программ, таких как “ПромТех 2.3”, которые могут стать прототипами для разработки подобных программ в Беларуси.

4. Развитие цифровых технологий включает оценку уровня осведомленности и внедрения цифровых технологий среди населения и предприятий, а также поддержку их интеграции в повседневную жизнь и бизнес-процессы. Программа “Цифровое развитие Беларуси” направлена на реализацию проектов, создающих передовую информационно-коммуникационную инфраструктуру, внедрение инноваций в экономические отрасли, разработку технологий для “умных городов” и повышение уровня информационной безопасности. Эти действия способствуют лучшей связи цифровых технологий и повседневной жизни. [1].

К проблемам, связанным с цифровизацией экономики, относятся:

1. Риски утечки данных, хакерские атаки и другие виды киберпреступлений, которые могут нанести серьезный финансовый ущерб как отдельным лицам, так и компаниям.

2. Различия в доступности и уровень владения цифровых технологий и услуг, таких как цифровое неравенство, могут препятствовать полноценному участию некоторых слоев населения страны в цифровой экономике и их вкладу в экономическое развитие.

3. В регионах, таких как Северная Африка, Южная Америка и Юго-Восточная Азия, наблюдается низкий уровень цифровой грамотности, что затрудняет использование возможностей цифровой экономики, включая онлайн-покупки, удаленную работу и доступ к цифровым сервисам. Что позволяет выделить еще одну проблему: цифровое неравенство.

Чтобы минимизировать вышеупомянутые риски и рентабельно использовать преимущества цифровизации, Республика Беларусь должна разработать и улучшать стратегии цифровизации, включающие

инвестиции в образование и инфраструктуру для стимулирования инноваций и предпринимательства. Повышенное внимание нужно уделять кибербезопасности и решать проблему цифрового неравенства, повышая уровень цифровой грамотности населения. Проведение этих мероприятий поможет Беларуси обеспечить устойчивое и процветающее цифровое будущее.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Переход экономики в цифровой формат в Беларуси // Электронные документы и накладные URL: <https://edn.by> (дата обращения: 10.05.2024).
2. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин // РИА Новости URL: <https://ria.ru> (дата обращения: 10.05.2024).
3. Шамардина, И.А. Современные информационные технологии в индустрии Туризма Республики Беларусь / Шамардина И.А., Горбылева З.М. // Научные труды БГЭУ. — 2022. – С. 139-146.
4. obs lost, jobs gained: workforce transitions in a time of automation // McKinsey & Company URL: <https://www.mckinsey.com> (дата обращения: 10.05.2024).
5. More than tech: Why finance transformations should start with people first // PwC URL: <https://www.pwc.com> (дата обращения: 10.05.2024).

УДК 332.1

*Рыбалкова Е.В., Люлюченко М.В., Фокин В.А.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Инвестиционная привлекательность региона является одним из основных показателей, отражающим уровень его развития. Рост привлекаемых инвестиций способствует экономическому и социальному развитию, как рассматриваемого региона, так и всей страны в целом.

Проанализируем инвестиционную привлекательность региона на примере Белгородской области. Начнем анализ с рассмотрения динамики инвестиций в основной капитал (рис.1).

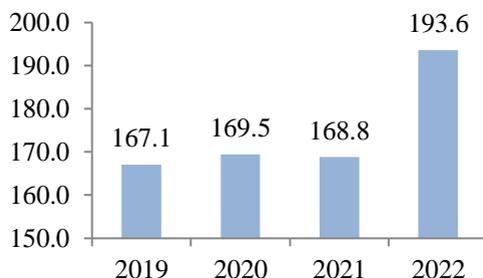


Рис. 1. Динамика инвестиций в основной капитал, млрд.руб.[4,5]

Как видно из рисунка, в 2022 году наблюдался резкий скачок объема инвестиций в основной капитал. Объем инвестиций составил 193,6 млрд.руб., а темп прироста данного показателя достиг 14,7% по сравнению с прошлым годом. По данному показателю Белгородская область заняла шестое место в Центральном Федеральном Округе [5]. Одной из главных причин инвестиционного роста в 2022 году стали введенные меры государственной поддержки. Для привлечения инвестиций был создан региональный экспортный стандарт 2.0, содержащий комплекс мер по созданию благоприятных условий для экспорта; введен инвестиционный налоговый вычет на прибыль организаций; введено возмещение затрат на новые инвестиционные проекты [6].

Немаловажным фактором инвестиционной привлекательности является и состояние сектора малого и среднего предпринимательства (далее – МСП). Состояние малого и среднего бизнеса в регионе дает объективную картину условий ведения бизнеса, а также имеет большое социальное значение, поскольку именно эти предприятия в существенной степени влияют на создание среднего класса, обеспечивающего социально – экономическую стабильность, политический баланс и демократическое развитие общества.

Согласно рейтингу лучших городов России для ведения бизнеса, опубликованному журналом Forbes, Белгородская область занимает 18-ое место в 2022 году. Изданием отмечено: «62,6 предприятий малого и среднего бизнеса на 1000 человек населения зарегистрированы в Белгороде, что в 1,5 раза выше среднего показателя по России — 40,5. С 2018 года количество ИП на 1000 жителей выросло на 8%, до 32,7 — среднее значение по стране 30,9» [8].

В 2022 году общее количество субъектов МСП в Белгородской области составило 58,8 тыс. человек и выросло на 0,5% относительно

прошлого года. На рисунке 2 виден резкий спад численности субъектов малого и среднего бизнеса в 2020-2021 году. Такая динамика была характерна не только для анализируемого региона, но и для всей страны в целом и объяснялась, прежде всего, эпидемией COVID-19 и последующими за ней ограничениями.

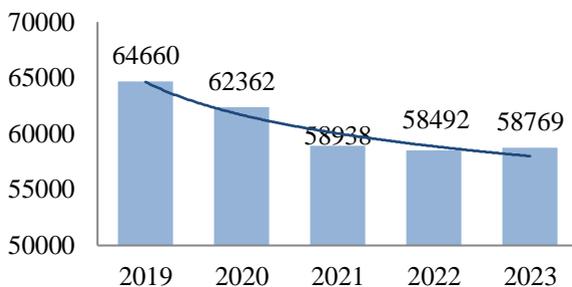


Рис.2. Динамика численности субъектов малого и среднего предпринимательства в Белгородской области [2]

Благоприятность условий ведения бизнеса в Белгородской области во многом обеспечивается за счет мер государственной поддержки, оказываемой предпринимателям. Данные меры включают в себя несколько направлений [7]:

- льготные займы для развития бизнеса;
- софинансирование затрат МСП, связанных с рекламой, материальными затратами, сертификацией товаров и услуг и т.д.;
- консультационная, информационная, образовательная поддержка;
- создание новых и развитие действующих институтов поддержки МСП;
- финансирование проектов посредством грантов.

Еще одним индикатором инвестиционной привлекательности региона являются реальные доходы населения. Объем инвестиций, осуществляемый предприятиями, напрямую зависит от платежеспособного спроса на товары и услуги, а значит, и от величины доходов.

Таблица 2 Динамика доходов населения Белгородской области [9]

Показатель	2020	2021	2022	январь – июль 2023
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, руб.	37441,9	41774,7	47524,5	51564,1
Реальная начисленная заработная плата, в % к соотв. периоду прошлого года	104,8	104,4	99,9	105,2

Как видно из таблицы 2, в Белгородской области наблюдается рост как номинальных, так и реальных доходов населения. В 2023 году (по данным за январь-июль) величина среднемесячной номинальной заработной платы выросла на 8,5% по сравнению с прошлым годом и составила 51,6 тыс. руб. – 5-ое место в Центральном Федеральном Округе. Величина реальных доходов населения также возросла до 105,2% по отношению к прошлому году. Общероссийское значение этого показателя – 100,3%.

Поскольку инвестиционная привлекательность региона является интегральным показателем, многие аналитические агентства составляют рейтинги регионов России по данному показателю. Помимо рассмотренных выше характеристик, в состав показателей, определяющих уровень инвестиционной привлекательности, входят: инфраструктурные ресурсы, качество и уровень жизни, уровень преступности и долговой нагрузки населения, бюджетную обеспеченность, уровень риска в регионе и др.

По итогам ежегодного исследования аналитического агентства «Национальное Рейтинговое Агентство», в 2022 году Белгородская область заняла 8-ое место по уровню инвестиционной привлекательности (табл.3).

Таблица 3 Итоги оценки инвестиционной привлекательности регионов [3]

Место в рейтинге	Субъект РФ
1	Москва
2	Санкт – Петербург
3	Ямало – Ненецкий автономный округ
4	Московская область
5	Республика Татарстан
6	Сахалинская область
7	Магаданская область
8	Белгородская область

Стоит отметить, что положение Белгородской области в данном рейтинге снизилось за 2022 год. Более 20 лет регион входил в пятерку лучших по анализируемому показателю. Утрата своих позиций характерно также для таких регионов как: Севастополь, Брянская, Воронежская, Курская области. Подобная динамика в отношении приграничных субъектов РФ может объясняться возросшими инвестиционными рисками после начала Специальной Военной Операции.

Несмотря на рост рисков, снижение позиции Белгородской области не было слишком ощутимым, благодаря мощной государственной поддержке, стимулирующей инвестиционное развитие. Регион по-прежнему является одним из наиболее привлекательных и благоприятных для вложения средств и ведения бизнеса.

Таким образом, Белгородская область характеризуется достаточно высоким уровнем инвестиционной привлекательности, о чем свидетельствуют многочисленные рейтинги и статистические данные. Одним из наиболее весомых факторов поддержания высокого уровня привлекательности является поддержка государства, создающая благоприятные условия как для малого и среднего, так и для крупного предпринимательства. Можно предположить, что при сохранении нынешней политики поддержки инвестиционного развития, регион сохранит статус стабильно-развивающегося региона и сможет улучшить свои позиции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Джюев, В. А. Сущность и взаимосвязь понятий инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата

регионов / В. А. Джиоев // Вестник университета. – 2020. – № 3. – С. 118-122. – DOI 10.26425/1816-4277-2020-3-118-122. – EDN ETQCDK.

2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства // Федеральная Налоговая Служба URL: <https://rmsp.nalog.ru> (дата обращения: 19.03.2024).

3. Ежегодная оценка инвестиционной привлекательности регионов России // Национальное Рейтинговое Агентство URL: <https://www.ra-national.ru> (дата обращения: 18.03.2024).

4. Инвестиции // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области URL: <https://31.rosstat.gov.ru> (дата обращения: 17.03.2024).

5. Общий объем инвестиций в Белгородской области составил более 193 млрд рублей в 2022 году // Открытый Белгород URL: <https://openbelgorod.ru> (дата обращения: 17.03.2024).

6. Реализация Правительством области мероприятий, направленных на улучшение инвестиционного климата в Белгородской области // Министерство экономического развития и промышленности Белгородской области URL: <http://minesprom.ru> (дата обращения: 18.03.2024).

7. Региональные меры поддержки // Центр "Мой бизнес 31" URL: <https://mb31.ru/ext-measure/> (дата обращения: 19.03.2024).

8. Рейтинг лучших городов России для бизнеса // Forbes.ru - Официальный сайт URL: <https://www.forbes.ru> (дата обращения: 18.03.2024).

9. Росстат - рынок труда, занятость и заработная плата // Федеральная служба государственной статистики URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 17.03.2024).

10. Трошин А. С. Анализ и перспективы развития инвестиционной деятельности региона / А. С. Трошин, Д. Н. Кумалуга, В. А. Долженко // Белгородский экономический вестник. - 2023. - № 2. - С. 57-63.

Рыбалкова Е.В., Мякушко Л.Н.

*Научный руководитель: Кузнецова И.А., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В современных рыночных условиях предпринимательский сектор является важнейшим элементом не только российской экономики, но и экономики любой другой развитой страны. Велика роль предпринимательства и для экономики региона, поскольку этот вид деятельности положительно влияет на состояние рынка труда в результате создания новых рабочих мест, научно-технологический прогресс посредством внедрения инноваций, степень удовлетворения населения в товарах и услугах, а также на рост налоговых отчислений в бюджет региона и страны в целом.

Исходя из практики зарубежных стран, основополагающим фактором эффективности рыночной экономики является развитие субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП). В соответствии с Федеральным законом "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством РФ хозяйственные общества, хозяйственные товарищества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели [1].

Также существует ряд обязательных критериев или условий, согласно которым субъект предпринимательства может относиться к малому или среднему (табл.1).

Таблица 1 Критерии отнесения организации к субъектам малого или среднего предпринимательства [1]

Критерии по численности	
Микропредприятие	до 15 человек включительно
Малое предприятие	от 16 до 100 человек включительно
Среднее предприятие	- от 101 до 250 человек включительно - в общем порядке - от 251 до 1000 человек включительно – для предприятий легкой промышленности - до 1500 человек – для предприятий с основным видом деятельности в сфере общественного питания
Критерии по доходу	
Микропредприятие	до 120 млн.руб. в год
Малое предприятие	до 800 млн.руб. в год
Среднее предприятие	до 2 млрд.руб. в год

Субъекты МСП являются необходимым и наиболее значимым этапом в экономическом развитии региона и страны в целом, поскольку именно эти предприятия в существенной степени влияют на создание среднего класса, обеспечивающего социально – экономическую стабильность, политический баланс и демократическое развитие общества.

На примере Белгородской области проанализируем процессы развития малого и среднего предпринимательства. Начнем анализ с рассмотрения основных экономических показателей деятельности МСП (табл. 2) [2,4,8].

Таблица 2 Основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в Белгородской области

Показатель	2020	Темп прироста, %	2021	2022	Темп прироста, %
Оборот субъектов МСП, млрд.руб.	858,5	4,5	896,8	971	8,3
Налоговые отчисления от субъектов МСП, млрд.руб.	31,1	15,8	36,0	44,4	23,3
Количество субъектов МСП, тыс. шт.	58,4	0,2	58,5	58,6	0,2
Численность занятых в сфере МСП, тыс.чел.	202,3	15,5	233,7	248,9	9,5
в том числе «самозанятые» граждане, тыс.чел.	15,1	50,9	22,8	39,2	71,9

Анализируя данные табл.2, видим положительную динамику по всем приведенным показателям, что является позитивной тенденцией.

За 2022 год денежный оборот субъектов малого и среднего бизнеса вырос на 8,3% - до 971 млрд.руб. В то время как в прошлом периоде темп прироста составлял лишь 4,5%. Вместе с тем выросли и налоговые отчисления в бюджет, в 2022 году их сумма составила 44,4 млрд.руб., а темп прироста – 23,3%.

Численность работников малого и среднего предпринимательства также является немаловажным показателем. В 2022 году 248,9 тыс. человек были трудоустроены в сфере МСП, что на 9,5% больше показателя прошлого года. По данным Правительства Белгородской области, доля занятых на малых и средних предприятиях составляет 31,1% от всех работающих граждан в регионе.

Общее количество субъектов МСП в Белгородской области в 2022 году составило 58,8 тыс. человек и выросло на 0,5% относительно прошлого года. Показатели, представленные на рис. 1, свидетельствуют о резком спаде численности субъектов малого и среднего предпринимательства в 2020-2021 годах. Такая тенденция была характерна для большинства регионов нашей страны и объяснялась,

прежде всего, эпидемией COVID-19 и последующими за ней ограничениями.



Рис. 1. Динамика численности субъектов малого и среднего предпринимательства в Белгородской области, шт.

Согласно рейтингу лучших городов России для ведения бизнеса, Белгородская область занимает 18 место. Данный рейтинг был составлен журналом Forbes в 2022 году. Изданием отмечено: «62,6 предприятий малого и среднего бизнеса на 1000 человек населения зарегистрированы в Белгороде, что в 1,5 раза выше среднего показателя по России — 40,5. С 2018 года количество ИП на 1000 жителей выросло на 8%, до 32,7 — среднее значение по стране 30,9» [6].

Значимость малого и среднего бизнеса подчеркивает и Вячеслав Гладков, губернатор Белгородской области. По его словам, ранее экономика области состояла из двух компонентов: первый характеризовался развитием металлургической и горнодобывающей промышленности, второй – развитием сельского хозяйства. Сейчас же с уверенностью можно заявить, что «третьим китом» региональной экономики становится малый и средний бизнес [8].

Благоприятность условий для малого и среднего бизнеса в регионе во многом зависит от мер государственной поддержки, оказываемой предпринимателям. Меры государственной поддержки, оказываемые предпринимателям в Белгородской области, можно разделить на несколько групп [5]:

- льготные займы для развития бизнеса;
- софинансирование затрат МСП, связанных с рекламой, материальными затратами, сертификацией товаров и услуг и т.д.;
- консультационная, информационная, образовательная поддержка;

- создание новых и развитие действующих институтов поддержки МСП;

- финансирование проектов посредством грантов.

Анализ тенденций развития малого и среднего предпринимательства в Белгородской области показал, что регион заслуженно находится на лидирующих местах рейтинга по благоприятности условий развития бизнеса. Активные меры государственной поддержки в значительной степени влияют на показатели деятельности субъектов МСП – в настоящий момент для области характерен рост всех основных показателей, среди которых количество субъектов МСП, величина их денежного оборота и налоговых отчислений в бюджет, численность занятых в субъектах МСП и т.д. Дальнейшее развитие малого и среднего предпринимательства является важным фактором эффективного функционирования экономики Белгородской области.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон Российской Федерации " О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 № 209-ФЗ [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.05.2024).

2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства // Федеральная Налоговая Служба URL: <https://rmsp.nalog.ru> (дата обращения: 10.05.2024).

3. Журавлева, Л. И. Управление малым и средним бизнесом: мировой опыт и российская практика / Л. И. Журавлева // Актуальные проблемы экономического развития: Сборник докладов X Международной заочной научно-практической конференции, Белгород, 01–30 октября 2019 года. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2019. С. 163-166.

4. Итоги сплошного федерального статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства Белгородской области за 2020г. // Федеральная служба государственной статистики Росстат URL: <https://31.rosstat.gov.ru> (дата обращения: 09.05.2024).

5. Региональные меры поддержки // Центр "Мой бизнес 31" URL: <https://mb31.ru> (дата обращения: 15.10.2024).

6. Рейтинг лучших городов России для бизнеса // Forbes.ru - Официальный сайт URL: <https://www.forbes.ru> (дата обращения: 14.05.2024).

7. Сероштан, М. В. Малый и средний бизнес как фактор инновационного развития экономики / М. В. Сероштан, Ф. Дарвиш // Актуальные проблемы экономического развития: Сборник докладов X Международной заочной научно-практической конференции, Белгород, 01–30 октября 2019 года. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2019. – С. 359-363.

8. Число занятых в сфере малого и среднего предпринимательства белгородцев выросло по итогам 2022 года более чем на 15 000 человек // Губернатор и Правительство Белгородской области - Официальный сайт URL: <https://belregion.ru/> (дата обращения: 11.05.2024).

УДК 331.556.4

Самодуров М.И.

Научный руководитель: Осыченко Е.В., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

Регуляторы денежно-кредитной политики в различных странах учитывают важные факторы как внешней, так и внутренней экономики при принятии решений. Состояние рынка труда играет существенную роль в этом процессе, поскольку его динамика непосредственно влияет на экономическое развитие. Так, трудовая миграция, один из аспектов состояния рынка труда, тщательно анализируется специалистами, поскольку она может вызывать как рост, так и снижение численности населения в стране. Подобные изменения, в свою очередь, оказывают влияние на спрос и предложение на рынке труда, что, в конечном итоге, отражается на экономическом развитии государства.

При этом масштабы миграции в современном мире имеют тенденцию к росту. По данным ООН, по состоянию на 1 июля 2020 г. численность мигрантов в мире оценивалась в 281 млн человек. Для сравнения: в 1970 г. их общее количество не превышало 85 млн. При этом доля мигрантов от общего мирового населения за несколько десятилетий увеличилась с 2,3% в 1980 г. до 3,5% к 2020 г.

Таблица 1. Общая динамика мировой миграции (в млн человек)

Год	Количество мигрантов
2010	214
2015	244
2020	281
2025*	Прогноз: 310

*Прогнозируемые данные

Как видно из таблицы, количество международных мигрантов продолжает увеличиваться с течением времени.

11 мая 2023 года Центр мониторинга внутренних перемещений (IDMC) опубликовал свой ежегодный отчет о миграции внутри стран. Согласно данным отчета, в 2022 году рекордное число людей, а именно 71,1 миллионов человек, вынуждены были сменить место жительства внутри своих государств из-за военных действий, насилия и природных бедствий. Этот показатель превышает на 20% аналогичные данные предыдущего года.

В результате трудовой миграции совокупный объем производства возрастает вследствие более эффективного использования трудовых ресурсов за счет перераспределения рабочей силы. Принимающие иностранную рабочую силу страны используют ее как фактор развития своих производительных сил. Очень часто при продолжительном использовании иностранных рабочих зависимость от их труда становится настолько велика, что без привлечения новых иммигрантов невозможно нормальное функционирование некоторых отраслей национальной экономики - строительства, угольной промышленности, сферы услуг и других. Иммигранты позволяют промышленно развитым странам в период относительно высоких темпов экономического роста с меньшими затратами провести перемещение трудовых ресурсов и сгладить диспропорцию в их распределении между странами и отраслями производства.

В таблице 2 представлены данные о росте ВВП страны-приемника в зависимости от уровня миграции трудовых ресурсов.

Таблица 2. Влияние миграции на рост ВВП

Уровень миграции (в %)	Прогнозный рост ВВП (в %)
Низкий (до 5%)	3.2
Средний (5-10%)	4.5
Высокий (более 10%)	6.1

Из таблицы видно, что уровень миграции тесно связан с ростом ВВП страны-приемника: чем выше миграционные потоки, тем выше и экономический рост.

Минусы миграции рабочей силы связаны с нелегальностью и нарушением законодательства, что способствует развитию теневого сектора экономики, демпингу зарплат, незаконным денежным операциям и уклонению от уплаты налогов. Некоторые мигранты подделывают документы или не соблюдают условия въезда и работы в стране, что усиливает проблему криминализации и снижает уровень конкуренции в отрасли. Недостаточный контроль за соблюдением законодательства в стране-приемнике способствует использованию нелегальной рабочей силы местными работодателями. Это может замедлить научно-технический прогресс и привести к отставанию от конкурентов из-за отсрочки модернизации и внедрения новых технологий. Кроме того, рост уровня зарплат и жизни в странах-донорах может сделать работу в стране-приемнике менее привлекательной для мигрантов.

Плюсы миграции рабочей силы:

- способствует омоложению рабочей силы в стране-приемнике;
- стимулирует предпринимательство;
- поддерживает социальные системы защиты и удовлетворяет потребности в кадрах.

Особенно важна роль мигрантов в трудоинтенсивных отраслях, таких как сельское хозяйство и строительство, где большая часть издержек направлена на зарплаты. Мигранты также занимают вакансии в сферах, которые местные жители часто не выбирают из-за тяжелых условий труда и низкой оплаты. Это стимулирует вертикальную мобильность местных работников, побуждая их искать более высокооплачиваемые варианты и повышать квалификацию.

Мигранты часто занимают вакансии в трудоемких отраслях экономики. Таблица 3 показывает долю мигрантов в различных секторах экономики.

Таблица 3. Доля мигрантов в различных секторах экономики (в %)

Сектор	Доля мигрантов
Сельское хозяйство	15
Промышленность	25
Сфера услуг	60

Из таблицы видно, что мигранты играют значительную роль в секторе услуг, что способствует развитию этой отрасли.

Для стран-доноров, особенно развивающихся с высоким уровнем безработицы, миграция является источником отправляемых домой средств, которые поддерживают семьи. Международные денежные переводы играют важную роль в мировой экономике, а также возвращенные мигрантами домой знания и профессиональные навыки способствуют развитию стран-доноров.

Влияние миграции - явление неоднозначное. И если говорить о преобладающем влиянии в нынешних условиях, то следует признать, что оно заключается в создании и усилении угроз различным составляющим экономической безопасности. Вместе с тем существуют и позитивные моменты последствий миграции для состояния экономической безопасности. Когда страна полностью выйдет из экономического кризиса, потенциальные возможности миграции будут хорошим вкладом в экономику.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. В мире насчитывается примерно 281 млн международных мигрантов // news.un.org URL: <https://news.un.org> (дата обращения: 30.03.2024).
2. Как трудовая миграция влияет на экономику // БКС Экспресс URL: <https://bcs-express.ru> (дата обращения: 30.03.2024).
3. Трудовая миграция и ее влияние на экономику // web.snauka.ru URL: <https://web.snauka.ru> (дата обращения: 30.03.2024).
4. Миграция в мире // www.tadviser.ru URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения: 30.03.2024).
5. Labor migration worldwide - Statistics & Facts // www.migrationdataportal.org URL: <https://www.statista.com> (дата обращения: 30.03.2024).

УДК 338.27

Сариев И.В.

Научный руководитель: Осыченко Е.В., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ

Европейская валютная система - это формат финансовых отношений, определенный для стран-участниц Европейского Союза.

Европейская валюта – это единая европейская денежная единица, которая используется в качестве национальной валюты и эмитируется Европейским Центральным банком.

На долю торговли между странами – членами ЕВС на текущий момент приходится около 70% от внешнеторгового оборота. Это связано с упрощенной экономикой, которая сформировалась благодаря единой валюте.

К основным целям европейской валюты относят:

1. формирование единой стабильной валюты в Европе, которая способствует развитию сотрудничества между странами Европейского сообщества;

2. сближение финансовой политики и экономики между странами-участницами. Это способствует построению европейской валютной системы и отражает спекулятивные атаки рынка, а также сдерживает колебания валюты на мировом рынке;

3. увлечение числа активных членов ЕВС.

К основным принципам функционирования единой европейской валюты относят:

1. фиксирование единого курса собственных валют по отношению к центральному курсу;

2. расчет основных паритетов между курсами валют стран-участниц;

3. поддержание фиксированного курса.

Единая европейская валюта выполняет ряд функций. К основным функциям относят – функционирование единой счетной единицы, платежного инструмента, который используется при оплате совместных долгов, использование инструмента резервирования, совместное колебание валют.

Несмотря на то, что использование единой европейской валюты вызывало ряд нареканий, по сравнению с долларом данная валюта до некоторого времени была стабильна.

Введение европейской единой валюты вызвало необходимость создания валютно-экономического союза, но надежды на его быстрое формирование не оправдалось. Причиной стал кризис 92-го года. Помимо этого повысились требования к членству в ВЭС, например, стабильность цен, уровень инфляции, низкий государственный долг и дефицит государственного бюджета должен был быть не более 3%, процентная ставка не более 2%.

Валютно-экономический союз должен был обеспечить европейским странам множество преимуществ: упразднение обменных институтов, отмену комиссий за банковские переводы, упрощение

управления государствами, уравнивание процентных ставок. Именно по этой причине в Европе не отказались от идеи создания Валютно-экономического союза. После затихания кризиса в Мадриде был подготовлен новый перспективный план, который разбили на три этапа.

Первый этап пришелся на конец 98-го года. Именно в этот период начинается организация Центрального банка Европы. Второй этап ознаменован переходом к ВЭС. В январе 1999 года окончательно зафиксировались обменные курсы между валютами. На третьем этапе была введена единая валюта, снизились сроки банковских переводов. Потребители получили доступ к операциям в евро. Начался перерасчет национальной валюты. Были созданы обменные пункты, а из оборота изъяли национальную валюту. Все социальные выплаты были переведены на европейскую валюту.

Однако, переход на единую европейскую валюту принес странам союза множество минусов. Одним из таких минусов стал переход права печатания денежных знаков в ведение Европейского Центрального банка. Именно он теперь стал определять монетарную политику. На экономике большинства стран-участниц ЕС серьезно отразились данные ограничения.

Еще одно немаловажное право, которое утратили страны-члены союза – это право девальвации и права наращивать бюджетный дефицит. Именно благодаря этому праву решалось большинство экономических проблем. Именно поэтому три страны - Дания, Швеция и Великобритания отказались от вхождения в зону евро.

Частично преимущества перехода к единой валюте были описаны выше. К преимуществам перехода можно также отнести единый экономический рынок, который невозможен при различных денежных системах.

Национальные денежные системы сохраняют различия между странами-участницами. Это связано с различием в цене, налогах, денежной политике и валютных рисках. Проблемы национальных денежных систем решает единая валюта. Евро подводит недостающую базу к единому целому. Рынок, услуги, капитал и рабочая сила превращаются в заверченный валютно-экономический союз.

При создании единой валюты основной целью стала борьба с инфляцией, для чего планировалось снизить процентную ставку и налоговое бремя. Создание единой валюты, безусловно, отразилось на росте инвестиций, производстве, трудовых ресурсах и процентных ставках. Еще одной идеей была стабилизация государственных финансов у всех стран-участниц. Именно благодаря данным

преимуществам Европе удалось вывести евро на уровень с долларом и получить политический противовес.

Помимо хозяйственных моментов евро определяет единство денежно-кредитного и валютного регулирования. Сюда можно отнести фондовый рынок на территории союза. Единая валюта позволяет концентрировать и централизовать европейские компании, благодаря чему на мировом рынке они обретают ряд преимуществ.

Если рассматривать данный процесс с технической точки зрения, то единая валюта позволяет снизить накладные расходы на обслуживание операций и снять внутри зоны валютные риски, сократить сроки и удешевить денежные переводы. Это существенно снижает потребности компаний в оборотном капитале.

В целом можно сказать, что несущественные недостатки малозначительны по сравнению с теми преимуществами, которые создаёт единая валюта. Несмотря на противоречия, которые изредка возникают между странами-участницами, ЕС считается одним из самых крепких союзов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Барабанов О.Н. // Европейский Союз: прошлое, настоящее, будущее. Монография Европейский Союз и «Группа восьми», С.45.
2. Ковлер А. И, Европейская интеграция: федералистский проект (историко-правовой очерк) 2019 г. С. 216
3. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общей ред. проф. А.С. Трошина. Белгород: изд. БГТУ, 2024. – 243 с.
4. Рыбасова М.В. Проблема взаимодействия евро и доллара в формирующиеся новой мировой валютной системе // Электронный журнал. – 2019. № 6. – С. 371 -377.
5. Сорокоумов В.С. Глобализация мировых финансовых рынков // Проблемы науки. – 2020. - № 8. – С. 38-41

Сафонова Я.С.

*Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИНФОРМАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современном мире инновации играют существенную роль в развитии экономики и общества. Создание и внедрение новых технологий, товаров и услуг становятся неотъемлемыми элементами в обеспечении конкурентоспособности и роста. Однако, для эффективной инновационной деятельности, не менее важным является наличие информационной инфраструктуры, которая обеспечивает координацию и поддержку на всех этапах инновационного процесса.

Инновационная инфраструктура является ключевым компонентом механизма функционирования инновационной экономики, способствующим достижению высоких показателей экономического развития и одновременно обуславливающим серьезное отставание в темпах экономического роста [5].

Для успешного развития инновационной экономики важно иметь специализированные организации и институты. Эти учреждения играют ключевую роль в стимулировании и поддержке инноваций, что является неотъемлемой составляющей процесса развития современной экономики. Важно провести более строгое определение задач инновационной инфраструктуры, они заключаются в следующем:

- формирование основы конкуренции, которая способствует развитию спроса и предложения и инноваций, а также преобладанию инноваций на рынке;
- создание эффективных и научно-ориентированных производственных мощностей, отраслей и сфер деятельности;
- распространение и внедрение технологий, а также обеспечение ими конкретных потребителей;
- модернизация экономической системы и инфраструктуры;
- увеличение эффективности и развитие человеческого капитала путем повышения его инновационной и творческой активности.

Таким образом, эффективное функционирование инновационной экономики невозможно без развития специализированных организаций и институтов, а также четкого определения задач инновационной инфраструктуры. Они обеспечивают необходимую поддержку и

стимулирование инновационной деятельности, способствуют созданию новых конкурентоспособных решений и модернизации экономики в целом.

На сегодняшний день мы наблюдаем разнообразие группировок внутри подсистем и уникальные особенности объектов инновационной инфраструктуры, ориентированных на эти подсистемы. Часто возможно встретить инновационную инфраструктуру, включающую в себя различные элементы, представленные на рис. 1.



Рис. 1. Составляющие инновационной инфраструктуры [3]

Информационная инфраструктура, поддерживающая инновационную деятельность, включает в себя разнообразные компоненты. Среди них следует выделить электронные базы данных и информационные системы, которые хранят информацию о научных исследованиях, патентах, технологиях и инновационных проектах. Также важными являются интернет-ресурсы и порталы, которые обеспечивают доступ к информации о научных конференциях, выставках, грантах и конкурсах. Отдельным компонентом являются системы управления знаниями, которые позволяют систематизировать и анализировать информацию о научно-технических достижениях и инновациях. Необходимыми инструментами в инновационном процессе являются также технологии и средства для обеспечения коммуникации и взаимодействия между участниками, к которым

относятся ученые, предприниматели, инвесторы и государственные органы. Важно отметить, что в области инновационной деятельности имеются образовательные программы и курсы, способствующие развитию компетенций [2].

За счёт использования информационных систем и технологий участники инновационного процесса способны быстро обнаруживать и изучать необходимую информацию, взаимодействовать для обмена опытом и знаниями, а также согласовывать свои действия с целью достижения общих целей.

Все компоненты информационной системы делятся на аппаратную, программную и сетевую части.

Аппаратная часть включает в себя все физические компоненты и оборудование. В дополнение к этому, в нее входят компоненты, которые необходимы для обеспечения работоспособности «железа» (элементы питания, системы охлаждения, коммутаторы и помещения, где хранится техническое оборудование).

Программная часть включает в себя все программное обеспечение, используемое для выполнения рабочих задач в компании. Это операционные системы на персональных компьютерах и серверах, системы управления контентом (CMS), веб-серверы, почтовые клиенты, CRM-системы и множество других программ.

Сетевая часть отвечает за взаимосвязь физического оборудования и программного обеспечения. Она обеспечивает соединение между компонентами и передачу информации как внутри системы, так и наружу (серверы, коммутаторы, маршрутизаторы (включая Wi-Fi-роутеры), брандмауэры и многие другие средства, которые обеспечивают передачу данных и защиту их от несанкционированного доступа) [6].

Современные условия требуют наличия информационной инфраструктуры для функционирования и взаимодействия всех секторов экономики. Она представляет собой неотъемлемую составляющую современного общества и является основой для функционирования рыночных систем. Информационное обеспечение также играет ключевую роль в институциональной, производственной и социальной сферах.

Экономика РФ находится на пути инновационного развития, требующего активного совершенствования информационной инфраструктуры. На данный момент российская цифровая среда еще не до конца сформирована, что снижает ее эффективность в обеспечении информационной поддержки инновационного цикла от зарождения идеи до ее реализации в производстве и обществе.

Сетевые средства массовой информации, интернет, реклама и PR, дистанционное образование, связь и другие элементы составляют информационную инфраструктуру. СМИ являются новой формой взаимодействия, позволяющей удовлетворять потребности пользователей и производителей информации. Интернет служит площадкой глобального обмена информацией и создания информационных ресурсов. Реклама и PR используются для передачи информации и формирования мнений. Дистанционное образование позволяет передавать знания и опыт через информационные ресурсы и социальное взаимодействие. Инфраструктура связи также играет важную роль в социально-экономическом развитии России.

Все эти элементы информационной инфраструктуры являются важными для развития российской экономики и общества в целом. Они обеспечивают условия для бесперебойного функционирования производственных процессов и эффективного решения социальных задач. Таким образом, информационная инфраструктура России представляет собой комплекс взаимосвязанных видов деятельности, способствующих развитию современного общества [1].

Развитие информационной инфраструктуры сталкивается с рядом вызовов и проблем, которые могут затруднить этот процесс. Одна из основных проблем – это недостаток финансирования и ресурсов, которые необходимы для развития информационных систем. Кроме того, отмечается неравномерное развитие инфраструктуры в разных регионах и отраслях. Это означает, что некоторые регионы и отрасли могут отстать от остальных и испытывать сложности в обеспечении доступа к информационным ресурсам.

Другой проблемой является сложность интеграции различных информационных систем и ресурсов. Из-за того, что информационные системы могут иметь разные форматы, структуры и протоколы обмена данными, их интеграция может быть довольно трудоемкой и требует продуманного подхода.

Кроме того, отсутствие стандартов и единых подходов к формированию информационных ресурсов также создает проблемы. Это может привести к несовместимости между различными системами и затруднить обмен информацией между ними.

Наконец, сохранение конфиденциальности и защиты информации является существенным аспектом в условиях цифровой трансформации. С ростом объема информации, передаваемой и хранимой в цифровой форме, возникают новые угрозы и риски, связанные с ее безопасностью. Поэтому важно разрабатывать эффективные механизмы защиты информации и строить системы таким образом, чтобы минимизировать

возможность несанкционированного доступа к конфиденциальным данным.

Необходимость решения данных проблем становится все более актуальной в условиях современного общества, в котором информационные технологии играют все более важную роль и оказывают существенное влияние на экономику и развитие общества в целом [4].

Таким образом, инновационная деятельность невозможна без стратегически важного элемента - информационной инфраструктуры. Она играет важную роль на всех этапах развития и обеспечивает успешную поддержку инновационной экономики. Однако, чтобы добиться прогресса, необходимо решить ряд проблем и преодолеть вызовы в области информационных технологий и систем.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ананьева Л.Ю. Информационная и рекламная инфраструктура России: современные тенденции развития. URL: <https://spravochnick.ru> (дата обращения: 23.03.2024).
2. Ключевые элементы инновационной инфраструктуры. URL: <https://moodle.kstu.ru> (дата обращения: 23.03.2024).
3. Павлова И.Г. Методологические аспекты изучения инновационной инфраструктуры // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2021. № 4. С. 101–110. DOI: 10.28995/2073-6304-2021-4-101-110
4. Проблемы и перспективы развития информационной инфраструктуры. URL: <https://sharlotke.ru> (дата обращения: 23.03.2024).
5. Салютова Л. Понятие инновационной инфраструктуры, её состав и функции субъектов. URL: <https://zachnik.com> (дата обращения: 23.03.2024).
6. Что такое ИТ-инфраструктура. URL: <https://journal.sweb.ru> (дата обращения: 23.03.2024).

Севастьянова П.М., Лесоцкая А.В.

Научный руководитель: Шамардина И.А., канд. экон. наук, доц.

Белорусский государственный технический университет,

г. Минск, Беларусь

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА ТУРИЗМ

Туризм в настоящее время является одной из самых быстроразвивающихся отраслей экономики во всем мире. Он оказывает большое влияние на экономическую и социальную сферы. Туристическая деятельность помогает расширению международных связей, способствуя развитию взаимоотношений как между отдельными государствами, так и между отдельными индивидами. Более того, для данной отрасли характерны значительные изменения в условиях постоянной адаптации к внешним изменяющимся условиям. Что касается социального развития, то туризм способствует созданию новых рабочих мест. Благодаря туризму сохраняется историко-культурное наследие страны и происходит обмен культурными ценностями и традициями между странами.

Санкции – это ограничительные меры экономического характера, применяемые страной или группой стран к другой стране или группе стран с целью вынудить правительства стран – объектов санкций изменить свою политику. Они также оказывают большое влияние на индустрию туризма. Санкции могут выражаться в полном или частичном запрете импорта из этих стран товаров, экспорта товаров в эти страны, а также в ограничении финансовых операций с данными странами, включая трансграничные расчеты и инвестиции [1].

Тема влияния экономических санкций на туризм является актуальной, так как в настоящее время люди в некоторых странах сталкиваются с санкциями в туризме. И можно проследить, как изменилась жизнь людей до и после введения санкций и как изменилась экономика стран в целом.

Экономические ограничения могут вводиться как отдельными государствами, так и международными организациями в отношении физических и юридических лиц, организаций или государств.

Также важно понимать, что экономические санкции и ограничения при COVID-19 – это разные явления, хотя они имеют одинаковые экономические последствия. Если главной целью санкций является побудить государство изменить свое поведение или соблюдать международные нормы, то ограничения при пандемии – это меры,

которые были введены во многих странах с целью сохранения здоровья и жизни людей во всем мире.

Туристическая отрасль имеет достаточно положительную динамику и хорошие показатели, но экономические санкции, введенные против ряда стран, оказали негативное влияние. Для жителей стран, против которых введены санкции, могут вноситься ограничения на поездки за границу и получения виз в другие государства. Это сокращает поток туристов, что приводит к значительным экономическим потерям, сокращая доходы страны, снижая репутацию и замедляя экономический рост, что особенно характерно для развивающихся стран. Введенные санкционные ограничения оставляют свой отпечаток и на деятельности международных платежных систем, таких как Visa и Mastercard, затрудняя осуществление трансграничных переводов и оплачивание расходов за рубежом. Правительство ввело ограничения на торговлю с другими странами, что ограничивает возможности потребителей приобретать товары, сокращает импорт и экспорт товаров, вызывает рост цен местных производителей и приводит к инфляции. Туристические компании могут потерять свои деньги и столкнуться с трудностями при оплате счетов, если будут введены санкции. Некоторым предприятиям или организациям может не хватить денег для погашения своих долгов, что может привести к их полному закрытию. Государство страдает в финансовом отношении, поскольку туристические компании вносят значительный вклад в налоговые поступления. Туристические компании могут потерять свое доброе имя из-за экономических ограничений, из-за которых люди с меньшей вероятностью будут пользоваться их услугами.

При этом экономические санкции привели к ряду положительных аспектов, таких как: рост количества отечественных производителей, так как некоторые зарубежные компании покидают страну из-за санкций, новые возможности для взаимодействия с дружественными странами и открытие на их территории своих фирм и производства, разработка собственного оборудования, возможность туристов найти альтернативные варианты для путешествий, а также усиление зависимости туристической индустрии от внешних источников.

Санкционные ограничения США в отношении Венесуэлы в 2023 году, реализуемые в условиях политической и экономической нестабильности страны, являются примером негативного влияния. Результатом стало затруднение в получении виз для туристов, а также в использовании кредитных карт, пострадали и туристические объекты Венесуэлы. Второй пример – в 1960 году США ввела санкции против Кубы на ввоз и вывоз товаров и услуг, валюты и других ценностей. Это

нанесло большой ущерб экономическому развитию Кубы, сократило поток американских туристов и затруднило возможность вести бизнес с иностранными компаниями, однако после смягчения этих санкций в 2015 году, туризм в Кубе имеет стремительное развитие.

Для Беларуси примером введения санкций в туризме может послужить запрет, который ввел Европейский Совет в 2020 году. Он призвал авиакомпании Евросоюза прекратить использовать белорусское воздушное пространство и запретить входить белорусским судам в воздушное пространство Евросоюза, использовать их аэропорты. Эти санкции продолжают действовать и сегодня [2].

Например, в России основными последствиями введения санкций в 2022 году в сфере туризма стали: падение темпов роста показателей выездного и въездного туристических потоков, падение национальной валюты, уменьшение количества направлений для путешествий, закрытие многих туристических предприятий, перестроение туристической отрасли, рост убытков у авиакомпаний и многих предприятий, которые специализируются на туризме [2].

Статистика 2013-2022 годов показывает, что количество туристических поездок из России и в Россию сильно уменьшилось. В 2013 году выездной туристический поток составил 54000 тысяч поездок, а в 2022 их число сократилось до 22487 тыс. Схожую тенденцию имеет и въездной туристический поток. В 2013 году он составил 30790 тысяч поездок, а в 2022 8243 тысячи [3].

Для решения проблемы санкций на туризм можно реализовать пути, которые помогут странам, где введены такие ограничения:

1. Привлекать иностранных туристов из стран, не затронутых санкциями, чтобы покрыть убытки от недостатка их притока из стран подверженных ограничениям;
2. Развивать туризм внутри страны, предоставляя скидки и льготы;
3. Сформировать партнерские отношения с различными местными туристическими компаниями, чтобы придумать новые и уникальные возможности для впечатления туристов;
4. Вести переговоры с международными организациями для попытки смягчения санкций;
5. Развивать маркетинг, для продвижения туристических услуг.

Таким образом, санкции, будучи значительным инструментом влияния, накладываются на существующие экономические и политические проблемы, оказывая негативное давление на туристическую деятельность. Данные тенденции приводят к таким проблемам, как: снижение экономической активности, рост безработицы, повышение инфляции, спад платежеспособности,

затруднение использования воздушного транспорта, понижение инвестиционной деятельности и др. Вышеупомянутые факторы приводят не только к снижению туристического потока, закрытию туристических компаний, ухудшению эффективности туристических услуг в целом, но и к понижению веса отдельно взятого государства среди других стран. В итоге рассмотрения данного вопроса, мы пришли к выводу, что решение данной проблемы требует комплексного подхода, включающего развитие внутреннего рынка, поиск новых решений, улучшение качества туристических услуг. Можно констатировать что, экономические санкции, будучи серьезной угрозой для государств, требуют адаптации к определенным условиям и поиска новых путей развития для поддержания туристического сектора.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Экономические санкции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/> (дата обращения 07.05.2024).
2. Санкции ЕС и контрсанкции Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minskdialogue.by> (дата обращения 07.05.2024).
3. Бирченко, Е.В. Влияние санкций на развитие туристической отрасли России / Е.В. Бирченко. // Молодой ученый. – 2024. – №5 (504). – С. 69-71.

УДК 3977

Сердюков Д.А.

*Научный руководитель: Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МЕТОДЫ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ С КЛИЕНТОМ

Сегодня маркетинг играет существенную роль в повышении устойчивости фирм, предприятий, однако он должен быть сформирован и своевременно меняться с учётом новых факторов — социальных, психологических, эмоциональных, положительно влияя на настроение клиентов, снижая стрессы, не быть навязчивым и формальным, укрепляя лояльность потребителей.

На примере автомойки рассмотрим и проанализируем эффективные методы работы с клиентом. Автомойка – это место, где клиенты могут получить профессиональную помощь в уходе за своим автомобилем. Для успешного функционирования автомойки крайне

важна эффективная работа с клиентами. В данной статье мы рассмотрим методы, которые помогут улучшить взаимодействие с клиентами и создать лучший клиентский опыт на автомойке.

Прежде всего, необходимо неукоснительное соблюдение законов по защите прав потребителя (Закон о защите прав потребителей от 07.02.1992 г. № 2300–1).

1. Закон о защите прав потребителей финансовых услуг (Федеральный закон от 02.12.1990 № 395–1).

2. Закон о рекламе (Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ).

3. Закон о качестве и безопасности пищевых продуктов (Федеральный закон от 29.12.2006 № 231-ФЗ).

4. Закон о дистанционных продажах (Федеральный закон от 18.07.2006 № 160-ФЗ).

5. Закон о защите прав потребителей при предоставлении туристических услуг (Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ).

На основании этих законов строится система норм и стандартов обслуживания той или иной фирмы, а также система внутреннего контроля [5]. Нарушения законов должны отслеживаться и быть наказуемы.

Прежде чем приступить к улучшению работы с клиентами, необходимо провести исследование и анализ целевой аудитории. У каждого клиента есть свои предпочтения, потребности и ожидания от посещения автомойки. Сегментация клиентов и создание персонализированного подхода помогут лучше понять и удовлетворить потребности каждого клиента. Использование данных, например, предыдущих заказов, предпочтений и истории взаимодействия с клиентами, также поможет сделать работу с клиентами более эффективной [6].

Коммуникация с клиентами и разработка эффективных коммуникационных стратегий является важной частью работы с клиентами на автомойке. Целью коммуникации должно быть установление и поддержание эмоционального единения с клиентом. Для этого необходимо применять эмпатию и активное слушание, чтобы полностью понять потребности и ожидания клиента. Кроме того, важно быть вежливым, чётким и профессиональным в общении с клиентом. О современных коммуникативных технологиях, присущих цифровой экономике, укажем ниже.

Сегодня на слуху такое выражение, как «управление клиентским опытом». Клиентский опыт начинается с первого контакта клиента с автомойкой. Создание положительного первого впечатления поможет завоевать доверие и установить долгосрочные отношения с клиентом,

но это ещё не всё: затем важно предоставлять высококачественное обслуживание клиентов и закреплять первый опыт. Это означает быть внимательными к деталям и стремиться к превосходству в каждом аспекте работы с клиентами. Кроме того, важно разрешать проблемы и конфликты с клиентами немедленно.

Следующий элемент маркетинга - вовлечение клиентов. Для этого можно использовать различные маркетинговые активности – такие, как программы лояльности, акции, конкурсы и специальные предложения. Следует задействовать игровые рефлексы. Кроме того, важно вовлекать клиентов в разработку и обсуждение (через фокус-группы, блогерство) новых видов обслуживания и инноваций, чтобы удовлетворять их скрытые потребности и ожидания. Нарративный маркетинг – также способ привлечь людей к фирме, если у неё есть привлекательная и значимая для них история. Однако пока он ещё мало используется в данном бизнесе [2].

Использование новых онлайн-технологий в работе с клиентами на автомойке. Автоматизация процессов обслуживания клиентов поможет повысить эффективность и качество обслуживания. Внедрение CRM-систем и использование аналитических инструментов позволят улучшить понимание клиентов и принимать обоснованные решения в работе с клиентами. Кроме того, важно эффективно использовать социальные сети и онлайн-платформы для взаимодействия с клиентами, включая лоббирование и лидогенерации. Создание онлайн-системы бронирования и оплаты услуг автомойки позволит клиентам сэкономить время, а также снизить вероятность ошибок и недоразумений. Также можно использовать мобильные приложения для удобного взаимодействия с клиентами, отправки уведомлений и предложений.

Измерение и анализ эффективности работы с клиентами – ключевая функция менеджмента. Для этого необходимо установить ключевые метрики и показатели успеха работников по росту лояльности, в том числе, их личные KPI. Это поможет отслеживать и измерять клиентский опыт и выявлять области для улучшения. Существуют различные инструменты, которые могут быть использованы для отслеживания и измерения клиентского опыта, например, опросники, обратная связь от клиентов, анализ данных и особенно жалоб и предложений. Анализ результатов и принятие мер для оптимизации работы с клиентами является важным этапом в улучшении эффективности работы с клиентами.

Обучение персонала и развитие навыков работы с клиентами, как уже говорилось выше, необходимы в сервисе – для обеспечения

лояльности наших потребителей. Персонал должен быть, во-первых, осведомлён обо всех услугах, ценах и акциях, предлагаемых автомойкой. Во-вторых, он должен проявлять активность и творческий подход, что необходимо стимулировать и поддерживать руководству. В-третьих, важно прививать персоналу приёмы когнитивной коммуникации, включая алгоритмику влияния и эмоциональный интеллект [8], умение внимательно слушать и проявляя готовность решать проблемы клиентов лучшим способом.

Надо помнить, что персонал автомойки является лицом предприятия и играет ключевую роль в работе с клиентами.

Определим современные тенденции и инновации в работе с клиентами.

Мир постоянно меняется, равно как и требования клиентов. Важно быть в курсе современных трендов и изменений в предпочтениях клиентов. Применение новых технологий и идей в работе с клиентами может помочь улучшить клиентский опыт и создать уникальное впечатление. Клиенты автомойки, как дети, любят узнавать что-то новое, касающееся их автомобиля. Инновационные подходы к оказанию услуг и созданию уникального клиентского опыта помогут автомойке сохраниться конкурентоспособной, устойчивой и привлекать больше клиентов [1].

Для точного анализа факторов лояльности клиентов автомойки в таблице представлена их классификация и описание.

Таблица - Обобщающая таблица факторов лояльности

Факторы	Описание фактора	Значимость	Внешняя среда фактора	Внутренняя среда фактора
Понимание клиента	Понимание потребностей и предпочтений клиента	Высокая	Влияние маркетинговых и конкурентных факторов	Влияние культуры организации и внутренних процессов
Коммуникация с клиентами	Эффективное общение и взаимодействие с клиентами	Очень высокая	Влияние требований и ожиданий клиентов	Влияние способов коммуникации и материалов
Управление клиентским опытом	Обеспечение положительного опыта взаимодействия с клиентами	Очень высокая	Влияние внешних сервисных технологически х решений	Влияние внутренних процессов и поддержки клиента

Вовлечение клиентов	Активное включение клиентов в процессы и принятие решений	Высокая	Влияние конкурентных и инновационных трендов	Влияние мотивации персонала и культуры сотрудничества
Использование технологий в работе с клиентами	Применение современных технологий для улучшения взаимодействия с клиентами	Высокая	Влияние технических и безопасных требований	Влияние существующих систем и инфраструктуры
Измерение и анализ эффективности работы с клиентами	Оценка и анализ эффективности стратегий и подходов к работе с клиентами	Высокая	Влияние аналитических и метрических методов	Влияние доступа к данным и системам отчетности
Обучение персонала и развитие навыков работы с клиентами	Повышение квалификации и развитие компетенций персонала в области работы с клиентами	Высокая	Влияние образовательных и наставнических программ	Влияние организационной культуры и поддержки руководства
Тенденции и инновации в работе с клиентами	Использование новаторских подходов и последних тенденций в работе с клиентами	Средняя	Влияние изменений на рынке и потребительского поведения	Влияние гибкости и адаптивности организации
Участие руководства и создание клиентоориентированной культуры	Активное участие руководства в работе с клиентами и формирование клиентоориентированной культуры	Очень высокая	Влияние стратегического видения и лидерства	Влияние организационной культуры и коммуникации
Примеры успешных компаний и их методы работы с клиентами	Анализ и применение современных подходов и методов работы с клиентами	Средняя	Влияние маркетинговых и конкурентных трендов	Влияние опыта и знаний сотрудников

	клиентами, основанных на успешном опыте других компаний			
Рекомендации для различных отраслей и бизнес-моделей	Разработка рекомендаций и адаптация методов работы с клиентами для различных отраслей и бизнес-моделей	Средняя	Влияние специфики отрасли и рынка	Влияние внутренних процессов и способности к адаптации

В заключение укажем, что нельзя недооценивать такой приём, как сегментация клиентов. Для сегментации клиентов автомойки можно использовать различные критерии: уровень дохода; частота посещений, средний чек, предпочтения в услугах (например, автомойка, полировка, химчистка салона), тип автомобиля (легковой, внедорожник, грузовой), местоположение и т. д.

На основе этих критериев можно выделить несколько типов клиентов, например, (г. Белгород):

1. Регулярные посетители, которые посещают автомойку часто и используют разнообразные услуги (73%).
2. Одноразовые посетители, которые приезжают на автомойку редко и используют только базовые услуги (16%).
3. Владельцы премиум-автомобилей, которые выбирают дорогие услуги и требуют особого отношения к своему автомобилю (11%).

Далее можно разработать индивидуальные маркетинговые стратегии для каждого сегмента, чтобы удерживать существующих клиентов и привлекать новых. Например, для регулярных посетителей можно предложить программу лояльности, для владельцев премиум-автомобилей – персональный сервис и эксклюзивные предложения, а для одноразовых посетителей – акции и скидки на первое посещение.

Для более точной сегментации клиентов на автомойке также можно использовать данные о предпочтениях клиентов, их отзывах и обратной связи. Например, если клиенты оставляют положительные отзывы о определённой услуге или сотруднике, это может свидетельствовать о их высокой удовлетворённости данной услугой и их готовности платить за неё больше.

Также стоит учитывать сезонные особенности и изменения в поведении клиентов, например, увеличенный спрос на услуги во время зимних месяцев из-за соли на дорогах или, наоборот, спрос на услуги

полировки весной и летом из-за большого количества солнечных дней. Важно не заставлять клиентов ждать в очереди.

Используя сегментацию клиентов, автомойка сможет более точно настраивать и кастомизировать свою маркетинговую стратегию, улучшать обслуживание и удовлетворять потребности различных групп клиентов. Это также поможет оптимизировать использование ресурсов и повысить уровень удовлетворённости клиентов, что в итоге приведёт к увеличению прибыли и укреплению позиций автомойки на рынке [7].

Методы эффективной работы с клиентом на автомойке имеют большое значение для успеха предприятия. Понимание клиента, эффективная коммуникация, управление клиентским опытом, вовлечение клиентов, использование технологий, измерение и анализ эффективности, обучение персонала и инновации – все эти аспекты вместе формируют основу Развитие этих методов и постоянное совершенствование позволят автомойкам создать уникальный клиентский опыт и привлечь больше довольных клиентов [4].

Эффективная работа с клиентами на автомойке играет решающую роль в создании лучшего клиентского опыта. Понимание клиентов, эффективная коммуникация, управление клиентским опытом, вовлечение клиентов, использование технологий и обучение персонала – все эти аспекты будут способствовать улучшению взаимодействия с клиентами и созданию долгосрочных отношений с ними. Работа над этими аспектами будет способствовать росту и развитию автомойки [2].

Рекомендации для будущих исследований и развития.

Для дальнейшего улучшения работы с клиентами на автомойке следует рассмотреть следующие рекомендации:

1. Проведение регулярных исследований и опросов среди клиентов для выявления их предпочтений, потребностей и ожиданий.

2. Инвестирование в разработку и использование новых технологий, таких как автоматизированные системы заказов и оплаты, мобильные приложения и другие инновации.

3. Предоставление регулярных обучающих программ для персонала, особенно в области эффективной коммуникации и управления клиентским опытом.

4. Развитие программ лояльности и акций, чтобы поощрять и удерживать клиентов.

5. Анализ и использование данных о клиентах для персонализации сервиса и предложений.

С учётом этих рекомендаций автомойки смогут улучшить свою работу с клиентами и создать лучший клиентский опыт.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Маркетинговое управление устойчивостью [Текст]: монография / [Е. Д. Щетинина, С. В. Куприянов, Н. В. Козлова и др.]; под редакцией доктора экономических наук, профессора Е. Д. Щетининой. - Белгород: БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 187 с.: ил., табл.; 21 см.; ISBN 978-5-361-00423-2: 500 экз.
2. Васин Ю. В., Лаврентьев Л. Г., Самсонов А. В. Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов. М.: Альпина бизнес Букс. – 2005. – 278с. Дорошенко Ю. А. Новые возможности теории управления проектами/ Ю. А. Дорошенко, И.С. Пивко//Белгородский экономический вестник. 2014. №4. – С.12-16.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. 15-е издание. М.: ПРОСПЕКТ. – 2018.
5. Слабинская И. А. О роли внутреннего контроля в деятельности хозяйствующих субъектов/И. А. Слабинская, О. Б. Бендерская//Социально-экономические проблемы современного общества. Белгород: Сб-к докладов. – 2017. – С.87-90.
6. Старикова М.С. Позиционирование как инструмент адаптации предпринимательских структур к рыночной среде// Белгородский экономический вестник. - №1. – 2010. – С.85-93.
7. Суворова, С.Д. Рыночное сегментирование на основании выявления потребностей покупателей и сочетание внешних факторов/ С. Д. Суворова, О. М. Куликова// Фундаментальные исследования. – 2017. №4 – С.115-119.
8. Шабанов С., Алёшина А. Эмоциональный интеллект в бизнесе// Российская практика. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 448 с.

Сердюков Д.А.

*Научный руководитель: Дубино Н.В. канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

РОЛЬ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО МОНИТОРИНГА В УЧРЕЖДЕНИЯХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ОТРАСЛИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ОТЧЁТА ЗП-ФК ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В современных условиях маркетинг является одним из наиболее действенных инструментов в арсенале компаний, используемых при создании новых ценностей для удовлетворения перманентно изменяющихся запросов потребителей [3].

Маркетинговый мониторинг в сфере спортивного образования – это систематический анализ рынка спортивного образования, поведения конкурентов, трендов в данной области, потребностей клиентов (учеников, их родителей), а также маркетинговых стратегий и действий других участников рынка. Целью мониторинга является выявление возможностей для улучшения предложения, привлечения новых учеников, повышения конкурентоспособности учреждения и укрепления его позиций на рынке [2].

Актуальность маркетингового мониторинга в сфере спортивного образования на данный момент очень высока из-за конкуренции, роста требований к качеству обучения, изменяющихся потребностей клиентов и внешних факторов, таких как развитие технологий, особенности социальных потребностей и др. Только постоянное наблюдение за изменениями в отрасли и анализ рыночной среды позволяет спортивным учреждениям принимать обоснованные решения и успешно конкурировать.

Широкое внедрение в работу компаний практически любых сфер деятельности наукоёмких технологий, реализуемых в открытой информационной среде и, прежде всего, в среде Интернет, обеспечивает им существенные конкурентные преимущества [3].

Перед началом проведения маркетингового мониторинга в сфере спортивного образования стоит учесть следующие нюансы:

1. Цели и задачи маркетингового исследования. Определите, что вы хотите достичь благодаря мониторингу: увеличение числа учеников,

улучшение качества образовательных программ, повышение узнаваемости учреждения.

2. Определение ключевых показателей. Выберите наиболее значимые метрики для оценки эффективности маркетинговых действий и понимания рынка спортивного образования.

3. Анализ конкурентов. Изучите действия и стратегии ваших конкурентов, их преимущества и слабые стороны, чтобы определить свою уникальность и конкурентные преимущества.

4. Вовлечение заинтересованных сторон. Проведите опросы учеников, их родителей, мониторинг отзывов в социальных сетях и другие исследования, чтобы получить обратную связь и понять потребности своей аудитории [4].

Успешное проведение маркетингового мониторинга в спортивном образовании поможет учреждению лучше понять своих учеников, адаптировать образовательные программы под их потребности, привлечь новых клиентов и укрепить свои позиции на рынке.

Система маркетингового мониторинга представляет собой комплексный подход к сбору, анализу и оценке информации с целью наблюдения и оценки процессов или явлений в определённой области. Она позволяет контролировать изменения, выявлять проблемы, анализировать эффективность деятельности и принимать обоснованные управленческие решения на основе полученных данных [1].

Система маркетингового мониторинга может быть применена в различных сферах, включая образование, экономику, здравоохранение, социальную сферу и другие. Основными компонентами такой системы являются определение целей и задач исследования, выбор методов сбора и анализа данных, организация процесса мониторинга, интерпретация полученных результатов и использование их для принятия управленческих решений [2].

Маркетинговый мониторинг позволяет осуществлять непрерывный контроль за процессами и явлениями, выявлять тенденции и закономерности, а также учитывать множество переменных, влияющих на исследуемые явления. Таким образом, эта система помогает обеспечить эффективное управление и принятие обоснованных решений на основе объективных данных [1].

1. Цели системы маркетингового мониторинга в учреждениях дополнительного образования отрасли физической культуры:

– оценка качества образовательных программ и достижений учащихся в этой области;

- мониторинг и анализ эффективности деятельности педагогов и других работников в учреждениях дополнительного образования;
- проверка соответствия деятельности учреждений нормативам и требованиям образовательных стандартов.

2. Методы сбора данных в системе маркетингового мониторинга:

- анализ федерального отчёта ЗП-ФК для получения данных;
- контроль за соблюдением выплат заработной платы тренерам-преподавателям в соответствии предоставленному отчёту на предыдущий месяц;
- сбор сведений о количестве учащихся по различным подготовительным группам и контроль в соответствии отчёту об изменениях в количестве.

3. Организация процесса мониторинга и анализа данных:

- определение ключевых показателей и критериев оценки эффективности деятельности учреждений дополнительного образования;
- систематический сбор данных из различных источников для последующего анализа;
- интеграция результатов мониторинга в управленческие процессы для принятия обоснованных решений.

4. Использование результатов системы мониторинга для улучшения качества образования:

- выявление проблемных областей и разработка мероприятий по их устранению;
- повышение эффективности образовательных программ и улучшение условий предоставления образовательных услуг;
- поддержка процесса принятия управленческих решений на основе объективных данных и анализа результатов мониторинга.

Федеральный отчёт ЗП-ФК по Белгородской области включает в себя сведения спортивных школ и школ олимпийского резерва:

1. По средней численности работников за отчётный период, человек.

2. По фонду начисленной заработной платы работников за отчётный период.

3. О количестве занимающихся:

- по дополнительным образовательным программам спортивной подготовки;
- о дополнительным общеобразовательным программам в области физической культуры и спорта.

К категориям персонала, которые рассматриваются в отчёте относятся тренеры-преподаватели (старшие тренеры-преподаватели,

тренеры преподаватели по адаптивной физической культуре), тренеры спортивных сборных команд и спортсмены-инструкторы.

Адаптивная физическая культура – направление в области физической культуры и спорта, ориентированное на индивидуализацию тренировочного процесса и адаптацию занятий физическими упражнениями к особым потребностям и возможностям конкретного человека. Основная идея адаптивной физической культуры заключается в том, чтобы создать условия для занятий спортом и физическими упражнениями для людей с ограниченными физическими возможностями, а также для лиц с особыми потребностями (например, людей с инвалидностью, пожилых людей и детей с ограниченными возможностями).

Адаптивная физическая культура предполагает использование специальных методик и приёмов, учитывающих возможности и особенности каждого человека, чтобы обеспечить эффективное и безопасное занятие спортом. Этот подход помогает развивать физические и психологические качества, повышать самооценку и уверенность в себе у людей с особыми потребностями.

Таким образом, адаптивная физическая культура способствует интеграции различных групп населения через занятия спортом и физическими упражнениями, а также способствует улучшению качества жизни людей с ограниченными возможностями.

Маркетинговый мониторинг в учреждениях дополнительного образования отрасли физической культуры является важным инструментом для оценки эффективности программ и мероприятий, проводимых в данной сфере. Подытожим плюсы и минусы системы мониторинга на примере федерального отчёта ЗП-ФК по Белгородской области.

1. Оценка эффективности программ и мероприятий. Исследовательский мониторинг позволяет получить объективные данные о реальных результатах деятельности учреждений дополнительного образования.

2. Идентификация проблем и уязвимых мест. Путём анализа данных отчётов можно выявить слабые стороны и проблемные аспекты работы учреждений, что позволит оперативно принимать меры по их устранению.

3. База для принятия управленческих решений. На основе анализа мониторинговой информации можно разрабатывать стратегии развития учреждений и корректировать текущие планы и программы.

1. Недостаточная квалификация персонала. Для эффективного проведения и анализа исследовательского мониторинга требуется

квалифицированный персонал с соответствующими навыками и знаниями, что может быть сложно обеспечить.

2. Человеческая погрешность при заполнении отчёта, предоставлении не соответствующей информации с ошибкой расчётов или показательных данных, которая влияет на общую картину мониторинга.

Чтобы улучшить систему маркетингового мониторинга в учреждениях дополнительного образования отрасли физической культуры, необходимо:

1. Повышать финансирование и поддержку со стороны государства и других заинтересованных структур для обеспечения устойчивого функционирования системы.

2. Проводить обучение и повышение квалификации специалистов, работающих с данными и анализирующих результаты исследований.

Применение этих рекомендаций поможет улучшить качество и эффективность системы маркетингового мониторинга в учреждениях дополнительного образования отрасли физической культуры и повысит уровень прозрачности и результативности их деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров, 3-е изд., перераб. / Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. - М.: Дашков и К, 2021. - 433 с.

2. Березин И.С. Маркетинг. Большой толковый словарь Александра Панкрухина. 3-е изд., перераб. / Березин И.С., Карпова С.В., Коро Н.Р. под общ. ред. - М.: Дашков и К, 2022. - 520 с.

3. Дубино Н. В., Артемова В.А. Социальные сети как инструмент рекламы / Н. В. Дубино, В. А. Артемова // Белгородский экономический вестник. - 2020. - № 4. - С. 52-59.

4. Захарова И.В. Маркетинг образовательных организаций. - М.: КноРус, 2021. - 244 с.

5. Маркетинговые исследования: Практикум, 3-е изд., стер. / Склад Е.Н., Авдеев Г.И., Алексунин В.А.- М.: Дашков и К, 2021. - 214 с.

Сердюков Д.А.

*Научный руководитель: Петимко А.М., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В современном бизнесе конкуренция на рынке становится все более острой, и одним из ключевых инструментов, позволяющих компаниям добиться успеха, является категорийный менеджмент. Этот подход к управлению товарными категориями позволяет эффективно управлять ассортиментом, предлагаемым потребителям, и повышать конкурентоспособность компании на рынке.

Одной из основных тенденций в категорийном менеджменте является переход от традиционного подхода к управлению категориями к более интегрированному и стратегическому подходу. Вместо изолированного управления отдельными категориями компании все чаще переходят к управлению всем ассортиментом как единой целостной системой. Это позволяет лучше понимать потребности потребителей, оптимизировать ассортимент и повышать эффективность деятельности компании [1].

Другой важной тенденцией в категорийном менеджменте является повышение значимости данных и аналитики. С развитием технологий компании получают все больше данных о потребительском спросе, предпочтениях, покупательном поведении и конкурентной среде. Анализ этих данных позволяет компаниям более точно определять стратегии развития категорий, прогнозировать спрос и принимать обоснованные решения [2].

Среди перспектив развития категорийного менеджмента стоит выделить подход к персонализированному маркетингу. С развитием технологий и возможностей цифровизации компании могут предлагать потребителям персонализированные предложения на основе данных о их предпочтениях и поведении. Это позволяет повысить уровень удовлетворенности клиентов и эффективность маркетинговых кампаний.

Персонализированный маркетинг: эффективные стратегии в мире потребителей.

В мире постоянных изменений, где потребители разнообразны и требовательны, ключевым фактором успешной маркетинговой

стратегии становится персонализация. Персонализированный маркетинг — это инновационный подход, ориентированный на индивидуальные потребности и предпочтения каждого клиента. Владение информацией о целевой аудитории, ее поведенческих особенностях и интересах позволяет компаниям создавать уникальные и персонализированные предложения, которые генерируют высокий уровень вовлеченности, лояльности и конверсии [3].

Что делает персонализированный маркетинг таким эффективным? Главное преимущество этой стратегии заключается в возможности установления более глубоких и значимых связей с каждым клиентом, путем предоставления ему релевантной и персонализированной информации, продуктов и услуг. Клиенты оценивают индивидуальный подход, который учитывает их потребности, предпочтения и историю взаимодействия с брендом.

Эффективные стратегии персонализированного маркетинга начинаются со сбора и анализа данных о клиентах. Использование CRM-систем, аналитических инструментов и технологий искусственного интеллекта позволяет компаниям получить ценную информацию о своей аудитории, которую можно преобразовать в персонализированные рекомендации, предложения и коммуникации.

Дальше следует разработка персонализированных маркетинговых стратегий, основанных на данных. Это может включать в себя создание индивидуальных электронных рассылок, рекомендательных систем, персонализированных рекламных кампаний и контента, веб-сайтов и лендингов, а также учёт предыдущих покупок и взаимодействий клиента с брендом.

Ключевым аспектом успешного персонализированного маркетинга является долгосрочное взаимодействие с клиентом. Компании должны стремиться к построению долгосрочных отношений, основанных на взаимном доверии и понимании, что способствует увеличению лояльности, удержанию клиентов и повышению уровня удовлетворённости [1].

Персонализированный маркетинг представляет собой мощный инструмент, который позволяет компаниям не только привлечь новых клиентов, но и удерживать существующих, повышая уровень удовлетворенности, конверсии и доходов. Использование персонализированных стратегий в маркетинге становится неотъемлемой частью успешного бизнеса в современном конкурентном мире.

Пример одного из путей реализации персонализированного маркетинга.

1. Анализ данных и сегментация аудитории:
 - Соберите данные о своих клиентах (демография, история покупок, предпочтения).
 - Определите ключевые сегменты вашей целевой аудитории.
2. Персонализация контента:
 - Создайте персонализированный контент для каждого сегмента аудитории.
 - Используйте данные о предпочтениях, поведении и интересах клиентов.
3. Автоматизация коммуникаций:
 - Внедрите систему автоматизации маркетинговых коммуникаций (e-mail, SMS, push-уведомления).
 - Настройте триггеры для отправки персонализированных сообщений в зависимости от действий клиентов.
4. Тестирование и оптимизация:
 - Постоянно тестируйте и анализируйте эффективность персонализированных кампаний.
 - Оптимизируйте стратегию на основе полученных результатов.

Пример оригинального подхода к персонализированному маркетингу:

Компания по продаже спортивной экипировки вступила в партнерство с приложением для здорового образа жизни, где пользователи отслеживают свои тренировки и достижения. Используя данные о физической активности и предпочтениях клиентов, компания создала персонализированные предложения, например, скидки на спортивную одежду в дни, когда пользователь достигает нового рекорда в тренировках. Таким образом, клиенты получают индивидуальные предложения, которые мотивируют их к покупкам, а компания увеличивает лояльность и конверсию.

Категорийный менеджмент играет ключевую роль в современном маркетинге и обеспечивает компаниям существенные преимущества на рынке.

Один из важных аспектов категорийного менеджмента — это анализ рынка и конкурентной среды. Понимание текущих тенденций, потребностей потребителей, поведенческих особенностей клиентов и действий конкурентов позволяет компаниям разрабатывать более успешные стратегии продвижения товаров и услуг. Анализ данных также помогает оптимизировать ассортимент, выявлять потенциально успешные продукты и прогнозировать спрос.

Еще одним важным аспектом категорийного менеджмента является создание уникальных и привлекательных предложений для

потребителей. Разработка индивидуализированных маркетинговых стратегий, адаптированных под нужды различных сегментов аудитории, позволяет улучшить восприятие товаров и услуг компании, повысить лояльность клиентов и увеличить объемы продаж [4].

Кроме того, категорийный менеджмент помогает оптимизировать розничные цены, контролировать запасы, управлять маржинальностью продуктов и повышать эффективность маркетинговых кампаний. Благодаря этому компании могут добиться устойчивого роста и увеличить свою долю на рынке.

Подводя итог, нужно сказать, что категорийный менеджмент является неотъемлемой частью стратегии успешного бизнеса и позволяет компаниям адаптироваться к изменчивым рыночным условиям, сфокусироваться на потребностях потребителей и повысить свою конкурентоспособность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ким, С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. для студентов вузов, обучающихся по группе специальностей "Экономика и упр." / С. А. Ким. - Электрон. текстовые дан. - М.: Дашков и К, 2010. - 1 on-line. - Загл. с титул. экрана.
2. Старикова, М. С. Управление рыночной устойчивостью и адаптивностью промышленного предприятия на основе развития его маркетингового потенциала: монография / М. С. Старикова, Ю. Л. Растопчина, А. И. Шацкий. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - 186 с.
3. Щетинина, Е. Д. Стратегическое управление промышленным предприятием на основе теории жизненного цикла: монография / Е. Д. Щетинина, Ю. Л. Растопчина, М. С. Старикова; БГТУ им. В. Шухова. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2006. - 138 с.
4. Щетинина, Е. Д. Управление развитием промышленной корпорации на основе клиентоориентированного подхода: монография / Е. Д. Щетинина, С. Н. Гриштутина, М. С. Старикова. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2011. - 176 с.
5. Щетинина, Е. Д. PR в системе продвижения услуг в индустрии развлечений / Е. Д. Щетинина, М. И. Шильман // Белгородский экономический вестник. - 2019. - № 3. - С. 51-58.
6. Щетинина, Е. Д. Особенности применения омниканальной концепции ведения бизнеса в РФ / Е. Д. Щетинина, А. М. Петимко // Белгородский экономический вестник. - 2017. - N 2. - С. 87-92.

Сердюков Д.А.

*Научный руководитель: Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МЕТОДЫ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ С КЛИЕНТОМ

Сегодня маркетинг играет существенную роль в повышении устойчивости фирм, предприятий, однако он должен быть сформирован и своевременно меняться с учётом новых факторов — социальных, психологических, эмоциональных, положительно влиять на настроение клиентов, снижая стрессы, не быть навязчивым и формальным, укрепляя лояльность потребителей.

На примере автомойки рассмотрим и проанализируем эффективные методы работы с клиентом. Автомойка – это место, где клиенты могут получить профессиональную помощь в уходе за своим автомобилем. Для успешного функционирования автомойки крайне важна эффективная работа с клиентами. В данной статье мы рассмотрим методы, которые помогут улучшить взаимодействие с клиентами и создать лучший клиентский опыт на автомойке.

Прежде всего, необходимо неукоснительное соблюдение законов по защите прав потребителя (Закон о защите прав потребителей от 07.02.1992 г. № 2300–1).

1. Закон о защите прав потребителей финансовых услуг (Федеральный закон от 02.12.1990 № 395–1).

2. Закон о рекламе (Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ).

3. Закон о качестве и безопасности пищевых продуктов (Федеральный закон от 29.12.2006 № 231-ФЗ).

4. Закон о дистанционных продажах (Федеральный закон от 18.07.2006 № 160-ФЗ).

5. Закон о защите прав потребителей при предоставлении туристических услуг (Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ).

На основании этих законов строится система норм и стандартов обслуживания той или иной фирмы, а также система внутреннего контроля [5]. Нарушения законов должны отслеживаться и быть наказуемы.

Прежде чем приступить к улучшению работы с клиентами, необходимо провести исследование и анализ целевой аудитории. У каждого клиента есть свои предпочтения, потребности и ожидания от посещения автомойки. Сегментация клиентов и создание

персонализированного подхода помогут лучше понять и удовлетворить потребности каждого клиента. Использование данных, например, предыдущих заказов, предпочтений и истории взаимодействия с клиентами, также поможет сделать работу с клиентами более эффективной [6].

Коммуникация с клиентами и разработка эффективных коммуникационных стратегий является важной частью работы с клиентами на автомойке. Целью коммуникации должно быть установление и поддержание эмоционального единения с клиентом. Для этого необходимо применять эмпатию и активное слушание, чтобы полностью понять потребности и ожидания клиента. Кроме того, важно быть вежливым, чётким и профессиональным в общении с клиентом. О современных коммуникативных технологиях, присущих цифровой экономике, укажем ниже.

Сегодня на слуху такое выражение, как «управление клиентским опытом». Клиентский опыт начинается с первого контакта клиента с автомойкой. Создание положительного первого впечатления поможет завоевать доверие и установить долгосрочные отношения с клиентом, но это ещё не всё: затем важно предоставлять высококачественное обслуживание клиентов и закреплять первый опыт. Это означает быть внимательными к деталям и стремиться к превосходству в каждом аспекте работы с клиентами. Кроме того, важно разрешать проблемы и конфликты с клиентами немедленно.

Следующий элемент маркетинга - вовлечение клиентов. Для этого можно использовать различные маркетинговые активности – такие, как программы лояльности, акции, конкурсы и специальные предложения. Следует задействовать игровые рефлексы. Кроме того, важно вовлекать клиентов в разработку и обсуждение (через фокус-группы, блоггерство) новых видов обслуживания и инноваций, чтобы удовлетворять их скрытые потребности и ожидания. Нарративный маркетинг – также способ привлечь людей к фирме, если у неё есть привлекательная и значимая для них история. Однако пока он ещё мало используется в данном бизнесе [2].

Использование новых онлайн-технологий в работе с клиентами на автомойке. Автоматизация процессов обслуживания клиентов поможет повысить эффективность и качество обслуживания. Внедрение CRM-систем и использование аналитических инструментов позволят улучшить понимание клиентов и принимать обоснованные решения в работе с клиентами. Кроме того, важно эффективно использовать социальные сети и онлайн-платформы для взаимодействия с клиентами, включая лоббирование и лидогенерации. Создание онлайн-системы

бронирования и оплаты услуг автомойки позволит клиентам сэкономить время, а также снизить вероятность ошибок и недоразумений. Также можно использовать мобильные приложения для удобного взаимодействия с клиентами, отправки уведомлений и предложений.

Измерение и анализ эффективности работы с клиентами – ключевая функция менеджмента. Для этого необходимо установить ключевые метрики и показатели успеха работников по росту лояльности, в том числе, их личные KPI. Это поможет отслеживать и измерять клиентский опыт и выявлять области для улучшения. Существуют различные инструменты, которые могут быть использованы для отслеживания и измерения клиентского опыта, например, опросники, обратная связь от клиентов, анализ данных и особенно жалоб и предложений. Анализ результатов и принятие мер для оптимизации работы с клиентами является важным этапом в улучшении эффективности работы с клиентами.

Обучение персонала и развитие навыков работы с клиентами, как уже говорилось выше, необходимы в сервисе – для обеспечения лояльности наших потребителей. Персонал должен быть, во-первых, осведомлён обо всех услугах, ценах и акциях, предлагаемых автомойкой. Во-вторых, он должен проявлять активность и творческий подход, что необходимо стимулировать и поддерживать руководству. В-третьих, важно прививать персоналу приёмы когнитивной коммуникации, включая алгоритмику влияния и эмоциональный интеллект [8], умение внимательно слушать и проявляя готовность решать проблемы клиентов лучшим способом.

Надо помнить, что персонал автомойки является лицом предприятия и играет ключевую роль в работе с клиентами.

Определим современные тенденции и инновации в работе с клиентами.

Мир постоянно меняется, равно как и требования клиентов. Важно быть в курсе современных трендов и изменений в предпочтениях клиентов. Применение новых технологий и идей в работе с клиентами может помочь улучшить клиентский опыт и создать уникальное впечатление. Клиенты автомойки, как дети, любят узнавать что-то новое, касающееся их автомобиля. Инновационные подходы к оказанию услуг и созданию уникального клиентского опыта помогут автомойке сохраниться конкурентоспособной, устойчивой и привлекать больше клиентов [1].

Для точного анализа факторов лояльности клиентов автомойки в таблице представлена их классификация и описание.

Таблица - Обобщающая таблица факторов лояльности

Факторы	Описание фактора	Значимость	Внешняя среда фактора	Внутренняя среда фактора
Понимание клиента	Понимание потребностей и предпочтений клиента	Высокая	Влияние маркетинговых и конкурентных факторов	Влияние культуры организации и внутренних процессов
Коммуникация с клиентами	Эффективное общение и взаимодействие с клиентами	Очень высокая	Влияние требований и ожиданий клиентов	Влияние способов коммуникации и материалов
Управление клиентским опытом	Обеспечение положительного опыта взаимодействия с клиентами	Очень высокая	Влияние внешних сервисных технологических решений	Влияние внутренних процессов и поддержки клиента
Вовлечение клиентов	Активное включение клиентов в процессы и принятие решений	Высокая	Влияние конкурентных и инновационных трендов	Влияние мотивации персонала и культуры сотрудничества
Использование технологий в работе с клиентами	Применение современных технологий для улучшения взаимодействия с клиентами	Высокая	Влияние технических и безопасных требований	Влияние существующих систем и инфраструктуры
Измерение и анализ эффективности работы с клиентами	Оценка и анализ эффективности стратегий и подходов к работе с клиентами	Высокая	Влияние аналитических и метрических методов	Влияние доступа к данным и системам отчетности
Обучение персонала и развитие навыков работы с клиентами	Повышение квалификации и развитие компетенций персонала в области работы с клиентами	Высокая	Влияние образовательных и наставнических программ	Влияние организационной культуры и поддержки руководства

Тенденции и инновации в работе с клиентами	Использование новаторских подходов и последних тенденций в работе с клиентами	Средняя	Влияние изменений на рынке и потребительского поведения	Влияние гибкости и адаптивности организации
Участие руководства и создание клиентоориентированной культуры	Активное участие руководства в работе с клиентами и формирование клиентоориентированной культуры	Очень высокая	Влияние стратегического видения и лидерства	Влияние организационной культуры и коммуникации
Примеры успешных компаний и их методы работы с клиентами	Анализ и применение современных подходов и методов работы с клиентами, основанных на успешном опыте других компаний	Средняя	Влияние маркетинговых и конкурентных трендов	Влияние опыта и знаний сотрудников
Рекомендации для различных отраслей и бизнес-моделей	Разработка рекомендаций и адаптация методов работы с клиентами для различных отраслей и бизнес-моделей	Средняя	Влияние специфики отрасли и рынка	Влияние внутренних процессов и способности к адаптации

В заключение укажем, что нельзя недооценивать такой приём, как сегментация клиентов. Для сегментации клиентов автомойки можно использовать различные критерии: уровень дохода; частота посещений, средний чек, предпочтения в услугах (например, автомойка, полировка, химчистка салона), тип автомобиля (легковой, внедорожник, грузовой), местоположение и т. д.

На основе этих критериев можно выделить несколько типов клиентов, например, (г. Белгород):

1. Регулярные посетители, которые посещают автомойку часто и используют разнообразные услуги (73%).

2. Одноразовые посетители, которые приезжают на автомойку редко и используют только базовые услуги (16%).

3. Владельцы премиум-автомобилей, которые выбирают дорогие услуги и требуют особого отношения к своему автомобилю (11%).

Далее можно разработать индивидуальные маркетинговые стратегии для каждого сегмента, чтобы удерживать существующих клиентов и привлекать новых. Например, для регулярных посетителей можно предложить программу лояльности, для владельцев премиум-автомобилей – персональный сервис и эксклюзивные предложения, а для одноразовых посетителей – акции и скидки на первое посещение.

Для более точной сегментации клиентов на автомойке также можно использовать данные о предпочтениях клиентов, их отзывах и обратной связи. Например, если клиенты оставляют положительные отзывы о определённой услуге или сотруднике, это может свидетельствовать о их высокой удовлетворённости данной услугой и их готовности платить за неё больше.

Также стоит учитывать сезонные особенности и изменения в поведении клиентов, например, увеличенный спрос на услуги во время зимних месяцев из-за соли на дорогах или, наоборот, спрос на услуги полировки весной и летом из-за большего количества солнечных дней. Важно не заставлять клиентов ждать в очереди.

Используя сегментацию клиентов, автомойка сможет более точно настраивать и кастомизировать свою маркетинговую стратегию, улучшать обслуживание и удовлетворять потребности различных групп клиентов. Это также поможет оптимизировать использование ресурсов и повысить уровень удовлетворённости клиентов, что в итоге приведёт к увеличению прибыли и укреплению позиций автомойки на рынке [7].

Методы эффективной работы с клиентом на автомойке имеют большое значение для успеха предприятия. Понимание клиента, эффективная коммуникация, управление клиентским опытом, вовлечение клиентов, использование технологий, измерение и анализ эффективности, обучение персонала и инновации – все эти аспекты вместе формируют основу Развитие этих методов и постоянное совершенствование позволят автомойкам создать уникальный клиентский опыт и привлечь больше довольных клиентов [4].

Эффективная работа с клиентами на автомойке играет решающую роль в создании лучшего клиентского опыта. Понимание клиентов, эффективная коммуникация, управление клиентским опытом, вовлечение клиентов, использование технологий и обучение персонала – все эти аспекты будут способствовать улучшению взаимодействия с

клиентами и созданию долгосрочных отношений с ними. Работа над этими аспектами будет способствовать росту и развитию автомойки [2].

Рекомендации для будущих исследований и развития.

Для дальнейшего улучшения работы с клиентами на автомойке следует рассмотреть следующие рекомендации:

1. Проведение регулярных исследований и опросов среди клиентов для выявления их предпочтений, потребностей и ожиданий.

2. Инвестирование в разработку и использование новых технологий, таких как автоматизированные системы заказов и оплаты, мобильные приложения и другие инновации.

3. Предоставление регулярных обучающих программ для персонала, особенно в области эффективной коммуникации и управления клиентским опытом.

4. Развитие программ лояльности и акций, чтобы поощрять и удерживать клиентов.

5. Анализ и использование данных о клиентах для персонализации сервиса и предложений.

С учётом этих рекомендаций автомойки смогут улучшить свою работу с клиентами и создать лучший клиентский опыт.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Маркетинговое управление устойчивостью [Текст]: монография / [Е. Д. Щетинина, С. В. Куприянов, Н. В. Козлова и др.]; под редакцией доктора экономических наук, профессора Е. Д. Щетининой. - Белгород: БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 187 с.: ил., табл.; 21 см.; ISBN 978-5-361-00423-2: 500 экз.

2. Васин Ю. В., Лаврентьев Л. Г., Самсонов А. В. Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов. М.: Альпина бизнес Букс. – 2005. – 278с. Дорошенко Ю. А. Новые возможности теории управления проектами/ Ю. А. Дорошенко, И.С. Пивко//Белгородский экономический вестник. 2014. №4. – С.12-16.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга. 15-е издание. М.: ПРОСПЕКТ. – 2018.

4. Слабинская И. А. О роли внутреннего контроля в деятельности хозяйствующих субъектов/И. А. Слабинская, О. Б. Бендерская//Социально-экономические проблемы современного общества. Белгород: Сб-к докладам. – 2017. – С.87-90.

5. Старикова М.С. Позиционирование как инструмент адаптации предпринимательских структур к рыночной среде// Белгородский экономический вестник. - №1. – 2010. – С.85-93.

6. Суворова, С.Д. Рыночное сегментирование на основании выявления потребностей покупателей и сочетание внешних факторов/ С. Д. Суворова, О. М. Куликова// Фундаментальные исследования. – 2017. №4 – С.115-119.

7. Шабанов С., Алёшина А. Эмоциональный интеллект в бизнесе// Российская практика. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 448 с.

УДК 339.9

Сидорова Е.В.

*Научный руководитель: Мамина Л.В., ст. преп.
Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В ГЕРМАНИИ

Экономическое и социальное развитие Германии является одним из наиболее успешных в мире. Страна обладает сильной экономикой, основанной на высокотехнологичном производстве, инновациях и услугах. Германия является одним из лидеров в таких отраслях, как автомобилестроение, машиностроение, химическая промышленность и энергетика.

Экономика Германии характеризуется стабильным ростом, низким уровнем безработицы и высоким уровнем жизни населения. Страна является третьим по величине экспортером в мире и имеет значительные инвестиции в инфраструктуру, науку и образование.

Социальное развитие Германии также заслуживает внимания. Страна имеет развитую систему социального обеспечения, включающую в себя всеобщее здравоохранение, пенсионное обеспечение, пособия по безработице и другие социальные выплаты. Это обеспечивает высокий уровень социальной защиты и стабильности для населения.

Образование в Германии является бесплатным и доступным для всех, что способствует развитию человеческого капитала и обеспечивает высокий уровень квалификации рабочей силы. В стране также существует система профессионального обучения, которая успешно сочетает теоретическое обучение с практическим опытом на предприятиях.

Экономическое и социальное развитие Германии демонстрирует высокий уровень эффективности и устойчивости, что делает страну одним из лидеров в мировой экономике и социальной сфере.

Германия, являясь одной из ведущих экономических держав мира, не застрахована от экономических проблем, которые могут возникать в результате внутренних и внешних факторов. В последние годы экономика Германии столкнулась с рядом вызовов, которые ставят под угрозу ее стабильность и рост.

Одним из ключевых экономических проблем Германии является стагнация в области инноваций и технологического развития. Несмотря на то что Германия обладает сильными традиционными отраслями промышленности, такими как автомобилестроение и машиностроение, она сталкивается с трудностями в адаптации к быстро меняющемуся миру цифровизации и высоких технологий. Это может привести к потере конкурентоспособности на мировом рынке и утрате лидерства в ключевых секторах экономики.

Другой проблемой является старение населения и сокращение трудовых ресурсов. Германия имеет один из самых низких показателей рождаемости в мире, что приводит к уменьшению численности рабочей силы. Это создает нагрузку на пенсионную систему и может привести к дефициту квалифицированных кадров, что в свою очередь может сдерживать экономический рост.

Третьей проблемой является зависимость экономики Германии от экспорта. Германия является крупным экспортером товаров и услуг, и ее экономика чувствительна к колебаниям мировых рынков. В условиях глобальной неопределенности и торговых конфликтов, таких как конфликт между США и Китаем, экспортный сектор Германии может понести значительные убытки, что отразится на общем состоянии экономики [1].

Германия сталкивается с проблемами в области энергетики и климатических изменений. Страна активно продвигает политику по сокращению выбросов углекислого газа и переходу к возобновляемым источникам энергии. Однако этот процесс сопряжен с высокими затратами и может привести к росту затрат на энергоносители для предприятий и населения.

Социальные проблемы Германии являются неотъемлемой частью ее развития и представляют собой сложный комплекс проблем, с которыми страна сталкивается на пути к современному обществу. В этом тексте мы рассмотрим некоторые из наиболее острых социальных проблем, с которыми сталкивается Германия сегодня.

Одной из ключевых социальных проблем является демографический кризис, связанный с процессом старения населения. Низкая рождаемость и увеличение продолжительности жизни приводят к тому, что доля пожилых людей в общей численности населения

постоянно растет. Это создает нагрузку на пенсионную систему и здравоохранение, а также ставит под угрозу экономическое развитие страны, поскольку уменьшается количество трудоспособного населения.

Вторым важным вопросом является интеграция иммигрантов и их потомков в немецкое общество. Германия стала одной из ведущих стран-приемников мигрантов в Европе, что привело к росту культурного и языкового разнообразия. Однако это также создало проблемы в области образования, трудоустройства и социальной адаптации иммигрантов. Некоторые из них сталкиваются с дискриминацией и трудностями в процессе интеграции, что может привести к социальной напряженности и росту экстремизма.

Третьей проблемой является растущее социальное неравенство и разрыв в доходах между различными группами населения. Несмотря на то, что Германия считается страной с высоким уровнем жизни, наблюдается рост числа людей, живущих за чертой бедности, особенно среди семей с детьми и пожилых людей. Это может привести к социальной напряженности и уменьшению социального единства.

Четвертой проблемой является обеспечение доступности и качества образования. Несмотря на высокий уровень развития системы образования в Германии, существуют проблемы, связанные с доступностью образования для различных групп населения, особенно для детей из семей с низкими доходами и иммигрантов. Это может привести к формированию социальных барьеров и ограничению возможностей для социальной мобильности [2].

Германия, как одна из ведущих экономических держав Европы, постоянно сталкивается с различными экономическими и социальными проблемами. Для улучшения ситуации в экономике и социуме страны необходимо рассмотреть ряд рекомендаций, направленных на стимулирование роста, обеспечение социальной справедливости и укрепление конкурентоспособности Германии на мировом рынке.

Во-первых, для решения экономических проблем, таких как стагнация заработной платы и низкая инфляция, правительству Германии следует стимулировать внутренние инвестиции в инфраструктуру, образование и научные исследования. Это позволит повысить производительность труда и создать новые рабочие места, тем самым стимулируя экономический рост.

Во-вторых, для решения социальных проблем, таких как старение населения и неравенство доходов, необходимо проводить политику, направленную на поддержку семей с детьми и молодых специалистов. Это может быть достигнуто путем предоставления налоговых льгот,

субсидий на детские товары и улучшения доступа к образованию и здравоохранению.

В-третьих, для укрепления конкурентоспособности Германии на мировом рынке, необходимо продолжать развитие промышленности, особенно в таких областях, как автомобилестроение, машиностроение и фармацевтика. Для этого следует инвестировать в новые технологии, автоматизацию и цифровизацию производственных процессов, что позволит сократить издержки и повысить качество продукции.

В-четвертых, для решения проблемы безработицы среди молодежи и представителей этнических меньшинств, необходимо проводить политику, направленную на интеграцию этих групп населения в общество и рынок труда. Это может быть достигнуто путем предоставления специальных образовательных программ, стажировок и поддержки малого и среднего бизнеса.

В-пятых, для решения проблемы неравенства доходов и социального неравенства, необходимо проводить политику, направленную на перераспределение доходов и обеспечение социальной защиты. Это может быть достигнуто путем повышения налогов на богатых, увеличения минимальной заработной платы и расширения социальных гарантий для малоимущих слоев населения.

В целом, для улучшения ситуации в экономике и социуме Германии необходимо проводить комплексные меры, направленные на стимулирование экономического роста, обеспечение социальной справедливости и укрепление конкурентоспособности страны на мировом рынке [3].

Таким образом, социальные проблемы Германии представляют собой сложный комплекс проблем, требующих внимательного изучения и разработки эффективных решений. Социальная интеграция, борьба с неравенством, обеспечение доступности и качества образования, а также адаптация к демографическим изменениям являются ключевыми направлениями, на которых страна должна сосредоточить свои усилия для обеспечения стабильного и гармоничного развития общества.

Несмотря на то что Германия обладает сильной и динамичной экономикой, она сталкивается с рядом экономических проблем, которые требуют внимательного изучения и разработки эффективных стратегий для их решения. Стагнация в области инноваций, старение населения, зависимость от экспорта и проблемы в энергетике являются ключевыми вызовами, с которыми должна справляться Германия для обеспечения устойчивого экономического развития в будущем.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вагнер У. Регулирование рынка труда: опыт Германии и российские проблемы / У. Вагнер, В. Гутник // Проблемы теории и практики управления. – 2023. – № 1.
2. Сумленный С. Сумерки в конце туннеля / С. Сумленный // Эксперт. – 2021. – № 22.
3. Федеральное статистическое управление Германии [Электронный ресурс] // Destatis. – Режим доступа: <http://www.destatis.de/> (дата обращения 16.05.2024).

УДК 336.025

Силкина Е.Н.

*Научный руководитель: Дуплинская Е.Б., канд. экон. наук, доц.
Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РФ

В современных экономических и политических условиях развития российской экономики, в условиях санкционных ограничений со стороны международных компаний и правительств иностранных государств, важным вопросом для органов публичного управления является уровень развития предпринимательства.

Малый бизнес - ключевой субъект, способствующий развитию рыночной экономики. Предпринимательское сообщество является гарантом гибкости и динамичности российской экономики, так как деятельность направлена на создание новых рабочих мест, способствует развитию налогового потенциала и оказывает влияние на увеличение доходной части бюджетов.

Одной из причин, влияющих на сдерживание развития малого бизнеса, является финансовая и правовая безграмотность граждан, которые имеют потенциальную возможность создавать и развивать предпринимательство. Незначительная часть граждан имеет знания и опыт при использовании финансовых продуктов и услуг.

В рамках данного исследования, под финансовой грамотностью предпринимателей понимается совокупность знаний, умений и навыков, позволяющих собственникам бизнеса принимать экономически обоснованные и юридически грамотные решения, направленные на повышение их благосостояния.

По инициативе Банка России специалистами аналитического центра НАФИ проводятся исследования, позволяющие проанализировать и оценить уровень финансовой грамотности населения в целом по стране и в разрезе социальных и возрастных групп. Результаты опроса свидетельствуют о том, что финансовая грамотность лиц, являющихся предпринимателями находится на невысоком уровне: из 1000 опрошенных специалистами НАФИ респондентов, 24% предпринимателей имеют высокий уровень, 45% со средним уровнем и у 31% уровень грамотности низкий [1].

Начинающий предприниматель должен четко понимать ход решения ключевого вопроса – грамотно осуществлять поиск доступного источника финансирования бизнеса. Такая проблема негативно сказывается на экономическом развитии предпринимательства. Владельцы собственного бизнеса, обладающие недостаточными знаниями в сфере финансов, вынуждены принимать необоснованные решения, привлекая финансовые ресурсы не всегда на выгодных, с финансовой точки зрения, условиях.

Многие предприниматели могут имеют представление о порядке расчета процентов по вкладам или депозитам, имеют понимание о том что такое микрофинансовая организация, имеют представление о необходимости своевременной и полной уплаты налогов и сборов в бюджеты. Но не так часто, как это необходимо, предприниматели осведомлены о необходимости хеджирования валютных рисков, о таких финансовых инструментах как лизинг, франчайзинг или факторинг, не имеют представления о страховании рисков предпринимательской деятельности, о том, что у них имеется возможность получить грант или субсидию на развитие своего бизнеса.

Финансовая грамотность – это один из индикаторов экономического развития публично-правового образования. Инструментами повышения являются мероприятия, которые организуются органами публичного управления. Первые попытки в направлении снижения уровня финансовой безграмотности органами публичного управления стали предприниматься после 2010 года, когда стали разрабатываться стратегически важные документы, инициатором данных действий стал Центральный банк РФ при взаимодействии с Министерством финансов РФ. Указанные государственные структуры разработали ключевой документ – Стратегию повышения финансовой грамотности до 2023 года, в дальнейшем подобные послысы нашли отражение и в других документах Правительства РФ. Так, необходимость повышения финансовой грамотности, как о фактор развития финансового рынка подчеркивалась в Концепции

долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года, в которой в том числе шла речь о необходимости повышения финансовой грамотности населения, как одном из основных направлений формирования инвестиционного ресурса всех субъектов экономики, в том числе и представителей малого бизнеса. Миссия данного документа заключалась в обеспечении высокого уровня благосостояния населения России и достижении нашей страной позиции одного из мировых лидеров экономики [2].

О важности данного вопроса речь идет и в других стратегически важных для страны документах, например в таких как «Стратегия развития финансового рынка РФ до 2030 года», «Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры РФ до 2030 года», в которой отмечается важный момент: «формирование системы ценностей и установок, которая поможет человеку более осознанно и рационально принимать финансовые решения [3]».

Несмотря на вышеперечисленные меры со стороны государства, проблема низкой финансовой грамотности остается. Необходимо проводить разъяснительную работу с гражданами, которые занимаются предпринимательской деятельностью и планируют открыть свой бизнес. Эффективное решение рассматриваемого вопроса возможно в результате объединения усилий органов публичного управления всех уровней власти и образовательных учреждений. Важность подготовки грамотных и квалифицированных специалистов финансового сектора подчеркивается в Стратегических документах Правительства РФ, указанных выше.

Недостаток финансовой образованности приводит к неэффективному управлению финансовыми ресурсами, и как следствие создает угрозу стабильности национальной безопасности и препятствует устойчивому экономическому росту России. Низкий уровень финансовой грамотности в стране влечет за собой негативные последствия [4].

Недостаточный уровень финансовой грамотности оказывает влияние не только на бизнес конкретного предпринимателя, но и в целом на экономический потенциал государства.

На сегодняшний день действия по повышению уровня финансовой грамотности приняли большие масштабы [5]. Создана и развивается нормативная правовая база, которая позволяет повысить уровень грамотности предпринимателей в финансовой сфере.

Грамотный обдуманный подход к управлению финансовыми ресурсами субъектов малого бизнеса, разработка стратегии развития на основе прогнозных расчетов, ответственный подход инвестированию

собственных финансовых ресурсов, принятие грамотных обоснованных финансовых решений направленных на обеспечение развития предпринимательской деятельности на основе минимальных рисков, должны стать нормой современного предпринимателя.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Финансовая грамотность российских предпринимателей. Результаты комплексного социологического исследования среди собственников микро- и малого бизнеса. – Текст : электронный // Аналитический центр НАФИ. – URL: <https://naf1.ru> (дата обращения 14.04.2024).

2. Дуплинская, Е. Б. Инновационные методы управления публичными финансами / Е. Б. Дуплинская, Ю. В. Чепига – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы бухгалтерского учета, анализа и аудита в инновационной экономике : материалы международной научно-практической заочной конференции / Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2020. – С. 92-95.

3. Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года. - URL: <http://government.ru> (дата обращения 14.04.2024).

4. Кошелева, Е. С. Вектор развития финансовой грамотности в Новосибирской области, Е. С. Кошелева. – Текст: непосредственный // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации: материалы всероссийской научно-практической конференции студентов и аспирантов / Финансовый университет при Правительстве РФ, 2020. – С. 162-165.

5. Трошина, А. В. Проблемы финансовой грамотности населения в России, А. В. Трошина. – Текст: непосредственный // Актуальные направления теории и практики бухгалтерского учёта, экономического анализа и аудита: материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции / Сибирский университет потребительской кооперации, 2019. – С. 453-457.

Симонов Н.А.

*Научный руководитель: Абакумов Р.Г., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МЕТОДЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

В условиях санкционного влияния на российскую промышленность в целях планомерного развития экономики остро ощущается необходимость в обеспечении устойчивого развития предприятий промышленного сектора.

Экономическая устойчивость компании подразумевает обеспечение определенного уровня значений финансово-экономических параметров на продолжительном промежутке времени, который обеспечивает его рентабельное (прибыльное, имеющее целесообразность) функционирование и стабильное развитие, а также позволяет восстанавливать равновесное состояние после прекращения воздействия внешних или внутренних возмущений.

Обеспечение экономической устойчивости предполагает прохождение пути от разработки до опытного внедрения в работу методов корпоративного управления, которые будут отвечать требованиям современности (использование передового опыта), целью которых является повышение положительного эффекта от использования капитала предприятия, а также снижение чувствительности от влияния экзогенных ограничивающих факторов.

Таким образом, использование передового опыта в сфере корпоративного менеджмента направлено решение задач в области повышения эффективности стратегического планирования в целях устойчивого развития предприятий [1,2].

Методы управления представляют собой взаимосвязанную систему способов воздействия на управляемый объект (в данном случае под макрообъектом понимается предприятие промышленного комплекса, а под микрообъектами понимается его факторы устойчивого развития) для достижения целей управления производством.

Выделяют три основных вида методов управления в зависимости от способа влияния на людей (Рис. 1):

1. Административные – это методы, побуждающие сотрудника к соблюдению установленных на предприятии правил и законом, а также вырабатывающие некоторые мотивационные ориентиры;

2. Экономические – это методы, регламентирующие экономические законы на предприятии;
3. Социально-психологические – методы, включающие систему мотивации и психического (морального) воздействия на человека.



Рис. 1 Виды методов управления на предприятии

Целью применения определённого метода управления всегда является воздействие на человеческий ресурс. Далее будут рассмотрены формы управления, целью которых является воздействие на управляющий персонал компании.

Среди управленческих методов можно выделить следующие основные, наиболее практикоориентированные [3]:

1. Корпоративный договор;
2. Соглашение об управлении хозяйственным партнерством;
3. Стратегическое управление капиталом.

В экономическом смысле корпоративный договор представляет собой договор (соглашение) между несколькими людьми (собственниками), по которому функция управления распределяется в зависимости от условий договора. Этим договором определяются условия и запреты ведения предпринимательской деятельности в рамках корпоративного управления.

Преимуществом применения подобной модели управления является соблюдение интересов максимального количества вовлеченных в процесс участников, при котором контрагент получает

возможность влиять или контролировать определенные процессы, взамен чего владельцы предприятия могут рассчитывать на более выгодные предложения, включающие в том числе предоставление ставки по сниженному проценту [4,5].

Преимуществом также является возможность снижения ставки кредитования от банка.

Банковской деятельности сопутствует множество рисков различного рода, любой банк старается минимизировать данные риски.

Корпоративный договор дает кредитору большие возможности для осуществления контроля за принимаемыми корпоративными решениями, которые банк может заблокировать, если посчитает наиболее рискованными.

Однако необходимо отметить, что в силу новизны широкого применения данного подхода в отечественной бизнес-среде отсутствует практика разрешения спорных ситуаций, которые возникают из-за распределения сферы контроля и зон ответственности.

Далее рассмотрим метод, включающий соглашение об управлении хозяйственным партнерством.

Базисом также является условие компромисса, при котором принятие управленческих решений происходит на коллегиальной основе. Также управляющая функция передана контрагенту с целью получения выгодных финансово-экономических выгод.

Однако, принимая во внимание схожую основу, соглашение об управлении хозяйственным партнерством имеет важное отличие. В условиях данного соглашения выделяется в отдельное звено корпорация (структура), в рамках которой сосредотачиваются активы головной компании для реализации какого-либо проекта.

Другими словами, при корпоративном договоре происходит перераспределение контроля над предприятием с установлением ограничений по функционированию самой головной корпорации, а при соглашении о партнерстве происходит выделение определённых звеньев (активов) необходимых для реализации конкретных задач и прорабатываются механизмы эффективного с третьими лицами именно в рамках установленного партнерского соглашения, не затрагивая основную корпоративную структуру.

Наиболее инновационным, в полной мере охватывающим дальнейшую перспективу развития компании, методом корпоративного управления, является метод стратегического управления капиталом корпорации.

Метод стратегического управления капиталом предполагает анализ и планирования финансово-хозяйственной деятельности исходя

из имеющихся активов и пассивов (долга предприятия).

Результатом работы в рамках указанного метода является разработанная долгосрочная корпоративная стратегия развития, учитывающая ключевые факторы, способствующие такому устойчивому развитию.

Таким образом, применение вышеуказанных методов управления способно в перспективе повысить устойчивость предприятий к высокой волатильности отечественной экономики под воздействием экзогенных факторов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абакумов Р.Г. Методика экономического обоснования выбора критерия эффективности управления воспроизводством основных средств организации / Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, 2013. – 111 с.

2. Абакумов Р.Г. Исследование факторов, влияющих на воспроизводство основных средств в условиях инновационного развития экономики / Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, 2016. – 154 с.

3. Диденко Е.С. Управление устойчивым развитием предприятий отраслевого промышленного комплекса в условиях повышенной неопределенности. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Ставрополь, 2022. – 187 с.

4. Тепман Л.Н. Корпоративное управление: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям экономики и управления / М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 239 с.

5. Розанова Н.М. Корпоративное управление: учебник для вузов/ Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 339с.

УДК 336.025

Синица А.Д.

*Научный руководитель Акимова Г.З., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МЕХАНИЗМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ И СОДЕЙСТВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РОСТУ В РОССИИ

Россия, являясь одной из крупнейших экономик мира, должна постоянно поддерживать устойчивый экономический рост. Ключевым фактором эффективного развития является уровень инвестиционной деятельности всех субъектов Российской Федерации. Для выполнения поставленных задач и достижения высоких результатов инвестиционной деятельности необходимо использовать процесс управления, в котором взаимосвязаны все способы воздействия на объект управления.

По данным статистики на сегодняшний день инвестиции в предпринимательской сфере играют значительную роль, активно способствуя её развитию. Также инвестиции способствуют эффективному экономическому росту страны, что отражается в статистических данных. За 2023 и 2022 гг. инвестиции в основной капитал в РФ только увеличивались. В 1 полугодии 2023 года рост составил 7,6% по сравнению с 1 полугодием 2022 года. В номинальном выражении в 1 полугодии инвестиции составили 11 трлн. 625,7 млрд. рублей. Рост данного показателя свидетельствует об эффективной системе государственного стимулирования экономического роста. Такой рост инвестиций вызван большим числом ипотек, взятых в 2023 году, что в свою очередь аккумулировало активность в строительной отрасли. После 2022 года, под воздействием санкций, с российского рынка ушло множество иностранных компаний, что в свою очередь вызвало активный рост предложения со стороны российских компаний. Это также стало фактором, который повлиял на политику импортозамещения в стране, развитие экспортного потенциала, а также на увеличения объемов господдержки в сфере инвестиционной деятельности [1].

Государство непосредственно влияет на стимулирование экономического роста страны посредством различных методов и средств, которые основаны на правовых, организационных и экономических принципах. Для наиболее эффективного использования методов следует принимать во внимание все экономические аспекты, связанные с реализацией инвестиционных проектов [3].

Процесс привлечения инвестиций напрямую связан с удовлетворенностью компаниями и экономикой в-целом со стороны инвестора. Одним из главных критериев в этом вопросе выступает инвестиционный климат России. Данный показатель включает в себя разнообразные составляющие, такие как: экономическая политика, правовая система, коррупция, геополитическая обстановка, поддержка со стороны государства и местных властей, инфраструктура и человеческий капитал. С каждым годом деловая среда в России стабильно развивается и улучшается. Агентство стратегических

инициатив сформировало национальный инвестиционный рейтинг за 2023 год, куда вошли более 30 регионов России. Рейтинг 5-ти наиболее инвестиционно-активных регионов представлен в таблице 1. Белгородская и Челябинская область находятся на 11 месте [3].

Таблица 1 Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ

Место региона	Регион
1 место	Москва
2 место	Республика Татарстан
3 место	Московская область Нижегородская область Тюменская область
4 место	Республика Башкортостан Тульская область Сахалинская область
5 место	Новгородская область Краснодарский край
11 место	Белгородская область Челябинская область

Данный рейтинг составлялся путем анализа большого количества показателей, таких как: регуляторная среда, институты для бизнеса, инфраструктура и ресурсы и поддержка МСП (малый и средние предприятия).

По данным инвестиционного климата можно сделать выводы, какие сферы на сегодняшний день требуют развития и поддержки. Основной упор в сфере управления инвестиционной деятельности идет на 2 следующих направления: [2]

1. Создание и развитие инвестиционного климата;
2. Развитие инфраструктуры поддержки хозяйственных субъектов.

Способы и механизмы влияния на инвестиционную деятельность чаще всего делят на косвенные и прямые методы. В сочетании данные методы позволяют достичь наиболее эффективного экономического развития региона, включая создание благоприятной социальной среды. Государство, как один из ключевых инициаторов мер по стимулированию инвестиций, использует различные механизмы: создание специальных экономических зон, техно- и промышленных парков, концессионные соглашения, предоставление финансовых льгот и финансирование национальных инвестиционных проектов.

Создание особой экономической зоны (ОЭЗ) является одним из эффективных механизмов для привлечения инвестиций. Данная зона

призвана помочь бизнесу снизить издержки, нарастить объемы производства продукции и услуг, а также создать новые рабочие места. Предприятия приобретают ряд конкурентных преимуществ:

1. Упразднение негативного влияния административных барьеров;
2. Увеличение налоговых льгот и таможенных преференций;
3. Снижение цен на аренду и/или выкуп земли;
4. Помощь в реализации инвестиционного проекта, а также его дальнейшее сопровождение.

На сегодняшний день в России функционирует 50 ОЭЗ. За последние 18 лет объем инвестиций составили около 6 трлн. рублей, вложенных инвестиций – более 989 млрд. рублей. Выплаты по налоговым платежам, таможенным отчислениям и страховым взносам составили около 368 млрд. рублей. [4]

Вторым эффективным механизмом в стимулировании инвестиций являются техно- и индустриальные парки. Они способствуют развитию предпринимательства на начальном этапе, и/или развитию существующих компаний. Технопарки обеспечивают особые комфортные условия и инфраструктуры для научно-технической деятельности. Они облегчают предпринимателям работу над новыми проектами, позволяют обмениваться опытом, информацией, а также технологиями.

По данным на 2023 год в России действует около 380 техно- и индустриальных парков, большая часть из них по форме собственности являются около 69% частными, 24% - государственными, а 8% - смешанными.

Концессия является ещё одним способом привлечения частных инвестиций. Под концессией или концессионным соглашением подразумевается партнёрство между государством и частным инвестором, в рамках которого государство предоставляет права пользования компании в течение определенного периода времени. В свою очередь частный инвестор обязуется выполнять ряд условий, прописанных в соглашении. За 2023 год при помощи государственно-частного партнерства (ГЧП) было привлечено свыше 218,3 млрд. руб. [1].

Преимуществами такой формы управления инвестиционной системы являются:

1. Снижение финансовой нагрузки с государства, путем передачи частной компании ответственности за финансирование, строительство, эксплуатацию и управление объектами инфраструктуры или услугами;
2. Концессионное соглашение заключается на длительный срок с чётким юридическим оформлением;

3. Привлечение инвестиций, в том числе иностранных, без риска упустить из вида важные стратегические системы и объекты страны.

К недостаткам данного механизма можно отнести:

1. Слабая валюта;
2. Противоречия интересов сторон договора;
3. Минимальная защита концессионного капитала.

На рисунке 1 представлен механизм взаимодействия государства и частного инвестора в сфере ГЧП.

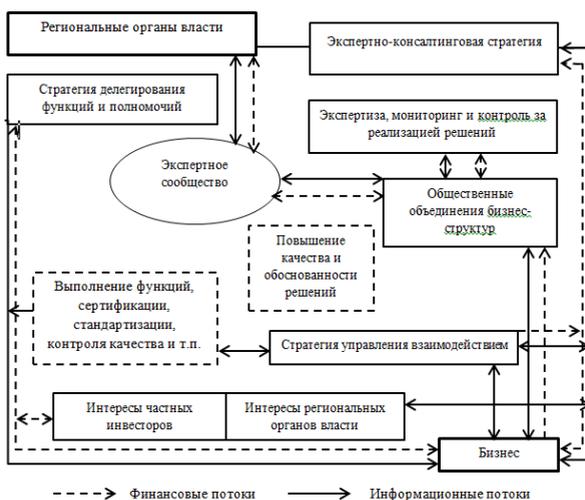


Рис. 1. Механизм взаимодействия региональных органов власти и частного бизнеса для стимулирования инвестиций

При помощи данного механизма органы региональной власти могут наиболее эффективно распоряжаться финансами и ресурсами, а также использовать дополнительные инструменты и ресурсы в регионе. Партнерство между государством и частным бизнесом подразумевает, что для малого и среднего бизнеса будут предоставляться дополнительные льготы и субсидии. Помимо этого, применяют ряд других инструментов. Все это позволяет создать наиболее благоприятный климат для предпринимательской деятельности, за счет чего стимулируется процесс инвестирования в наиболее важные отрасли, а это, в свою очередь, ведет к экономическому росту страны [2].

Подводя итоги, можно сказать, что использование механизмов стимулирования инвестиций в России позволяет плавно и эффективно повышать (сохранять) темпы экономического роста страны.

Привлечение инвестиций на сегодняшний день является ключевой задачей Российской экономики для поддержания и развития, как МСП, так и крупного бизнеса. Государство стремится достичь наиболее благоприятного инвестиционного климата и условий для бизнеса, что в будущем даст возможность создать дополнительные рабочие места и улучшить качество жизни населения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Балдин К. В. Управление рисками в инновационно-инвестиционной деятельности предприятия / К. В. Балдин, И. И. Передедяев, Р. С. Голов. - 6-е изд., стер. – Москва: Дашков и К, 2023. – 418 с
2. Литвиненко И. Л. Система управления региональным развитием на основе инновационно-инвестиционной модели / И. Л. Литвиненко. – Москва : РИОР, 2020. – 204 с.
3. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://asi.ru> (дата обращения (21.04.2024 г.))
4. Особые экономические зоны [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://economy.gov.ru> (дата обращения (21.04.2024 г.))
5. Сероштан, М. В. Формирование и оценка инвестиционного климата на мезоуровне / М. В. Сероштан, Г. З. Акимова, Д. Д. Чернова // Научные труды Белгородского государственного университета им. В.Г. Шухова. – Белгород, 23 ноября 2023 года. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2023. – С. 1559-1563.

УДК 004.056

Смецкой А.И.

*Научный руководитель: Кориак К.С., ст. преп.
Белгородский государственный технологический университет им.
В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

УГРОЗЫ БЕЗОПАСНОСТИ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ОКРУЖЕНИИ

Внедрение цифровых технологий в современное общество стало обязательным явлением, изменяя структуру социально-экономической

системы. Использование информационных технологий и цифровизация сделали автоматизированные системы неотъемлемой частью различных сфер деятельности. Этот процесс не только способствует развитию бизнес-процессов, но и создает новые риски для функционирования предприятий в цифровой реальности [1].

Участники цифрового взаимодействия стремятся к тому, чтобы их конфиденциальная информация и персональные данные были доступны, но при этом надежно защищены от недобросовестного использования. Утечка конфиденциальной информации или нарушение процессов обработки данных может привести к серьезным финансовым и репутационным последствиям [2].

Одной из основных задач является обеспечение безопасности информационных технологий в организациях, где происходит обработка данных. Для этого необходимо активно применять новые технологии для защиты от киберугроз [2].

Для обнаружения и устранения угроз информационной безопасности важно проводить анализ уязвимостей на ранних этапах создания компании. Это помогает обеспечить сохранность данных и создать устойчивую систему защиты. Угроза информационной безопасности представляет собой состояние и факторы, которые могут повлечь за собой нарушение безопасности информации, например, нарушение целостности данных, несанкционированный доступ к информации и ее утечка [3].

Согласно определению стандарта, ISO 27001, информационная безопасность характеризуется защитой конфиденциальности, целостности и доступности управляемой информации [4].

Обеспечение безопасности системы означает [4]:

- Снизить вероятность нарушения параметров безопасности ИТ до приемлемого значения;
- Оперативно определять, когда и в какой части системы это происходит;
- Ограничение ущерба и максимально быстрое восстановление нарушенных требований.

В цифровую эпоху основной проблемой становится обеспечение безопасности данных, особенно в контексте угроз киберпреступников. Кибератака представляет собой целенаправленное вредоносное вторжение человека или организации в информационную систему других лиц или компаний. [5].

Принципы, которым нужно следовать при обеспечении информационной безопасности:

1. Соблюдение требований компании, правил и обязательств.

2. Индивидуальная осведомленность и ответственное использование ресурсов важны для безопасности.

3. Сбалансированность мер безопасности относительно затрат и рисков.

4. Простота и понятность мер безопасности для их эффективного применения.

5. Планирование и интеграция безопасности на начальных этапах деятельности.

Постоянный контроль безопасности. Организациям необходимо активно действовать сейчас, чтобы защитить свои информационные системы в связи с цифровой трансформацией. Создание системы управления информационной безопасностью поможет уменьшить угрозы и кибератаки на предприятии.

Системы информационной безопасности должны быть способными не только предотвращать кибератаки и утечки данных, но и обеспечивать безопасное хранение, передачу и обработку информации. Для этого необходимо использование современных методов шифрования и аутентификации, а также регулярное обновление программного обеспечения и мониторинг уязвимостей.

Важным аспектом обеспечения информационной безопасности является обучение персонала. Сотрудники организации должны быть осведомлены о методах защиты данных, уметь распознавать потенциальные угрозы и правильно реагировать на них. Регулярные тренинги и обучающие программы помогут повысить уровень осведомленности сотрудников и сделать их активными участниками в обеспечении безопасности информации.

Кроме того, важно уделять внимание не только техническим аспектам обеспечения информационной безопасности, но и правовым и этическим вопросам. С учетом регулятивных требований к защите данных и защите персональной информации, необходимо разрабатывать политики безопасности, которые будут соответствовать законодательству и стандартам.

Таким образом, обеспечение информационной безопасности в современном цифровом обществе требует комплексного подхода, который включает в себя технические, организационные, обучающие и правовые меры. Только благодаря совокупности этих методов можно гарантировать сохранность данных и защиту от киберугроз, Следующими аспектами обеспечения информационной безопасности:

1. Мониторинг и анализ активности пользователей. Важно иметь систему, которая отслеживает активность пользователей в сети, определяет аномалии и предупреждает об угрозах. Это поможет

своевременно реагировать на потенциальные атаки и минимизировать ущерб.

2. Резервное копирование данных. Создание регулярных резервных копий информации поможет восстановить данные в случае их потери или уничтожения. Это важная часть стратегии обеспечения информационной безопасности.

3. Обновление оборудования и программного обеспечения. Все устройства и программы должны быть обновлены до последних версий, так как устаревшее ПО и оборудование могут быть уязвимыми для кибератак.

4. Создание четких правил доступа к информации. Для предотвращения утечек данных важно определить, кто и как может получать доступ к конфиденциальной информации. Это поможет контролировать распространение данных и уменьшить риск утечки.

В целом, обеспечение информационной безопасности требует постоянного внимания и усилий со стороны организации. Соответствие всем аспектам безопасности и регулярное обновление политик и технологий поможет защитить данные и обеспечить целостность информации в цифровой эпохе. Технические меры безопасности, такие как шифрование данных, использование сильных паролей, защита сетей и мониторинг активности пользователей, также играют важную роль в обеспечении безопасности информации. Кроме того, соблюдение законодательства и стандартов безопасности, таких как GDPR, HIPAA, PCI DSS и других, также является важным аспектом обеспечения информационной безопасности организации.

Наконец, проведение аудитов безопасности и регулярное обновление процессов и систем помогут минимизировать риски нарушения безопасности и обеспечить надежную защиту информации в цифровой среде, которые могут помочь в обеспечении безопасности информации, включают в себя обучение сотрудников правилам работы с конфиденциальной информацией, установку антивирусного программного обеспечения, использование сильных паролей и двухфакторной аутентификации, регулярные резервные копии данных, шифрование данных и многое другое. Важно создать стратегию безопасности, которая будет соответствовать конкретным потребностям и особенностям вашего бизнеса, чтобы обеспечить максимальную защиту информации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гудкова О.В., Я.Г. Тананыгина. Информационная

безопасность предприятия: угрозы и вызовы в условиях цифровизации // Экономика. Социология. Право. 2020. № 4 (20). С. 9 – 14.

2. Мустафаев А.Г., Кобзаренко Д.Н., Бучаев А.Я. Цифровая трансформация экономики: угрозы информационной безопасности // Beneficium. 2021. № 2 (39). С. 21 – 26.

3. Гринь В.С. Анализ угроз информационной безопасности и каналов утечки информации // StudNet. 2021. № 7. С. 1616 – 1620.

4. Каналиев А.С., Кусаинова У.Б. Риски информационной безопасности // Наука и реальность/Science & Reality. 2022. № 1 (9). С. 121 – 123.

5. Ланецкая А.Ю., Александрова Е.Н. Современные угрозы информационной безопасности // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 7. С. 192 – 195.

6. Актуальные киберугрозы: I квартал 2022 года // Positive technologies. – [сайт]. – URL: <https://www.ptsecurity.com> (дата обращения 01.05.2024).

УДК 336.1

Смецкой А.И.

Научный руководитель: Коршак К.С., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университетим.
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АКТУАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СВЯЗИ С УХОДОМ ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ

Западные компании в России замедляют развитие бизнеса из-за сложностей, дефицита полупроводников и кадров. Государство поддерживает отечественные ИТ-компании, участвующие в цифровизации экономики, и уже формируется облик будущего рынка.

Первоначальные тревожные мысли о потере западных партнеров быстро ушли в прошлое. Все компании в области информационных технологий немедленно начали искать альтернативные источники поставок, новых поставщиков и ускорили разработку собственных продуктов. Крупные ИТ-компании готовятся к выходу на мировой рынок собственных продуктов, переводя внутренние разработки для своих холдингов в широкомасштабные решения. Интеграторы, специализирующиеся на внедрении готовых ИТ-решений, налаживают новые отношения с поставщиками и производителями, расширяя возможности каждого партнера за счет сотрудничества, и начинают предоставлять услуги заказчикам по модели "все как услуга" (XaaS).

Например, стратегическое партнерство между Nuance Communications, компанией, создающей приложения для речи и искусственного интеллекта, и Microsoft, направленное на борьбу с профессиональным выгоранием у врачей, является ярким примером сотрудничества, приносящего выгоду обеим сторонам.

Оригинальный прогноз предполагал, что рынок управляемых услуг в России будет увеличиваться на 9% ежегодно до 2025 года, однако на сегодняшний день видно, что рост будет еще более значительным [2].

Сокращение доли западных вендоров способствует росту нишевых и средних компаний, системных интеграторов и сервис-провайдеров. Компании активно ищут новые приоритеты и бизнес-модели, что приводит к увеличению объема сделок M&A. Они стремятся к финансовой и технологической синергии, а также расширению портфеля актуальных продуктов.

Рост сложности кибератак и дефицит квалифицированных специалистов в области кибербезопасности увеличивают спрос на услуги внешних провайдеров ИБ-услуг по модели безопасности как сервис [1].

Импортозамещение стало неотъемлемым процессом для всех компаний в сфере информационных технологий в России. После приостановки деятельности западных вендоров, которые ежегодно зарабатывали более 700 миллиардов рублей на российском рынке, отечественные компании готовы увеличить свою долю. Заметен рост спроса на отечественные решения уже в первые дни санкций, который составил 300% [3].

Комплексные услуги "под ключ", включающие экспертный выбор отечественных или OpenSource-решений, тестирование, миграцию, пилотное внедрение, доработку и поддержку, становятся все более востребованными. Accenture и фонд "Сколково" планируют увеличить долю использования OpenSource-продуктов в российских компаниях до 90% к 2026 году [2].

Один из сценариев развития цифровой экономики связан с установлением партнерства с производителями из стран, поддерживающих сотрудничество с Россией. Это может проявиться в локализации производства и заключении стратегических соглашений с крупными международными компаниями.

Сфера разработки программного обеспечения, ключевая для цифровой трансформации бизнеса, также подвергается изменениям. Недосток квалифицированных специалистов, длительные циклы разработки, высокие затраты на инструменты — все это стимулирует

развитие технологий, которые требуют меньше ресурсов, таких как Agile/DevOps, TestOps, LowCode/NoCode. Прогнозируется, что к 2026 году более 40% организаций будут использовать платформы LowCode для создания приложений, вложив в развертывание меньше усилий.

Для решения проблемы с кадровым дефицитом предлагается активно использовать аутсорсинг разработки и тестирования ПО и аутстаффинг. Также важным становится использование OpenSource-платформ и создание аналога GitHub в России.

На российском рынке облачных сервисов была замечена приостановка деятельности гиперскейлерами Microsoft Azure и AWS. Их доля составляла около 7,1% и оценивалась в 3,3 миллиарда рублей [2]. Это открывает возможности для российских облачных провайдеров, особенно тех, кто предлагает миграцию на платформы, построенные на технологиях OpenStack.

Стремление к уменьшению технологической зависимости от западных поставщиков ускорит рост спроса на облачные сервисы. Особенно востребованными для бизнеса станут услуги, позволяющие перейти на гибридные и мультиоблачные среды, объединить несколько локаций в одну виртуальную среду для компании, а также использовать виртуальные рабочие столы VDI на персональных устройствах с централизованным управлением. Множество облачных сервисов направлено на потребности разработчиков ПО, помогая ускорить разработку и выпуск новых продуктов на рынок с использованием облачных ресурсов (Cloud-Native и микросервисные приложения), разработку облачных решений (Cloud Development) и управление контейнеризированными приложениями (Kubernetes) [5].

Для бизнеса во всех отраслях важны операционная устойчивость, демократизация идей и принятие решений на основе данных. Широкий выбор инструментов для продвинутой аналитики помогает предприятиям улучшить финансовые результаты и сократить время окупаемости продуктов. Использование технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining) помогает компаниям повысить клиентский опыт через создание цифрового профиля клиента и ускорить вывод новых продуктов на рынок.

Развитие цифрового консалтинга стимулируется ускорением цифровизации в государственном секторе и госкомпаниях. Государственные органы предоставляют дополнительные механизмы для повышения гибкости и управления проектами и изменениями.

С учетом необходимости продолжать работать в условиях нестабильности внешних партнеров, услуги ИТ-консалтинга, включая аудит ИТ-инфраструктуры, анализ соответствия лучшим практикам и

управление архитектурой и активами, остаются востребованными. В ближайшие 3-5 лет российский рынок ИТ-услуг планируется увеличиваться на 4-5% ежегодно, особенно в сегменте клиентоориентированных услуг, направленных на создание ценности и достижение бизнес-результатов [1].

Следовательно, у ИТ-консультантов будет повышаться спрос на специалистов с глубокими знаниями в области аналитики данных, искусственного интеллекта, интернета вещей и других инновационных технологий. Те консультанты, которые смогут продемонстрировать свою экспертизу и предложить клиентам реальные решения для достижения их стратегических целей, будут востребованы и успешны на рынке ИТ-консалтинга. Кроме того, важным навыком для ИТ-консультантов будет умение коммуницировать с клиентами и объяснять сложные технические концепции простым и понятным языком.

Также востребованы будут специалисты с опытом внедрения и поддержки информационных систем, а также умеющие работать в команде и адаптироваться к быстро меняющейся среде ИТ-технологий.

В целом, профессия ИТ-консультанта предполагает постоянное обучение и развитие, чтобы быть в курсе последних трендов и инноваций в сфере информационных технологий. Только так специалист сможет эффективно решать задачи клиентов и оставаться конкурентоспособным на рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Интенсивные кибератаки и нехватка программистов: ИТ-тренды 2022 года [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru> (дата обращения 10.05.2024)

2. Трофимов, В.В. Информационные технологии в 2 т. Том 2: учебник для вузов / В. В. Трофимов; ответственный редактор В. В. Трофимов. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 390 с.

3. Данелян, Т.Я. Информационные технологии в налоговом администрировании / Т.Я. Данелян. - М.: Ленанд, 2019. - 264 с.

4. Михеева, Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебное пособие / Е.В. Михеева. - М.: Academia, 2019. - 61 с.

УДК 347.23:004.93

Смецкой А.И.

Научный руководитель: Коршак К.С., ст. преп.

Белгородский государственный технологический университет им.

им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В современном мире человечество сталкивается с ростом объема обрабатываемой информации, что делает информационные технологии (ИТ) неотъемлемой частью различных сфер нашей жизни, включая защиту объектов интеллектуальной собственности (ИС).

Динамичное развитие инновационной деятельности и создание новых технологий требуют изменения политики в области информационной безопасности и развития управления информационными системами. Различные организации и частные лица внимательно следят за вопросами патентования, авторских прав и лицензирования программного обеспечения, что вызывает обсуждения на различных уровнях. Государства должны создавать условия для исследований и разработок, направленных на защиту интеллектуальной собственности, чтобы обеспечить свое будущее развитие.

На данный момент вопросы обеспечения безопасности информационных систем в сфере информационных технологий изучаются в основном с точки зрения законодательства. Поскольку информационные технологии широко проникают во все сферы деятельности, все чаще возникают проблемы с нарушением прав доступа к информационным системам. В связи с этим, в настоящее время рассматриваются исследования, направленные на разработку методов защиты прав доступа к информационным системам с использованием информационных технологий. Это представляет интерес с точки зрения как науки, так и практики, поэтому важно изучить области, методы и технологии применения информационных технологий в области защиты информационных систем.

Объектом исследования является использование информационных технологий в области защиты объектов информационных систем. Цель

работы заключается в анализе и обобщении информации о применении ИТ для защиты объектов информационных систем. Большая советская энциклопедия рассматривает два понятия собственности: как гражданско-правовой институт и как имущество. Гражданско-правовой институт собственности включает в себя нормы, регулирующие экономические отношения собственности в рамках гражданского права, а собственность как имущество - сам объект собственности, принадлежащий кому-либо на праве собственности [1].

Сфера регулирования правоотношений в Интернете сильно перекликается с областью авторского права. Хотя размещение охраняемых авторским правом объектов в сети не отменяет их защиты, Интернет предоставляет возможности для несанкционированного использования и распространения таких объектов. На данный момент не существует полного законодательства, регулирующего отношения в Интернете, что затрудняет урегулирование конфликтов, происходящих в сети. Пользователи должны получать письменное разрешение от законных владельцев перед публикацией, использованием и воспроизведением информации, охраняемой авторскими правами. К сожалению, это не всегда соблюдается.

В сети Интернет найдется множество материалов, которые могут быть скопированы и использованы без согласия автора или правообладателя. Это касается книг, статей, фотографий, аудио и видео материалов. Для того чтобы защитить авторские права, применяются специальные метки и цифровые водяные знаки, которые помогают контролировать использование информации.

Технология блокчейн также может быть использована для защиты интеллектуальной собственности. Она позволяет отслеживать все действия с объектом, начиная от его создания и заканчивая его использованием или передачей прав на него.

DLP-системы предназначены для защиты информации от утечек или потерь. Они анализируют передаваемую информацию и могут предотвратить случаи несанкционированного распространения.

Цифровые подписи также являются эффективным способом защиты информации. Они позволяют проверить целостность электронного документа и обнаружить любые изменения.

С развитием информационных технологий становится все важнее обеспечить защиту интеллектуальной собственности. Традиционные методы защиты уже не так эффективны, поэтому сейчас актуально использование современных технологий для защиты и контроля использования интеллектуальной собственности.

Нарушения авторских прав оказывают негативное влияние на

экономику и развитие инноваций. Когда создатели контента не получают заслуженную прибыль за свои работы из-за незаконного использования их материалов, это может отпугнуть других талантливых людей от вложения своего времени и ресурсов в разработку новых идей. Кроме того, подвергание себя риску нарушения авторских прав может привести к утрате доверия в интеллектуальном сообществе и ущемлению прав инноваторов.

Чтобы содействовать экономическому развитию и стимулировать инновации, необходимо соблюдать этические принципы при использовании информации и защите интеллектуальной собственности. Это означает уважать права создателей контента, не копировать или распространять материалы без разрешения, а также активно бороться с нарушениями авторских прав. Благодаря соблюдению этих принципов возможно создание благоприятной среды для инноваций и развития новых технологий, что в свою очередь способствует улучшению экономики и повышению общего уровня жизни.

Защита интеллектуальной собственности и соблюдение авторских прав помогают поддерживать конкуренцию на рынке и обеспечивают стимул для инноваций и творчества. Когда создатели уверены, что их интеллектуальная собственность защищена, они более склонны вкладывать средства и усилия в развитие новых продуктов и услуг, что в конечном итоге способствует экономическому росту.

Поэтому важно осознавать значимость соблюдения авторских прав и интеллектуальной собственности для развития общества и создания благоприятной среды для инноваций. Соблюдение этических принципов и защита авторских прав — это не только правовая обязанность, но и важный шаг к обеспечению устойчивого и успешного развития различных отраслей экономики.

Одной из важнейших задач в области защиты интеллектуальной собственности и обеспечения информационной безопасности является обучение сотрудников и пользователей правилам использования информации. Необходимо проводить обучающие курсы и семинары, чтобы повысить осведомленность людей об опасностях нарушения авторских прав и защиты данных. Кроме того, существует необходимость в разработке и внедрении новых технологий для защиты информации. Это включает в себя разработку программных и аппаратных средств для обнаружения утечек данных, криптографических методов шифрования информации и систем идентификации пользователей. Новейшие технологии, такие как искусственный интеллект и машинное обучение, также могут быть применены для улучшения безопасности информационных систем.

Важной частью защиты интеллектуальной собственности является также международное сотрудничество и разработка единой стратегии по борьбе с нарушениями авторских прав. Только через совместные усилия государств и международных организаций можно эффективно бороться с пиратством и незаконным использованием интеллектуальной собственности.

Таким образом, защита интеллектуальной собственности и обеспечение информационной безопасности являются актуальными вызовами современного мира, требующими комплексного подхода и использования современных технологий. Без обеспечения безопасности информационных систем и защиты авторских прав невозможно обеспечить стабильное социально-экономическое развитие и инновационное прогрессирование общества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Большая советская энциклопедия / Глав. ред. А. М. Прохоров. М.: Сов. энциклопедия. 1969–1978. Т. 24.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (ред. от 26.07.2019) // Система КонсультантПлюс.
3. Конахович, Г.Ф. Компьютерная стеганография. Теория и практика / Г.Ф. Конахович, А.Ю. Пузыренко. М.: Мк-Пресс. 2006. 288 с.
4. DLP-системы // СёрчИнформ. URL: <https://searchinform.ru> (дата обращения: 11.05.2024).

УДК 338.984

Сподо В.П., Каминская А.В.

Научный руководитель: Жудро Н.В., канд. экон. наук, доц.

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь

КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Прогноз социально-экономического развития России на 2022-2024 годы был разработан в условиях восстановления экономики после пандемии коронавируса и введения западных санкций. Совместная работа правительства и парламента позволила преодолеть спад и способствовать дальнейшему восстановлению [1].

Для развития человеческого капитала были запущены национальные проекты в сферах демографии, здравоохранения, образования, жилищного строительства, экологии и культуры. Их целями являются рост населения, сокращение эмиграции, увеличение занятости, повышение продолжительности жизни, рост доходов и улучшение жилищных условий.

Также реализуются проекты по повышению производительности труда, поддержке занятости, развитию цифровой экономики и предпринимательства. Они направлены на создание условий для самореализации граждан, вознаграждение квалифицированного труда и раскрытие талантов [2].

Таким образом, правительство стремится обеспечить восстановление экономики и улучшить качество жизни населения через комплекс национальных проектов в социальной сфере и поддержку трудовых ресурсов.

Развитие образования играет ключевую роль в раскрытии способностей людей, повышении благосостояния общества. Россия лидирует по уровню грамотности и успехам школьников на международных олимпиадах. Однако необходимо усилить практическую составляющую образования, научить применять знания на практике.

Высшее образование стало нормой, по данным исследований, в 2017 г. в России порядка 90% родителей хотели, чтобы их дети поступили в вузы., но важно развивать не только ведущие, но и региональные вузы, стимулировать экспорт образовательных услуг. Учитывая быстрые технологические изменения, нужно создавать условия для непрерывного обучения взрослых. Каждый российский работник в среднем повышает свою квалификацию раз в пять лет, а с учетом международного опыта этот показатель должен быть в 2—3 раза выше.

Цифровизация образования помогает выравнивать доступ к нему. Онлайн-ресурсы и дистанционное обучение должны стать нормой.

В здравоохранении приоритетом является обеспечение доступности первичной медпомощи. Развивается персонализированная медицина с учетом особенностей пациентов. Необходимо гарантировать равный доступ к медуслугам и лекарствам, особенно для уязвимых групп.

Как и в образовании, критически важна цифровизация здравоохранения, которая пока идет медленно с региональными различиями.

В социальном государстве благополучие граждан - основа конкурентоспособности, так как влияет на качество жизни, производительность и человеческий капитал. Преодоление бедности остается главной задачей развития, ее уровень снизился с 30% в 1990-х до 13,2% в 2017 году.

Экономическое развитие представляет собой процесс создания, диверсификации и поддержания подходящей экономической, социальной и политической среды, которая может обеспечить устойчивый рост, способствующий росту благосостояния общества.

Проблемы в экономическом развитии России существуют и в настоящее время. Более того, они тесно связаны с социальным развитием. На сегодняшний день одной из основных проблем является коррупция. Это понятие существовало и существует практически во всех странах мира независимо от политического развития и различается лишь масштабами. Рост теневой экономики приводит к сокращению налоговых поступлений в государственный бюджет. Это, в свою очередь, ведет к снижению качества предоставляемых государством услуг и благ для населения [3].

Кроме того, коррупция способствует завышению стоимости государственных закупок и необходимости дополнительных расходов на коррупционные правонарушения, что стимулирует рост инфляции. Как следствие, наблюдается снижение уровня жизни населения, социальное неравенство, снижение реальных доходов и обесценивание личных сбережений.

Санкции стали еще одной серьезной проблемой, негативно влияющей на социально-экономическое развитие России. Особенно ощутимы финансовые и технологические ограничительные меры. Финансовые санкции существенно осложнили или вовсе сделали невозможной торговлю для многих российских компаний, а ряд зарубежных фирм полностью ушли с российского рынка.

Банкам запрещено проводить клиринговые платежи и содействовать движению денежных средств в ключевых доходных отраслях российской экономики, таких как нефтяная и энергетическая отрасли. При этом не столь сильно влияет глубина падения цен, сколько стремительность их снижения [4].

Запрет на экспорт и импорт высокотехнологичных товаров и комплектующих, а также транспортных средств, также сильно ударили по экономике, но можно и отметить положительные аспекты. К негативным можно отнести замедление темпов роста ВВП, сокращение поступления товарных инвестиций, увеличение отчислений из бюджета для развития отраслей, которые попали под санкции, снижение уровня

жизни населения и конкурентоспособности страны на мировой арене. А к положительным отнесём развитие отечественного производства и открытие новых торговых путей.

Таким образом проблемы экономического и социального развития находятся под строгим контролем государства. Совместная работа правительства и парламента позволила преодолеть спад и способствует дальнейшему восстановлению социального и экономического секторов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Матвиенко В.И. Постановление № 436-СФ «О прогнозе социально-экономического развития Российской Федерации на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов» - Москва. - 6 октября 2021 года.
2. Медведев Д. А. Вопросы экономики. 2018. № 10. С. 5-28.
3. Казанцев С.В. Антиросийские санкции-вчера и сегодня // Всероссийский экономический журнал ЭКО. 2015.№3 (489). С.63-78.
4. Павлова И.П. Антиросийские санкции и их последствия // Актуальные проблемы экономики и управления. 2019. №4. С.133-139.

УДК 338.001.36

Сребняк Р.Р.

***Научный руководитель: Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия***

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

От способности адаптироваться к стремительно меняющимся условиям современного рынка зависит не только преуспевание любого предприятия, но и сам факт его долговременного существования. С каждым годом в мире делается все больше открытий в различных сферах, и предприятие, которое стремится к первенству в конкурентной гонке, обязано отслеживать появление инноваций и уметь грамотно их адаптировать для своей деятельности.

«Инновация – это новый продукт, новый способ или метод деятельности, основанный на достижениях науки, передового опыта, способный повысить эффективность производства или качества выпускаемой продукции» [1].

Существуют различные методы внедрения инноваций, среди которых наиболее выделяются принудительный и метод адаптивных отклонений.

Применение первого метода обусловлено отсутствием времени на проверку приживаемости тех или иных инноваций. Принудительный метод внедрения инноваций характеризуется некоторой степенью отторжения со стороны коллектива предприятия, а также сопряжен со множеством рисков.

Второй метод применяется при наличии большого количества времени и связан с постепенным внедрением инновации «по частям» для того, чтобы дать ей прижиться. Он также позволяет регулировать процесс внедрения, «обкатывать» те или иные изменения и менять по ходу дела процесс под обстоятельства.

Для оптимизации процесса внедрения инноваций в деятельность предприятия следует придерживаться некоторых рекомендаций, которые минимизируют риски принятия поспешных решений и позволят подобрать наиболее оптимальный способ реформирования деятельности под новые реалии:

- проанализировать деятельность компании, отдельно акцентируя внимание на слабых сторонах в деятельности и концентрируясь на факторах, снижающих прибыль;

- выделить необходимый объект инновации, таковым могут быть: новый продукт, реформирование системы производства, изменение управленческой структуры предприятия, внедрение новых форм и методов бухучета и др.

- обсудить вопрос внедрения инновации с подчиненными, выявить положительные и отрицательные тенденции среди работников предприятия касательно нововведений;

- обеспечить всесторонний анализ и взаимодействие с внешней средой: мониторинг динамики рынка, анализ потребностей, обеспечение обратной связи со стороны работников предприятия и потребителей;

- контролировать результаты деятельности при постепенном внедрении инновации с корректировкой деятельности под изменяющиеся обстоятельства.

Также крайне важным фактором является наличие финансового и временного резерва. Время и капитал как ресурс должны быть в избытке и служить «подушкой безопасности» в случае наступления непредвиденных обстоятельств [2].

Говоря об инновациях, также часто выделяют необходимость наличия трех основных авторов для их успешного внедрения [3]:

1. Автор – разработчик изначальной идеи и концепции инновации.

2. Аналитик – человек, либо группа лиц, способных проанализировать особенности рынка и тенденции развития современной науки и экономики. На основании анализа разрабатывается наиболее оптимальный путь внедрения инновации в экономическую деятельность.

3. Попечитель – гарант обеспечения ресурсами для полноценной разработки инновации, ее «обкатки», с дальнейшим внедрением с минимальным риском. Чаще всего это заинтересованное лицо в виде крупной корпорации, либо государство.

По результатам исследования за 2022 год, с 2015 по 2020 год Россия показывала достаточно стремительные результаты развития по ресурсам инноваций, но значительно потеряла позиции по их результатам (рис. 1).

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Глобальный инновационный индекс	48	43	45	46	46	47
Ресурсы инноваций	52	44	43	43	41	42
Результаты инноваций	49	47	51	56	59	58

Рис. 2. Динамика позиций России в рейтинге Глобального инновационного индекса (ГИИ) [4]

Российская экономическая система достаточно слабо развита в плане институциональных механизмов регулирования. В частности, согласно рейтингу ГИИ она находится на 105 месте по качеству регулирования и 114 по верховенству права.

Также достаточно мало развита инфраструктура по направлениям экологической устойчивости (101 место), энергоэффективности (115 место) и сертификации ИСО 14001 (106 место). Существуют явные проблемы по направлению инвестиций (106 место) и доступности микрофинансирования (77 место).

Существует явный пробел в сфере компаний, имеющих собственные образовательные программы (91 место).

Однако это все совокупность внешних факторов, исправление которых требует совместных усилий со стороны общества в целом и внедрения соответствующих государственных механизмов регулирования. Для того, чтобы предприятию минимизировать риски при внедрении инноваций и снизить влияние вышперечисленных факторов на свою инновационную деятельность, требуется провести всестороннюю оценку эффективности внедрения инновации.

В качестве одного из подходов для оценки инновационной

деятельности предприятия можно выделить подход, основанный на системе «человек – машина – среда» (СЧМС) [5].

Данная система состоит из нескольких частей.

Первая - это машина. Она представляет собой совокупность средств, предназначенных для производства благ и обеспечения человеческих потребностей

Вторая составляющая – человек. Это оператор машины.

Третья часть – это среда. Среда делится на окружающую и социальную.

Окружающая среда представляет собой совокупность материальных ресурсов, используемых для изготовления продукта, а также энергоресурсы, которые применяются для его производства.

В социальной среде формируются специфичные социально-экономические и политические общественные отношения. Данная среда представляет собой систему выработки идей (инноваций), что обеспечивает развитие общества.

Инновации влияют на систему «человек – машина». Внедрение инноваций в производственный процесс в случае их успешного результата влияет на всю социально-экономическую систему в целом.

Оценка эффективности инновационной деятельности предприятия (g) состоит из:

- социальной эффективности (α);
- экономической эффективности (λ).

Социальная оценка производится по формуле

$$a = \frac{n}{N}$$

где n – число положительных отзывов на внедренную инновацию;
N – общее число опрошенных.

Оценка экономической эффективности значительно сложнее и учитывает больше переменных (рис. 2).

№	Элементы структуры СЧМС	Факторы, влияющие на внедрение ИТР	Параметры (рубли)	Единица измерения параметра
1.	Ч	Человек – внедряющий инновацию на производстве	Цена внедрения X_1	K_n
2.	М	Производство, на котором внедряется идея	Цена производства X_2	K_m
3.	И	Инновация	Цена идеи X_3	K_n
4.	Р	Ресурсы необходимые для внедрения идеи	Цена ресурсов X_4	K_p
5.	Э	Энергозатраты	Цена энергозатрат X_5	K_e
Итого уровень затрат на инновационно-технологическое развитие				F

Рис. 3. Показатели инновационного развития

Как можно заметить, проведение анализа эффективности

внедрения инноваций достаточно сложный и трудоемкий процесс. В совокупности с влиянием внешней среды на работу предприятия, а также стремительным развитием научно-технического прогресса для того, чтобы быть достаточно устойчивым в условиях современного рынка, предприятия должны разработать и принять на вооружение комплекс мер, благодаря которым можно будет регулировать собственную инновационную деятельность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Минеев, Н.В., Матыцина, Н.П. Роль внедрения инноваций в деятельность организаций в современных условиях / Н.В. Минеев, Н.П. Матыцина // Символ науки. – 2022. №11-2. – С. 21-24.
2. Сомина И.В. Структурирование показателей экономической эффективности инновационных процессов на макро- и мезоуровне / И.В. Сомина // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2015. – № 6. – С. 277-280.
3. Мошкович, Б.Е. Пути внедрения инноваций в современном мире / Б.Е. Мошкович // Устойчивое развитие: исследования, инновации, трансформация. – 2022. – С. 1201-1218.
4. Мошкович, Б.Е. Теоретико-методологический и практические аспекты проблем при внедрении инноваций / Б.Е. Мошкович // Вестник МФЮА. – 2022. – №1. – С. 98-114.
5. Дубровина, Н.А., Чертыковцев, В.К. Количественная оценка эффективности внедрения инноваций на производстве / Н.А. Дубровина, В.К. Чертыковцев // Вестник Самарского университета. – 2020. – №1. – С. 19-23.

УДК 338.984

Суходольская Д.В.

Научный руководитель: Сорокина А.И., канд. пед. наук, доц.

Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь

USING BENCHMARKING IN BUSINESS PLANNING AS A COMPETITIVENESS STRATEGY

The main economic problems of modern companies include cost and resource management issues, high market competition, changing nature of consumer demand, economic environment instability, risks of international trade, inefficient human resource management and so on. Solving these

problems requires a comprehensive approach, market situation analysis and making strategic decisions.

Many successful companies use benchmarking as a solution to the issue of intense competition. Benchmarking is a process of comparing and analyzing performance, efficiency and quality indicators of an organization with the results of other companies, with the aim of improving practices and achieving better results. The founder of this methodology is considered to be Robert Camp, who defend the English word "benchmark" as a standard, indicator or reference point. The benchmark within this methodology is represented by partners, competing companies or leading companies distinguished by successful business operations in the market [1]. One of the first companies to apply benchmarking was Rank Xerox. In the 1970s, to restore its competitiveness, the company compared its key performance indicators with those of competitors like Kodak and Canon on various parameters, which allowed it to optimize business processes and become a leading enterprise in its market segment [2].

Benchmarking is used in the following situations:

- When making decisions about the strategic development of a company in order to increase its efficiency.
- When it is necessary to set key performance indicators (KPI) based on the indicators of a benchmark company.
- When it is necessary to show the initial business idea of a potential product, which is especially important for startups in need of financing.
- When an organization is in a crisis situation and needs to develop new strategies and ways of development.

The areas of application of the benchmarking can be any areas related to both commercial and non-commercial structures: manufacturing, business, e-commerce, IT sphere, government organizations, medicine, HoReCa. In production benchmarking is used to improve production efficiency. In e-commerce, benchmarking is used to track current trends and popular product categories. In IT and web spheres benchmarking is used to promote various applications, websites, quality, lifecycle, functionality of services and products in comparison with competitors' indicators. In the hotel and restaurant business (HoReCa) sector benchmarking can also evaluate customer satisfaction with the quality of service, expenses on purchasing products, staff turnover and benefits. In the medical field benchmarking allows to assess the degree of patient satisfaction with service quality, recovery time in the postoperative period, etc.

The use of benchmarking, regardless of its type, involves the use of various technologies and tools. Benchmarking tools include surveys,

assessment sheets and matrices. Technologies and models used in benchmarking include:

- Comparative analysis: comparing the key indicators of certain company with those of competitors or market leaders. This can involve analyzing financial performance, production efficiency, product quality, etc.

- SWOT analysis: analysis of the strengths and weaknesses of a company, as well as the opportunities and threats it faces. This tool helps to identify areas that need improvement.

- Quality audit: checking the quality of a company's products or services and comparing it with competitors.

- Market research (competitive analysis): studying market trends, customer needs and competitor strategies to identify best practices and growth opportunities.

- Data assessment, processes monitoring.

- CAF and EPUS: models used by government agencies to conduct a comprehensive assessment of management quality and the overall work of the entire structure and its improvement;

- EFQM: a model that allows optimizing the quality of management decisions;

- PDCA: Deming-Shewhart model based on continuous improvement of business processes in the sequence: planning (plan), implementation (do), verification (check), impact (act) [3];

- Application of management methods: conducting surveys, tests, creating focus groups, crowdsourcing, etc.;

- Environmental assessment, including monitoring customer satisfaction, quality of service system, etc.;

- Computer forecasting.

The main stages of conducting benchmarking are:

- 1) defining the goals and fields of benchmarking;

- 2) searching and selecting samples (standards) for comparison;

- 3) collecting data;

- 4) analyzing the information received and identifying the differences;

- 5) developing and implementing an action plan;

- 6) evaluating and monitoring the results of implemented changes.

When using benchmarking in evaluating its performance the company is guided by the principles of reciprocity, analogy, measurability and reliability. It means that comparative analysis is characterized by agreements on cooperation and exchange of experience between partner organizations, the use of actual documented indicators, conducting a comparative analysis of processes similar in nature and the application of measurable indicators.

By comparing its performance with the best practices and results of competitors, a company is able to set realistic goals and expectations for its future development, identify optimal strategies and tactics for improving the organization's operations, improve its market position, increase profits and reduce costs, etc. At the moment, many countries practice comparative analysis at the state level. For example, the USA and Japan, where special intermediary firms are created to study the market and select benchmark companies [4]. Thanks to the application of benchmarking, such companies as Ford and General Motors were able to analyze the activities of their competitors and find alternative methods of quality and safety management, taking a leading position in terms of sales. By using functional benchmarking, the pharmaceutical company Нижфарм reorganized its approach to merchandising, improved its product placement system, chose more relevant business model and improved working standards.

The objects of benchmarking research typically include [5]:

- Products and services: product range, quality, visual appeal;
- Financial indicators: profitability and return on investment;
- Business processes: production processes and technologies, best practices in the field of production; ways to improve product quality, reduce costs and optimize production processes; marketing and logistics; customer service, methods to improve customer interaction and loyalty;
- Strategies: competitors' strategies, studying the best practices in the industry, ways to confront competitors, brand awareness, company reputation;
- Innovations and technologies;
- Staff: personnel management, the degree of employee satisfaction.

As human capital is the main asset of any company, inefficient personnel management is another vital issue of modern organizations. In this regard, HR benchmarking allows to evaluate the staff efficiency, therefore, influence the company's competitiveness. The main indicators of HR benchmarking comparison include training and development costs, staff turnover, recruitment and employee adaptation time, methods of employee motivation, etc. After the assessment is conducted, the most preferred methods of personnel management are applied, which include the use of modern approaches to recruitment and selection of staff, assessment of the competencies and potential of candidates, as well as the use of methods for evaluating and managing staff productivity. Currently, the most popular methods for managing and developing project teams include Agile, Waterfall, Scrum, Kanban, PRINCE2, Six Sigma, the Critical Path Method, and the Rational Management Method [6]. In addition, HR benchmarking allows to improve and implement various technologies used in recruiting and

developing project teams: the use of specialized software products for personnel management, online platforms for testing and assessments, as well as employee training and developing systems.

Thus, the use of benchmarking in business planning is a necessary tool for building a successful and competitive company development strategy. It allows to identify business weaknesses, determine areas for improvement and make informed decisions based on best practices in the industry.

REFERENCES

1. Website Ozlib [Electronic resource]. – Mode of access: ozlib.com/87477/ekonomika/benchmarking. – Date of access: 11.05.2023.
2. Website Тренды [Electronic resource]. – Mode of access: <https://trends.rbc.ru> – Date of access: 11.05.2023.
3. Website Zaochnik [Electronic resource]. – Mode of access: <https://zaochnik.com>. – Date of access: 11.05.2023.
4. Website Delovoy profil [Electronic resource]. – Mode of access: <https://delprof.ru> – Date of access: 13.05.2023
5. Website Корпоративный менеджмент [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.cfin.ru> – Date of access: 13.05.2023.
6. Website ProductLab [Electronic resource]. – Mode of access: <https://pmservices.ru> – Date of access: 15.05.2023.

УДК 001.895

Тилишкин П.А.

*Научный руководитель: Сероштан М.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

Сегодняшняя реальная экономическая ситуация обуславливает необходимость укрепления конкурентных преимуществ экономических субъектов, в том числе, малого бизнеса, что зависит, в первую очередь, от их инновационной активности.

Вместе с тем, нужно отметить, что в современных условиях на субъекты малого предпринимательства постоянно воздействуют многочисленные факторы, которые сдерживают их инновационную активность. Это связано с тем, что растет конкуренция на глобальном уровне, до сих пор продолжают проявляться отрицательные

последствия пандемии «COVID-19», усиливаются экономические санкции относительно национальной экономики.

Кроме того, повышаются требования к качеству выпускаемой продукции. Цифровая трансформация приводит к ускорению бизнес-процессов. Все это требует финансовых и человеческих ресурсов, дефицит которых ощущается во многих организациях.

Увеличение инновационной активности будет способствовать росту объемов выпуска инновационных товаров и производительности труда [2].

Поэтому исследование факторов, сдерживающих инновационную активность, и разработка направлений совершенствования их инновационной деятельности применительно к субъектам малого бизнеса с учетом его особенностей является актуальной повесткой.

В качестве показателя для оценки инновационной активности Росстат использует ее уровень, который определяется как отношение числа инновационно-активных организаций к общему числу обследованных организаций, которое выражается в процентах [8].

Этот же показатель установлен международными рекомендациями по статистическому измерению инноваций, которые применяются ОЭСР совместно с Евростатом.

Таким образом, использование этого показателя позволяет проводить оценку вовлеченности множества организаций в инновационные процессы.

На рис. 1 показана динамика уровня инновационной активности российских организаций крупного и среднего бизнеса и субъектов малого бизнеса в 2015-2021 годах.

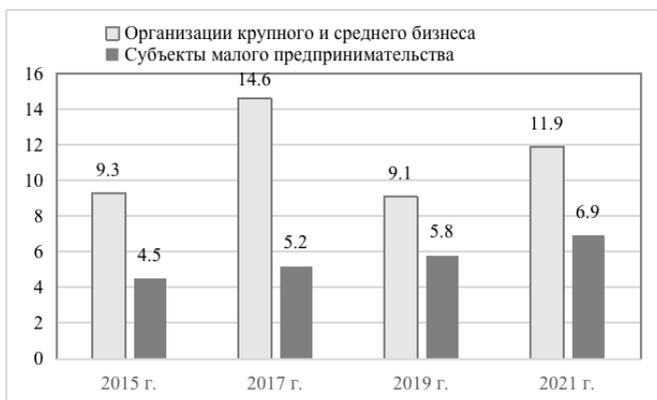


Рис. 1. Динамика уровня инновационной

активности организаций в сфере крупного и среднего бизнеса и малого предпринимательства в 2015-2021 гг., %

Диаграмма, показанная на рис.1, составлена автором на основе официальной статистики [8].

Динамика инновационной активности организаций крупного и среднего бизнеса характеризуется неустойчивостью. Так, в 2017 году против 2015 года произошел значительный рост показателя – в 1,6 раза. Затем, в 2019 году против 2017 года, наблюдается значительное его падение – также в 1,6 раза, что связано было с пандемией. В 2021 году произошло восстановление инновационной активности – показатель достиг 11,9 %. В исследуемом периоде с 2015 года по 2021 год наблюдался рост в 1,3 раза.

В отношении субъектов малого бизнеса иная ситуация. С 2015 по 2021 год отмечается положительная динамика.

Уровень инновационной активности субъектов малого предпринимательства в 2015-2021 гг. колебался в пределах от минимального (4,5 %) в 2017 году до максимального (6,9 %) в 2021 году. Ежегодно наблюдался прирост этого показателя по сравнению с предыдущим годом на величину от 0,6 до 1,1 процентных пунктов. За весь период исследования, с 2015 года по 2021 год уровень инновационной активности в сфере малого бизнеса увеличился в 1,5 раза.

Несмотря на положительную динамику, по уровню инновационной активности малый бизнес заметно отстает от крупного и среднего бизнеса.

Так, в 2021 году уровень инновационной активности субъектов российского малого предпринимательства составил 6,9 % против уровня инновационной активности субъектов крупного и среднего бизнеса 11,9 %. Другими словами, если в сфере крупного и среднего бизнеса в инновационную деятельность из 100 организаций было вовлечено 12 организаций, то в сфере малого бизнеса почти в 1,7 раза меньше – всего лишь 7 организаций.

Основными факторами, сдерживающими инновационную активность, организации считают следующие [1].

Примерно 11 % из числа российских организаций рассматривают недостаток собственных денежных средств как один из значимых факторов, который не позволяет вовлекать их в активную инновационную деятельность. Кроме того, 17 % считают его значительным.

Высокая стоимость нововведений выступает следующим по значимости фактором, сдерживающим инновационную активность. На это указывают 8 % и 18 % организаций, соответственно [1].

Кроме того, нужно отметить, что в современных условиях также отмечается не совершенство механизмов и инструментов развития государственной поддержки малого бизнеса [3].

Наряду с отмеченным, важнейшим фактором развития инновационной активности малого бизнеса является создание благоприятного инновационного климата, который в свою очередь является следствием уровня развития инновационной системы региона, в котором функционирует экономический субъект [5; 7].

В качестве внутренних факторов развития инновационной активности в литературе выделяется эффективность формирования и развития всех видов ресурсов предприятия [6].

Положительно влияющим на инновационную активность фактором, рассматривается устойчивое развитие промышленности на основе инноваций, освоение которых будет способствовать защите окружающей среды, рациональному пользованию невозобновляемых ресурсов.

Важную роль при этом играет совершенствование бизнес-процессов, внедрение в бизнес-модели инноваций посредством цифровой трансформации, развитие человеческого капитала экономических субъектов за счет формирования необходимых компетенций, а также развитие государственной инновационной политики с учетом новых вызовов.

Развитие механизмов экономической интеграции, а также укрепление взаимодействия малого бизнеса с крупным и средним бизнесом, а также сотрудничества субъектов инновационной среды, включая научно-образовательные организации и органы власти является положительным фактором, способствующим наращиванию инновационной активности в сфере малого бизнеса [4].

Таким образом, формирование эффективной системы управления инновациями в сфере малого бизнеса с учетом его особенностей и условий конкурентной среды, является важным фактором повышения инновационной активности субъектов малого предпринимательства и развития их инновационного потенциала.

При этом очень важно дальнейшее развитие системы государственной поддержки малого предпринимательства в области инновационной деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Индикаторы инновационной деятельности: 2022: статистический сборник / В.В. Власова, Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 292 с.

2. Комков, Н.И. Кулакин, Г.К. Влияние инновационной и технологической активности организаций на объемы выпуска инновационных товаров и рост производительности труда // Проблемы прогнозирования. – 2020. - № 4.- С. 29-40.

3. Сероштан М.В., Усатова Л.В., Курбатов В.Л. Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности: механизмы и инструменты. Белгород: Издательство: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2019. - 194 с.

4. Старикова М.С., Усатова Л.В., Владыка М.В., Косарва А. Анализ инновационной результативности промышленного развития российской экономики и обоснование условий его качественного улучшения //Экономический вектор. 2022. №3 (30). С. 81-88.

5. Усатова Л. В. Формирование и развитие региональной инновационной системы: теория и практика : Монография / Л. В. Усатова, М.В. Владыка. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 171 с.

6. Усатова Л.В., Арская Е.В., Брянцева Т.А., Шевченко М.В. Роль инноваций в развитии стройиндустрии // ФЭС; Финансы. Экономика. Стратегия. 2017. №10. С. 66-72.

7. Усатова Л.В., Шаповалова Т.А. Факторы развития инновационной деятельности в регионе // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2009. №9 (64). С. 11-16.

8. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: <https://rosstat.gov.ru/> [Дата обращения: 20.04.2024].

УДК 331.1

Торрес Карлос

Научный руководитель: Колпакова Е.В. ст. преп.

***Белгородский государственный технологический университет
им В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия***

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

В настоящее время развитие малого и среднего предприятия (МСП) играет ключевую роль для экономики России. Высокий удельный вес МСП в структуре экономики свидетельствует прежде всего о развитой конкурентной среде и повышенной деловой активности, что является актуальным как для государства, так и для общества в целом. Однако малое и среднее предпринимательство сталкивается с рядом проблем особенно в современных реалиях. Влияние пандемии и санкции нанесли огромный ущерб всему бизнесу в целом, поскольку ограничения поставок, перевозок затормозили производство товаров, предоставление услуг (так как все очные форматы перешли в цифровой). В связи с этим поддержка МСП становится уже не просто второстепенной задачей, закреплённой в государственной программе, а приоритетным направлением развития в российской экономике.

В качестве наиболее эффективного инструмента поддержки МСБ в первую очередь выступает налоговое регулирование. Налоговый механизм способствует организации благоприятного климата в структуре деятельности компании, стимулирование отраслевых направлений движения капитала и выполнению долгосрочных задач, отраженных в государственной программе стратегического планирования.

Так, в 2022 году были приняты меры по поддержке малых и средних предприятий. Главными задачами проведенных мероприятий выступают: ослабление налоговой нагрузки и предоставление возможности отсрочить выплату кредитных платежей. Примерами данных мер являются приостановка выездных налоговых проверок, мораторий на банкротство, продление уплаты страховых взносов и налогов по упрощенной ставке налогообложения (УСН), реструктуризация задолженности [2].

Кроме того, в качестве меры поддержки МСБ применяется снижение тарифов по страховым взносам. Это решение было разработано на законодательном уровне и нацелено на сотрудников, чья заработная плата по размеру достигает минимального размера оплаты труда (МРОТ). Основным преимуществом данного инструмента является предоставление социальных гарантий работникам и закрепление за ними их заработной платы (того уровня, который был до наступления кризиса) [3].

Поддержка малого и среднего предпринимательства считается одной из наиболее важных проблем российской экономики. В России степень развития МСП не соответствует имеющемуся потенциалу, это, в свою очередь, замедляет решение проблем экономического и социального характера, которые воздействуют на уровень жизни населения страны. Сектор малого и среднего бизнеса в России имеет меньший удельный вес в ВВП, чем во многих экономически развитых странах (рис. 1). Однако в национальном проекте «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» была поставлена цель по достижению роста вклада сектора МСП в ВВП России, так чтобы удельный вес данного показателя составил 32,5% к 2024 году.

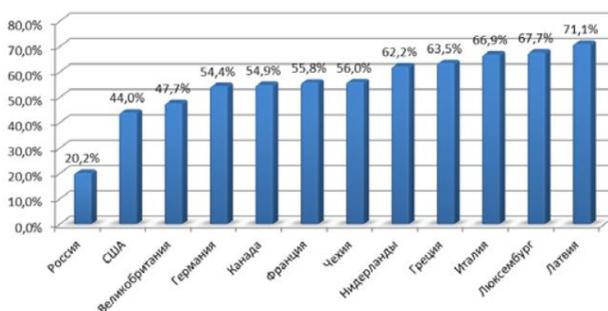


Рис. 1. Удельный вес малых и средних предприятий в ВВП стран мира [5].

В России, число субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в 2023 году выросло по сравнению с 2022 годом почти на 6% - по состоянию на 10 декабря в России было зарегистрировано 6,31 млн компаний против 5,97 на ту же дату в 2022 году. Информация об этом содержится в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС [1].

Число сотрудников этих предприятий за год сократилось на 0,7% - с 15,2 млн человек в 2022 году до 15,1 млн человек в 2023.

На Центральный федеральный округ (ФО) приходится 32% компаний малого и среднего бизнеса, 17% зарегистрированы в Приволжском ФО, по 11% - в Северо-Западном и Южном ФО, 10% - в Сибирском ФО, 8% относятся к Уральскому ФО, 5% - к Дальневосточному ФО, 4% - к Северо-Кавказскому ФО (3% в 2022 году), 2% - к Юго-Западным субъектам РФ [6].

На 10.01.2023 года в секторе микропредприятий наибольший оборот приходится на вид экономической деятельности 49.41 – Деятельность автомобильного грузового транспорта, 49.20 – Торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет, а также 41.20 – Строительство жилых и нежилых зданий.

Среди основных проблем, с которыми сталкиваются предприятия малого и среднего бизнеса выделяют:

- экономические проблемы (тяжело получить необходимую финансовую поддержку на открытие и развитие собственного дела; высокие показатели по ставкам по кредитам, залоговым требованиям и комиссиям; слишком короткие сроки, на которые банки выдают необходимые средства). Как показывает статистика, проблемы финансирования малого бизнеса затрудняют работу почти 49% малых компаний в стране. Также, с 2022 года отмечается сильный упадок в сфере логистики. Для компаний, которые занимаются экспортом, этот критерий является критически важным. При этом уровень затрат на транспортировку вырос в несколько раз, а сроки доставок стали еще более непредсказуемыми.

- бюрократические барьеры. Для получения кредита владельцам необходимо представить следующий пакет документов: устав, бизнес-план, само свидетельство о регистрации дела, информацию о составе учредителей. Все это требует больших затрат времени и энергии.

Еще одной проблемой является наличие высококвалифицированных работников. Существует дефицит персонала. Масштабная нехватка рабочей силы чревата рисками бизнеса и общества, дополнительно разгоняет инфляцию и снижает ВВП [2].

Следует отметить, что события в Украине также повлияли на состояние малого бизнеса на территории РФ. Например, ввиду этой ситуации Центральный банк России принял решение повысить ставки рефинансирования, а также некоторые ставки по кредитам. С 2022 года отмечается сильный упадок в сфере логистики. Для компаний, которые занимаются экспортом, этот критерий является критически важным. При этом уровень затрат на транспортировку вырос в несколько раз, а сроки доставок стали еще более непредсказуемыми.

Таким образом, основой стабильной экономики страны является эффективное функционирование малого и среднего бизнеса. Однако имеющиеся в настоящее время проблемы сектор МСП решить самостоятельно не способен. Поэтому важно не только сохранять существующие меры поддержки малого и среднего бизнеса, но и создавать новые эффективные механизмы, содействующие росту предпринимательства в России. Только осуществляя постоянный

контроль и реализуя качественную государственную поддержку, возможно достичь эффективного развития малого и среднего бизнеса, что в результате улучшит экономическое положение как внутри государства, так и на мировой арене.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства – [Электронный ресурс]. URL: <https://ofd.nalog.ru> (дата обращения: 2.04.2024).

2. Малый и средний бизнес в России: проблемы и перспективы / Научный журнал «Актуальные исследования» № 51 (181), декабрь 2023 – [Электронный ресурс]. URL: <https://apni.ru> (дата обращения: 8.04.2024).

3. Малый и средний бизнес подводит итоги: что происходило на российском рынке в 2023 году – [Электронный ресурс]. URL: <https://incrussia.ru> (дата обращения: 30.03.2024).

4. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общей ред. проф. А.С. Трошина. Белгород: изд. БГТУ, 2024. – 243 с.

5. Обороты малого и среднего бизнеса в России в 2023 году выросли на 23% – [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru> (дата обращения: 5.04.2024).

6. Число субъектов малого и среднего бизнеса в России выросло почти на 6% за год – [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru> (дата обращения: 10.03.2024).

УДК 3

Трофимова А.М.

*Научный руководитель: Молчанова В.А., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ДОЛЯ ВВП РФ В МИРОВОМ ВВП

Анализ доли ВВП Российской Федерации в мировом ВВП представляет собой важную экономическую задачу, отражающую

место и роль страны в глобальной экономике. ВВП, или валовой внутренний продукт, является одним из основных макроэкономических показателей, отражающих общий объем производства товаров и услуг в стране за определенный период времени. Доля ВВП России в мировом ВВП олицетворяет ее экономическую величину и влияние на мировую экономику.

Российская Федерация, обладая обширными природными ресурсами, значительным промышленным потенциалом и большим населением, играет важную роль на мировой арене. Анализ доли ее экономики в мировом масштабе позволяет оценить ее конкурентоспособность, уровень развития и потенциал для дальнейшего роста.

В данном обзоре мы рассмотрим историческую динамику доли ВВП России в мировом ВВП, основные факторы, влияющие на этот показатель, а также перспективы его изменения в будущем. Анализировать такую динамику важно не только для понимания положения России на мировой арене, но и для прогнозирования ее экономического развития и определения стратегии национального развития.

Российская экономика более нестабильна, чем экономика большинства других крупных стран, поскольку она быстро надувается, когда растут цены на энергоносители и металлы, и быстро сдувается, когда цены падают. При этом, по последним оценкам Международного валютного фонда, ВВП России в 2022 году составит 1,7 триллиона долларов [1].

Российская экономика занимает среднее положение между 1,4 триллиона долларов Мексики и 2,2 триллиона долларов Канады и составляет около 1,5 % от 102 триллионов долларов мировой экономики. В этом же ряду находятся Бразилия - 1,8 триллиона долларов, Тайвань - 1,6 триллиона долларов и Индонезия - 1,2 триллиона долларов. Оценки МВФ для других крупных экономик включают: США - \$25 трлн, Китай - \$18,5 трлн, ЕС - \$18,4 трлн, Япония - \$5,4 трлн, Германия - \$4,6 трлн, Великобритания - \$3,4 трлн, Индия - \$3,3 трлн, Франция - \$3,1 трлн и Корея - \$1,9 трлн.

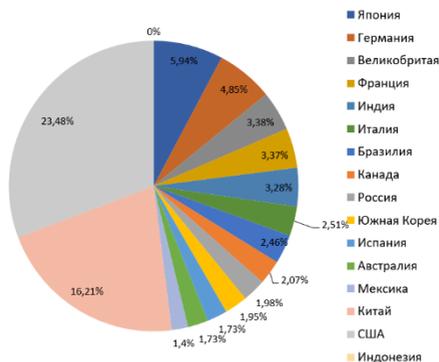


Рис. 1. Доля стран в мировом ВВП [6]

Объем российского экспорта варьируется, опять же в зависимости от цен на энергоносители и металлы, в диапазоне от 200 до 400 миллиардов долларов в год. В крайнем случае, это около 2 % от ежегодного мирового экспорта товаров на 20 триллионов долларов. По отношению к объему производства экспорт составит 25,5 % ВВП в 2020 году, что чуть ниже среднемирового показателя в 26,5 %. Основным партнером является ЕС, который покупает 40 % российского экспорта и обеспечивает 31 % импорта; далее следует Китай - рынок для 13 % российского экспорта и источник 22 % импорта. США занимают незначительное место в обоих рейтингах - около 5 % в каждом; для США Россия имеет основное значение как поставщик некоторых специальных металлов, таких как титан и палладий [2].

По данным Управления энергетической информации Министерства энергетики США, Россия является третьим по величине производителем нефти в мире (после США и Саудовской Аравии) и обладает крупнейшими в мире доказанными запасами природного газа. Что касается торговли, то, по данным ВР, на долю России приходится 11,4 % мирового экспорта нефти (7,4 млн баррелей в день из 65,1 млн) и четверть экспорта газа (238 млрд кубометров из 940 млрд) [3]. Это означает, что доходы российского правительства в большей степени зависят от экспорта, а российского частного бизнеса - в меньшей, чем в случае с крупными промышленными или сельскохозяйственными странами-экспортерами. Около половины российского экспорта нефти идет в ЕС и треть - в Китай; что касается газа, объем которого определяется строительством трубопроводов, то 89 % экспорта идет в ЕС, Турцию и Беларусь.

Таблица 1 – Доля стран в мировом ВВП [6]

Позиция	Государство	ВВП, млрд. долларов	Долевое участие, %
1	США	20412,87	23,48
2	Китай	14092,514	16,21
3	Япония	5167,051	5,94
4	Германия	4211,635	4,85
5	Великобритания	2936,286	3,38
6	Франция	2925,096	3,37
7	Индия	2848,231	3,28
8	Италия	2181,97	2,51
9	Бразилия	2138,918	2,46
10	Канада	1798,512	2,07
11	Россия	1719,9	1,98
12	Южная Корея	1693,246	1,95

По данным указанным на Statisto, можно сделать вывод, что согласно трехлетнему отчету Банка международных расчетов (2021 год), ежедневный оборот российской валюты составляет 46 миллиардов долларов, или около 0,5 % от ежедневного оборота мировой валюты в размере 8,3 триллиона долларов.

Роль России в торговле валютой минимальна: согласно последнему трехлетнему отчету Банка международных расчетов (2021 год), ежедневный оборот российской валюты составляет 46 млрд долларов, или около 0,5 % от ежедневных 8,3 трлн долларов в мировой торговле валютой. Как сообщила в ноябре прошлого года ЮНКТАД, около 416 миллиардов долларов из 41,4 триллиона долларов прямых иностранных инвестиций в мире приходится на Россию. Если оценивать ситуацию с другой стороны, то российские фирмы и государственные предприятия владеют аналогичными 379 миллиардами долларов в других странах. Однако эти цифры, скорее всего, сильно завышены; согласно исследованиям сотрудников МВФ, около 60 % ПИИ в Россию поступают от "иностраннных корпораций-фантомов" - то есть "пустых корпораций-оболочек, не ведущих никакой реальной деятельности" [4].

По данным МВФ, российские финансовые резервы, которые, предположительно, менее паробразны, чем данные о ПИИ, составляют 630 миллиардов долларов. Это большая, но не экстраординарная сумма, чуть ниже индийских \$634 млрд и не намного выше резервов некоторых небольших стран; например, Израиль имеет \$209 млрд, а Чехия - \$175 млрд. Резервы Китая являются крупнейшими в мире - 3,4 триллиона долларов, а Японии - 1,4 триллиона долларов [5].

По данным ОЭСР, российские расходы на исследования и разработки составляют 44 миллиарда долларов, что составляет около 2

% от общемирового показателя (включая членов ОЭСР, Китай, Россию, Тайвань и некоторые другие страны) в 2,2 триллиона долларов. По данным ОЭСР, объем НИОКР в России составляет 1 % ВВП, что соответствует уровню Турции и составляет около 40 % от 2,5 % ВВП ОЭСР. В США этот показатель составляет 3,1 %, а в Израиле и Корее - 4,9 и 4,6 %.

Таким образом, Россия является крупной страной и экономикой среднего уровня. Она занимает значительное место в производстве и экспорте энергоносителей (особенно в качестве поставщика для Западной Европы); она может использовать доходы от продажи энергоносителей для финансирования крупного военного ведомства и скромной научно-исследовательской базы; у нее есть большой финансовый резерв, но для его поддержания она, вероятно, в значительной степени полагается на экспорт энергоносителей. В остальном ее роль в глобальном росте, инвестициях и изобретениях скромна.

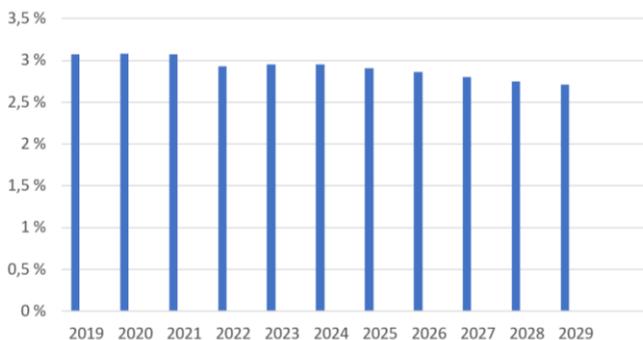


Рис. 2. Динамика ВВП России [6]

Согласно прогнозам, указанным на Statista доля, России в мировом ВВП, скорректированном по ППС, будет постоянно снижаться в период с 2024 по 2029 год в общей сложности на 0,2 процентного пункта. После пятого последовательного снижения доля составит 2,71 процента и, таким образом, достигнет нового минимума в 2029 году.

Исходя из этого, анализ доли России в мировом ВВП является важным инструментом для понимания текущего состояния и перспектив экономического развития страны. Реализация эффективных стратегий по стимулированию экономического роста и повышению конкурентоспособности может помочь России справиться с вызовами и обеспечить устойчивое и долгосрочное развитие.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Блинные А. В., Орехов В. Д. Стратегический анализ конкурентного окружения России [Текст] / А.В. Блинные, В. Д. Орехов. – 2023. – с.549-553.
2. Валуйских К. А. Роль России в мировой экономике [Текст] : К. А. Валуйских. / Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. ВГ Шухова, посвященная 170-летию со дня рождения ВГ Шухова. – 2023. – с.220-224.
3. Мальцев А. А. Вклад промышленности в общеэкономический рост в современной мировой практике [Текст] / А. А. Мальцев. – Российский внешнеэкономический вестник. – 2023. – №. 3. – с.10-28.
4. Марушевский В. Э., Ишмухаметов К. Ф. Анализ ВВП России и ряда стран по отраслям за разные промежутки времени [Текст] / В. Э. Марушевский, К. Ф. Ишмухаметов. – 2023.
5. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общ. ред. проф. А.С.Трошина. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2024 – 243 с.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения 20.04.2024)

УДК 316.3

Тюрина С.Д.

*Научный руководитель: Пасовец Ю.М., канд. соц. наук, доц.
Курский государственный университет, г. Курск, Россия*

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К ПРЕКАРНОЙ ЗАНЯТОСТИ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ

Прекарная занятость, или нестабильная трудовая деятельность с неопределенными условиями и отсутствием социальных гарантий, получает распространение в современном обществе и число прекарно-занятых оказывается наибольшим среди молодежи [1; 4; 6; 7]. Начиная свой трудовой путь и карьеру, молодые люди зачастую вынуждены сталкиваться с непостоянной работой, изменчивыми графиками и неопределенностью в трудовых отношениях.

Молодежь как социальная группа играет значительную роль в формировании общества и его экономической структуры. Отношение молодых людей к прекарной занятости может иметь значительные социальные и экономические последствия. Ю.В. Голиусова отмечает,

что нестабильно занятые в формальном секторе экономике молодые люди стали объектом социологических исследований в связи с необходимостью изучения молодежи как ресурсной/контрресурсной группы на рынке труда [1, с. 74].

Наряду с этим данное отношение может иметь и социально-политические последствия. Молодые люди представляют значительную долю населения и их участие в процессе принятия решений, связанных с трудоустройством и стабильностью на рынке труда, является критическим.

Исследование отношения молодежи к precarious занятости является важным аспектом изучения этой социальной общности, поскольку представляет собой как важную теоретическую задачу для социологии труда и социологии молодежи, так и одну из основных практических задач, связанную с разработкой политики, направленной на обеспечение устойчивого развития молодежной сферы и в целом общества.

К настоящему моменту в социально-экономическом знании сформировалось несколько подходов к исследованию precarious занятости населения, которые можно использовать для понимания отношения молодежи к этому явлению.

Первый подход основан на теории «человеческого капитала», которая предполагает, что отношение молодежи к precarious занятости зависит от образования, опыта работы и возможности улучшения профессиональных навыков. Также он предполагает, что молодые люди принимают решения о precarious занятости, исходя из своего развития и долгосрочных перспектив на рынке труда. В целом использование теории «человеческого капитала» в исследовании проблем precarious занятости позволяет понять эффективность вложенных в человеческий фактор денежных средств.

Второй подход сосредоточен на социально-экономических аспектах этого типа занятости населения и предполагает, что отношение молодежи к precarious занятости связано с общими экономическими условиями и политикой занятости. В рамках этого подхода возможно изучение влияния макроэкономической ситуации на выбор молодежи между стабильной и precarious занятостью.

Третий подход основан на анализе социокультурных факторов, включая ценности, нормы и ожидания, оказывающих влияние на отношение к precarious занятости у молодого поколения. Рассмотрение этой проблемы дополняется изучением и социальных факторов, влияющих на отношение молодых людей к precarious работе: оно рассматривается с позиции социального взаимодействия и влияния

окружающей среды, такой как семья, друзья и коллеги. Отношение к precarious занятости может сильно различаться среди молодых людей в зависимости от их личных ценностей, стремлений и жизненных обстоятельств. Культурные нормы и социальная среда в разных странах и регионах могут существенно влиять на восприятие precarious работы, что требует учета этих факторов.

Четвертый подход сосредоточен на изучении социально-психологических проблем и эффектов precarious занятости населения, поскольку неустойчивый характер занятости может приводить к появлению у молодежи негативных эмоций и искаженного восприятия действительности. Психологические факторы, такие как уровень самооффективности, восприятие контроля над ситуацией и уровень мотивации, могут играть важную роль в формировании отношения молодежи к precarious занятости [2].

Несмотря на наличие различных концепций precarious занятости, сформировавшихся к настоящему моменту в социально-экономическом знании, у современных исследователей остается ряд вопросов, требующих дополнительного изучения. Некоторые из этих вопросов, связанных с отношением молодежи к precarious занятости, позволяет раскрыть именно социологический подход.

В рамках социологического подхода реализация опроса молодежи по этой теме позволяет выявить понимание молодыми людьми основных характеристик precarious занятости: гибкости трудовой деятельности, нестабильности оплаты труда и т.д., а также готовность к рискам, связанным с этим типом занятости. Молодое поколение может осознавать такие риски (например, отсутствие медицинской страховки или пенсионных отчислений). Однако некоторые могут воспринимать эти риски как приемлемые из-за стремления к материальной автономии и как следствие откладывать принятие важных жизненных решений (к примеру, о покупке жилья или создании семьи).

Также социологический подход позволяет выяснить то, насколько молодежь воспринимает precarious занятость как норму современной жизни и какие факторы, влияют на такое отношение. Отношение молодежи к precarious работе формируется под воздействием социальных норм и ожиданий. Со стороны родителей и общества может быть определенное давление иметь стабильное место работы с постоянным доходом, что приводит к соответствующему отношению к этому типу занятости.

Данный подход позволяет обнаружить и объяснить ряд факторов, влияющих на отношение молодых людей к precariousности: личные ценности, уровень образования, профессиональную подготовку,

социальный и экономический контекст, финансовые условия, а также культурные и гендерные аспекты, стремление к самостоятельности [3; 5]. Например, молодежь из бедных семей склонна воспринимать precarious занятость как норму, в то время как молодые люди из более обеспеченных семей стремятся к более стабильным формам труда.

Социологический анализ также выявляет различия в отношении к precarious занятости между разными группами молодежи, исходя из их социально-экономического положения и уровня образования и других статусных характеристик.

Таким образом, исследование отношения молодежи к precarious занятости, в том числе в условиях современного российского общества, представляет важную теоретическую и практическую задачу. В качестве теоретико-методологической основы такого исследования целесообразно использовать сочетание основных подходов к изучению данного явления, позволяющих сосредоточить исследование на выявлении как социально-экономических, так и социокультурных и социально-психологических аспектов этой темы. Быстрые изменения под влиянием технологических новинок и экономической нестабильности делают актуальное понимание отношения молодежи к precarious занятости сложной задачей, требующей мониторинговых исследований этой проблемы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Голиусова, Ю.В. Прекарная занятость молодежи как способ избегания безработицы и незанятости / Ю.В. Голиусова // Информационно-аналитический бюллетень Института социологии ФНИСЦ РАН. – 2019. – № 4. – С. 74–83.

2. Демин, А.Н. Психология precarious занятости: становление предметной области, основные проблемы и подходы к их изучению / А.Н. Демин // Организационная психология. – 2021. – Т. 11, № 2. – С. 98–123.

3. Кученкова, А.В. Прекаризация занятости как фактор дифференциации заработной платы и социального самочувствия работников / А.В. Кученкова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2021. – Т. 21, № 1. – С. 84–96.

4. Пасовец, Ю.М. Молодежь в системе социально-трудовых отношений транзитивного общества: монография / Ю.М. Пасовец. – Курск: Курский гос. ун-т, 2020. – 232 с.

5. Пасовец, Ю.М. Трудовая мобильность молодежи: потенциал и факторы его активизации в современных российских условиях / Ю.М.

Пасовец // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2023. – Т. 23. – № 1. – С. 14–21. – DOI: 10.18500/1818-9601-2023-23-1-14-21.

6. Попов, А.В. От precarious занятости к прекариату / А.В. Попов // Социологические исследования. – 2020. – № 6. – С. 155–160.

7. Тощенко, Ж.Т. Общие и специфические критерии precarious занятости (опыт эмпирического анализа) / Ж.Т. Тощенко // Социологические исследования. – 2020. – № 9. – С. 90–102.

УДК 331.5

Хулапов Е.Н.

*Научный руководитель: Лукаш И.М., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И РЫНОК ТРУДА: УГРОЗЫ ИЛИ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

С каждым годом мы всё чаще слышим о том, как искусственный интеллект (ИИ) активно внедряется в нашу повседневную жизнь. Прогресс развития в области ИИ, в некоторых областях стал неотличим от результатов работы людей. Благодаря быстрому развитию технологий, можно предположить, что в ближайшем будущем наступит революция в области искусственного интеллекта, которая кардинально изменит рынок труда, как количественно, так и качественно. По прогнозным оценкам зарубежных экспертов в ближайшие пять лет искусственный интеллект уничтожит 83 млн. рабочих мест и создаст 69 млн. новых, т.е. на 14 млн. мест меньше, а 44% ключевых навыков станут другими [6].

Беспрецедентные скорость и разнообразие новых технологий ИИ обуславливают необходимость более детального исследования возможных последствий для рынка труда.

Следует отметить, что теоретико-практическая позиция о влиянии ИИ на рынок труда прошла несколько этапов развития. Первоначально доминировало мнение о том, что искусственный интеллект оставит людей без работы. Позже оптимизма в оценках стала немного больше: ИИ больше рабочих мест, чем сократит, а люди смогут заниматься менее рутинными и более творческими задачами. На текущем этапе

доминирует подход, суть которого заключается в следующем: воздействие искусственного интеллекта на рынок труда представляется не настолько однозначно позитивным. Увеличение пессимистических настроений в оценках обусловлено развитием генеративного ИИ, популярность которого значительно выросла после появления ChatGPT.

ChatGPT – чат-бот с искусственным интеллектом, работающий на основе обработки естественного языка. По словам создателей данная система способна решать абсолютно любые задачи на различных языках мира, что и является его особенностью. OpenAI, разработчики данного бота, стремились к тому, чтобы создать максимально человечный и корректно воспринимающий речь искусственный интеллект, а обучался он на огромнейших массивах данных. Потому, на данный момент, бот способен не просто отвечать на легкие вопросы, но и создавать код по запросу, писать сценарии, стихи, картины, производить финансовые расчеты, и давать ответы по любым интересующим вас тематикам. Также ChatGPT активно используют для поисковых запросов. Люди ищут рецепты, спрашивают советы в специфических областях жизни и просят найти ошибку в программном коде. В настоящий момент времени, в России не работает ChatGPT не работает в России из-за блокировки Роскомнадзором, которая связана с безопасностью [2].

Нейросети стремительно развиваются и все больше проникают в повседневную жизнь. Они способны выполнять сложные задачи, ранее доступные только человеку. Нейронные сети уже активно применяются в сфере труда, заменяя людей в некоторых профессиях. Рынок труда – сложная система, включающая множество факторов, таких как: спрос на определённые профессии, уровень образования и квалификации работников, экономическая ситуация в стране и мире и многое другое. Могут ли нейросети повлиять на эту систему?

На данный момент использование искусственного интеллекта сфокусировано на приоритетных отраслях, таких как: сельское хозяйство, промышленно обрабатывающей промышленности, здравоохранение, отрасли транспорта. В дальнейшем ожидается большой запрос со стороны таких отраслей, как туризм, а рыбохозяйственного комплекс общий, средне и профессиональное образование, экология.

По данным Национального портала в сфере искусственного интеллекта, более 30 процентов организаций в России планируют внедрить искусственный интеллект (ИИ) в ближайшие три года, что ускорит работу и улучшит её качество в 5–6 раз. Развитие искусственного интеллекта все больше оказывает влияние на рынок

труда. По данным «Авито работа» количество вакансий таких профессий как: маркетинг, ИТ, администрирования и банкинга увеличилось в 2,7 раза [1].

С одной стороны, многие боятся искусственного интеллекта, потому что его внедрение может привести к дискриминации и деградации общества в целом.

Но на самом деле это ошибочное мнение. Потому что благодаря искусственному интеллекту, наоборот, человечество перейдет на новый уровень развития. Это так называемая промышленная революция, которая позволит перейти на четырех, а то и трехдневную рабочую неделю без снижения благосостояния граждан. Ведь уже можно заметить, насколько искусственный интеллект повышает производственные процессы, бизнес-процессы. В первую очередь, искусственный интеллект оказывает влияние на массовые производственные профессии. К ним относятся водители, которых могут заменить автопилоты, кассиры, число которых уменьшается в магазинах с каждым днем, а также работники производственных линий, чьи обязанности будут переданы искусственному интеллекту.

Нейронные сети обладают способностью эффективно обрабатывать большие объемы данных, что позволяет им выполнять задачи андеррайтеров в страховании или специалистов, занимающихся оценкой рисков по кредитам. Более того, возможно, что часть юридической работы, связанной с анализом значительного числа судебных дел, будет передана искусственному интеллекту.

Таким образом, нейронные сети станут неотъемлемой составляющей многих современных профессий. Для врачей они станут дополнительным инструментом при постановке диагноза, рекрутерам помогут в поиске подходящих кандидатов, а также смогут осуществлять расчет движения транспортных потоков в городах [3].

Искусственный интеллект может быть использован в образовательных продуктах. На данный момент с помощью нейронных сетей можно качественно переводить лекции с одного языка на другой, что существенно расширяет образовательные возможности для учащихся.

Влияние ИИ на рынок труда прежде всего проявляется в быстром ускорении автоматизации, что может привести к экономии затрат на рабочую силу и повышению производительности труда. По прогнозам американского банка Goldman Sachs, использование всего вероятного потенциала генеративного искусственного интеллекта может привести к автоматизации эквивалента 300 млн. рабочих мест с полной занятостью [7]. Безусловно, для рынка труда это серьезное потрясение.

Мы можем предположить, что это приведет к значительному увеличению структурной безработицы.

Если посмотреть на эту ситуацию с другой стороны: вытеснение работников вследствие автоматизации может быть компенсировано, во-первых, созданием новых рабочих мест; во-вторых, в результате технологических инноваций появятся новые профессии, которые обеспечат рост занятости в долгосрочном периоде; в-третьих, рост производительности труда в результате реализации потенциала генеративного ИИ может стать существенным фактором экономического роста.

Таким образом, последствия ИИ для рынка труда в различных временных периодах не однозначны: в краткосрочном периоде под влиянием генеративного ИИ спрос на рабочую силу будет сокращаться, а в долгосрочном, при прочих равных условиях, - скорее всего увеличится. Влияние ИИ на рост производительности труда будет положительным как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах.

Стремительное развитие технологий ИИ, вероятностный характер и неоднозначное влияние на такой социально-чувствительный рынок, как рынок труда обуславливают необходимость особого внимания к этим процессам со стороны государства. Более того, от эффективности регулирования и скорости реагирования со стороны государства будет зависеть соотношение между угрозами и возможностями ИИ для функционирования рынка труда.

В настоящее время программы развития искусственного интеллекта разработаны и утверждены более, чем в 60 странах. В 2019 г. в России также была принята Национальная стратегии развития искусственного интеллекта до 2030 г. В таблице представлены основные экономические показатели, которые должны быть достигнуты.

Таблица - Основные экономические показатели достижения целей Национальной стратегии развития ИИ до 2030 г. (составлена по данным [5])

Показатель	Единицы измерения	2022 г.	2030 г.
Совокупный прирост ВВП за счет использования технологий ИИ	трлн. руб.	0,2	11,2
Ежегодный объем оказанных услуг по разработке и реализации решений в области ИИ	млрд. руб.	12	60
Доля работников, имеющих навыки использования технологий ИИ в	%	5	80

общей численности работников			
Доля приоритетных отраслей экономики с высоким значением индекса готовности к внедрению технологий ИИ	%	12	95
Объем затрат организаций на внедрение и использование технологий ИИ	млрд. руб.	123	850

Таким образом, искусственный интеллект, несмотря на его впечатляющие возможности, не сможет полностью заменить человека. Он неспособен проводить сложные аналитические исследования, разрабатывать новые идеи или принимать креативные решения, что требует человеческого интеллекта и опыта. Кроме того, использование искусственного интеллекта не может заменить личный контакт в профессиях, требующих эмпатии и индивидуального подхода, таких как врачи, учителя и психологи. Хотя искусственный интеллект может автоматизировать большую часть работы в некоторых сферах, это также может привести к сокращению рабочих мест. Однако, с другой стороны, это открывает новые возможности для профессий, связанных с разработкой и управлением нейросетями.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аверьянов А. О., Степуть И. С., Гуртов В. А. Прогноз кадровой потребности для сферы искусственного интеллекта в России //Проблемы прогнозирования. – 2023. – №. 1. – С. 129-143.
2. Иванов М. В. Исследование ИИ революции: трансформация рынка труда //Столыпинский вестник. – 2023. – Т. 5. – №. 7. – С. 4005-4014.
3. Лескина Э. И. Влияние искусственного интеллекта на рынок труда //Державинские чтения. – 2021. – С. 82-84.
4. Лукша И.М. Трансформация отношений между трудом и капиталом как следствие цифровизации экономики // В сб.: Экономика. Общество. Человек. Выпуск XLII. Проблемы, тенденции и последствия цифровизации общества и личности: междисциплинарные исследования: материалы национальной научно-практической конференции с международным участием. Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2023. С. 169 -178.
5. Указ Президента РФ от 10.10.2019 N 490 (ред. от 15.02.2024) "О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации" (вместе с "Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на

период до 2030 года") [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.consultant.ru>

УДК 338.1

Чайкина Д.Г.

Научный руководитель: Осыченко Е.В., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РФ

Проникновение цифровых технологий во все аспекты повседневной жизни становится все более важным фактором социально-экономического развития стран и регионов. Цифровой переход в экономике – это не просто новый модный тренд современности, это ключевой инструмент повышения качества жизни, экономического роста и развития.

Степень развития и распространения цифровых технологий становится одной из отличительных особенностей современного постиндустриального общества. Главной тенденцией последних лет является такое социально-экономическое явление как диджитализация – процесс цифровой трансформации общества, подразумевающий интеграцию киберфизических систем в экономику и различные сферы жизни общества.

Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, ключевым фактором производства в которой являются цифровые и вычислительные технологии (ИКТ) на базе ИТ-инфраструктуры и систем связи. Ключевым ресурсом в данном аспекте являются знания, в том числе формализованные знания и неявные знания, которыми

обладают люди, а ключевым фактором производства – данные, представленные в цифровом виде [1].

Основными компонентами цифровой экономики выступают такие инновации как интернет вещей (IoT-технологии), автоматизированные роботы и самоуправляемые машины, облачные технологии, Big Data, цифровое проектирование и виртуальная реальность, 3D-печать и пр. Этот перечень не является закрытым. Цифровой мир постоянно пополняется все новыми и новыми проектами, среди которых к числу наиболее перспективных и масштабных можно отнести электронную торговлю на базе цифровых платформ, государственные и муниципальные виртуальные услуги, удаленная работа, дистанционное обучение, «Умный дом», «Умный город» и пр. [2].

Стоит отметить, что Россия, как и большинство развитых стран, обладает неплохим потенциалом для цифровой трансформации. Вклад цифрового сектора в экономику России в 2020 году демонстрирует положительную динамику: доля ИКТ-сектора достигла 3,1 % ВВП (в 2019 году этот показатель составлял 2,9 % ВВП), что сопоставимо с ведущими странами мира. На такую динамику повлияли рост отрасли ИТ на 12,7 %, увеличение объемов производства ИКТ-оборудования на 4,1 % и объемов оптовых продаж ИКТ-продукции почти на 31 %. Также с каждым годом все больше россиян становятся вовлеченными в цифровую среду. По данным Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ по состоянию на 2019 год доступ в интернет имеют около 77 % российских домохозяйств около 89 % организаций. Постепенно происходит расширение и интернет-аудитории за счет лиц старших возрастов. Так, например, в 2019 году доля пользователей в возрасте 35–44 лет составила 85,7 % (+20,3 п.п. к 2018 г.), в возрасте 45–54 лет – 74,7 % (+27,3 п.п.), в возрасте 55–64 лет – 49,9 % (+23,8 п.п.), в возрасте 65–74 лет – 22,9 % (+13,1 п.п.). Кроме того, успешно развивается и сектор государственных онлайн-услуг: пользователями единого портала госуслуг стали около 78 % россиян и около 70 % организаций [3].

Цифровая экономика в своем развитии проходит ряд этапов. На первом этапе автоматизируются существующие процессы посредством их перевода в ИТ. На втором этапе происходит непосредственно сама цифровизация, совершенствующая бизнес-процессы путем их оптимизации. Для этого сначала происходит модернизация бизнес-решений, направленных на оптимизацию процессов, а затем уже происходит перевод в «цифру». И, наконец, на третьем этапе происходит цифровая трансформация, которая меняет существующие модели деятельности на новые.

Со стороны государства для развития цифровой экономики выделяются следующие направления:

- создание надежной и безопасной инфраструктуры, которая станет базисом для новых моделей ведения бизнеса, а также построения научных и социальных сетей;

- нивелирование снижающего воздействия факторов в отраслях цифровой экономики;

- повышение уровня владения пользователями инструментами цифровых технологий, в том числе обучение и повышение квалификации профильных специалистов;

- оценка рисков;

- расширение возможностей цифрового сектора экономики [4].

Следует отметить, что существующие в настоящее время тенденции направлены на формирование цифровой экономики, важными чертами которой станут:

- повсеместное использование возможностей искусственного интеллекта;

- отказ от низкоквалифицированной рабочей силы;

- возможность работы современных технологий без участия человека.

В общем и целом суть цифровой экономики заключается в динамичной обработке информации, которая освободит часть сотрудников организации от рутинной работы, однако не следует забывать и о рисках, которые она в себе содержит, в том числе: утечка информации, рост числа мошенников, использование персональных данных, исчезновение невостребованных профессий, сокращение работников из-за роботизации производства, отсутствие у персонала компетенций для работы с новыми технологиями, неготовность некоторых граждан осуществить переход в сторону новых технологий, преобладание у молодых пользователей «машинного» мышления над системным.

Говоря о преимуществах цифровой экономики, следует выделить:

- повышение производительности труда;

- снижение издержек;

- создание новых рабочих мест;

- переход к электронному документообороту;

- снижение бюрократических процедур;

- исключение человеческого фактора (ошибки, обусловленные влиянием эмоционального и физического состояния специалиста);

- переход на удаленную работу [4].

Особенность развития цифровой экономики – высокая возможность монополизации новых рынков, и концентрация развивающихся и реорганизованных компаний в нескольких государствах. В ближайшем будущем именно эффективное использование новых цифровых технологий будет определять международную конкурентоспособность как отдельных компаний, так и целых стран, формирующих инфраструктуру и правовую среду для цифровизации.

Однако переход к цифровой экономике связан с рядом негативных социально-экономических явлений, что создает проблемы обеспечения экономической безопасности России. Цифровое развитие общества генерирует новые, ранее отсутствовавшие риски и угрозы. Поэтому вопросы экономической безопасности по мере развития цифровой экономики, роста совокупных угроз становятся более актуальными и требуют разработки новых принципов их минимизации. Экономическая безопасность – это набор экономических, политических, правовых инструментов, которые способствуют защите жизненно важных интересов общества, государства, предприятия и личности. Поэтому обеспечение экономической безопасности страны является важным условием стабильности любого государства. В быстро меняющихся условиях приоритетной задачей обеспечения экономической безопасности является выявление проблем, прогнозирование рисков и угроз, способных нанести серьезный ущерб экономике страны. Эффективное управление рисками и минимизация угроз имеет большое значение при цифровизации экономики и развитии цифрового пространства. В новых условиях взаимодействие власти и бизнеса в вопросах цифровой безопасности играет ключевую роль в создании механизмов обеспечения экономической безопасности.

Таким образом, цифровая экономика становится ключевым этапом развития общества. Она открывает разнообразные возможности для развития бизнеса в различных областях. Но ее внедрение в различные сферы деятельности оказывает также и отрицательное влияние, как на жизнь людей, так и на деятельность организаций. Разработка мероприятий по минимизации угроз экономической безопасности является важным аспектом для того, чтобы количество минусов от использования цифровой экономики не превысило количество плюсов в будущем [5].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Шевякова, В. В. Возможности и риски развития цифровой экономики в России / В. В. Шевякова // В сб.: Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях. XIII Международная студенческая научно-практическая конференция, Оренбург, 22 апреля 2021 года. – Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью "Сфера", 2021. – С. 120-126.

2. Варавва, М. Ю. Базовые предпосылки формирования в России цифровой экономики / М. Ю. Варавва // В сб.: Цифровая экономика - экономика будущего: исторические предпосылки, правовая основа и экономический эффект. Международная научно-практическая конференция. – Минск: СтройМедиаПроект, 2019. – С. 61-64.

3. Дыхова, А. Л. Цифровая экономика и проблемы экономической безопасности / А.Л. Дыхова // В сб.: Стратегии исследования в общественных и гуманитарных науках. Международная научно-практическая конференция 31 января 2022 г. – Белгород : ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2022 – С. 71-75.

4. Кокурхаева, Р. М. Цифровая экономика-экономика будущего / Р.М. Кокурхаева // Журнал прикладных исследований. – 2022. – Т. 1. – №. 4. – С. 12-15.

5. Кочина, С. К. Обоснование применения digital-стратегии для управления промышленным предприятием в условиях цифровой экономики / С. К. Кочина, Е. В. Осыченко // В сб.: Актуальные проблемы и перспективы развития экономики, менеджмента и образования. Материалы VI научно-практической конференции с международным участием, Саратов, 18 октября 2022 года. – Саратов: Общество с ограниченной ответственностью "Амирит", 2022. – С. 74-79.

УДК 338.431

Чернова Д.Д.

*Научный руководитель: Акимова Г.З., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Одним из важнейших аспектов социально-экономической политики государства, а также эффективного функционирования хозяйствующих субъектов является инвестиционная деятельность. Инвестиции обеспечивают устойчивый экономический рост как

отдельных организаций, так и страны в целом. В современных неустойчивых макроэкономических условиях одной из главных задач государства является поддержка максимально комфортных условий для развития инвестиционной деятельности и создание всех необходимых мер для стимулирования инвестиций.

Анализируя понятие «инвестиции» как экономическую категорию, следует рассмотреть инвестиционную активность, которая подразумевает в себе целенаправленные действия экономических субъектов по капиталовложению с целью расширения бизнеса. Инвестиционная активность хозяйствующих субъектов зависит от внешних и внутренних факторов развития организации и экономики в целом. При этом, рост инвестиционной активности способствует повышению конкурентоспособности и эффективности предприятий, а также обеспечивает высокие темпы роста национальной экономики. Таким образом, в общем смысле главной функцией для объекта инвестирования является не только максимизация дохода от своей деятельности, а также и обеспечение высоких темпов экономического развития в рамках постоянно изменяющихся макроэкономических условий [2].

Рост инвестиционной активности региона возможен только в рамках эффективной инвестиционной стратегии региона, которая состоит из рыночных механизмов (повышение использования основных и оборотных средств, регулирование реальных доходов населения, формирование доверия к банковскому сектору) и государственного регулирования инвестиций (формирование, регулирующих инвестиционную деятельность, законодательных актов, субсидирование, внедрение инвестиционных программ).

Для анализа инвестиционной активности региона, необходимо рассмотреть динамику объема инвестиций (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика объема инвестиций в основной капитал по видам основных фондов в Белгородской области, млн. руб. [3]

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Инвестиции в основной капитал, всего	169 508,1	168 772,4	193 557,6
В жилые здания и помещения	34 004,9	29 831,3	32 230,3
В здания (кроме жилых) и сооружения, расходы на улучшение земель	59 601,7	48 908,7	58 304,5
В машины и оборудование, включая хозяйственный инвентарь, и другие объекты	67 692,2	78 563,3	90 454,8
Другие	8 209,3	11 469,1	12 568,0

Исходя из данных таблицы 1, общие инвестиции в основной капитал выросли на 14,2%. Наибольший объем инвестиционных средств за весь анализируемый период был направлен преимущественно на машины и оборудования, включая хозяйственный инвентарь, также значительная доля была направлена на здания (нежилые) и сооружения и улучшение земель.

Важным фактором для поддержания эффективности инвестиционных вложений является непрерывный поток финансовых средств, которые должны быть в оптимальном соотношении между привлеченными (инвестиционный кредит, субсидии, лизинг) и собственными (амортизационные отчисления, прибыль от основной деятельности) источниками финансирования (табл. 2).

Таблица 2 – Динамика объема инвестиций в основной капитал по источникам финансирования в Белгородской области, млн. руб. [3]

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Собственные средства	64 045,6	66 458,4	79 592,9
Привлеченные средства, из них:	440 503,2	38 164,4	47 449,5
<i>Кредиты банков</i>	<i>8 148,6</i>	<i>12 070,7</i>	<i>11 921,3</i>
<i>Заемные средства</i>	<i>580,2</i>	<i>1 923,4</i>	<i>2 065,2</i>
<i>Бюджетные средства</i>	<i>20 947,6</i>	<i>18 253,9</i>	<i>28 365,8</i>
Другие	9 107,9	5 674,6	4 911,2

Анализируя вышеуказанные данные, стоит отметить, что в 2020 году большую долю общего объема инвестиций занимали привлеченные средства, однако в 2021 – 2022 гг. ситуация изменилась и доля собственных источников увеличилась. На протяжении всего периода большую долю в привлеченных средствах занимали бюджетные средства. Стоит отметить, что данный фактор является положительным аспектом в повышении инвестиционной активности региона, так как высокая доля государственных вложений помогает реализовывать социально-значимые программы [4].

Также, для полной картины необходимо проанализировать инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности (рис. 1).

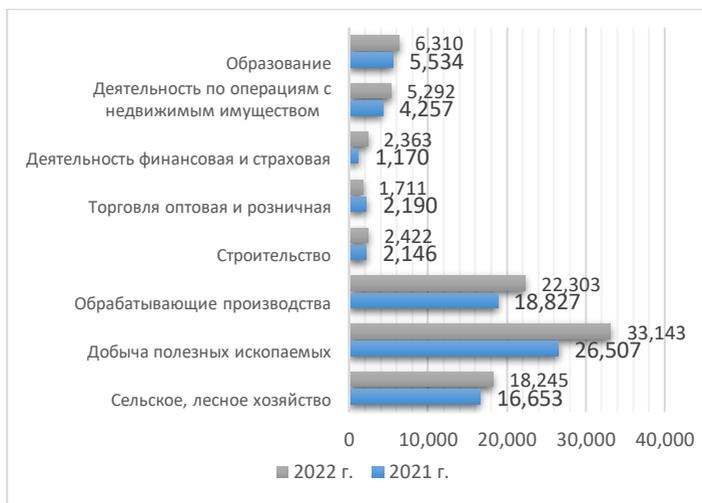


Рис 1 Динамика объема инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности в Белгородской области, млн. руб. [3]

Рассматривая данные рисунка 1, наибольший объем инвестиций на протяжении всего анализируемого периода был направлен на добычу полезных ископаемых, обрабатывающие производства и сельское хозяйство.

В целом, в регионе сохраняется положительная тенденция инвестиционной деятельности: увеличение инвестиций в основной капитал, поддержка сельского хозяйства и обрабатывающего производства (пищевая промышленность, металлургическое производство и выпуск готовых металлических изделий, производство строительных материалов). Несмотря на все благоприятные факторы, необходимо продолжать осуществлять необходимые мероприятия по повышению инвестиционной деятельности.

К таким мероприятиям следует отнести налоговую поддержку инвесторов, которая подразумевает в себе использование инвестиционного налогового кредита (отсрочка по налоговым платежам) [4]. Также хозяйствующим субъектам следует совершенствовать технику и технологии в производстве, так как сегодняшнее развитие предприятия зависит в большей степени не от расширения производства (покупка нового оборудования), а от его эффективности (внедрение технологически новых способов производства продукции).

Стоит также отметить развитие и поддержку финансового рынка в регионе, так как население напрямую не участвует в производственных процессах, но обеспечивает его деятельность с помощью финансовых рынков. При условии грамотной организации деятельности и защищенности инвесторов, производство может привлечь временно свободные денежные средства [1].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ашырова, Л. Способы повышения инвестиционной активности / Л. Ашырова, Х. Хангулыев, А. Гелдиев // Символ науки: международный научный журнал. – 2023. – № 4-2. – С. 77-78.
2. Батаева, П. С. Инвестиционная активность как фактор экономического роста / П. С. Батаева, М. Н. Агасиева, З. Ш. Амерханова // Журнал прикладных исследований. – 2022. – Т. 2, № 6. – С. 138-142.
3. Белгородская область в цифрах. 2023: Краткий статистический сборник/ Белгородстат. – 2024. – 232 с.
4. Журкина, Т. А. Совершенствование методики анализа основных средств предприятия / Т. А. Журкина, Т. В. Сабетова // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2018. – Т. 80, № 1(75). – С. 273-282.
5. Сероштан, М. В. Государственная поддержка субъектов малого и среднего бизнеса: особенности и проблемы / М. В. Сероштан, Г. З. Акимова // Экономические и гуманитарные науки. – 2019. – № 8(331). – С. 51-63.

УДК 330.332

Чернова Д.Д.

*Научный руководитель: Сероштан М.В., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сегодняшние экономические реалии диктуют предприятиям необходимость укрепления конкурентных позиций на рынке, что подразумевает в себе улучшение его качественных и количественных характеристик, однако для этого требуется определенное количество финансовых затрат. Наиболее оптимальным источником финансирования являются инвестиции, с помощью которых

предприятие получает возможность внедрения новых технологий, расширения продуктового ассортимента и повышение уровня производства.

Прежде чем организация получит финансирование из вне, требуется рассмотреть ее инвестиционную привлекательность, которая используется в качестве оценки эффективности капитальных вложений инвесторов. Под инвестиционной привлекательностью понимается возможность хозяйствующего субъекта вызвать интерес у инвестора для вложения инвестиций в предполагаемый проект, включая способность эффективного принятия и использования инвестиций для получения прибыли и обеспечения его устойчивого финансового состояния [5].

Уровень инвестиционной привлекательности является важным критерием не только для инвесторов, но и для самого предприятия в целом, так как с ее помощью формируется уровень конкурентоспособности самой организации, а также стабилизируется уровень производства в постоянно изменяющихся условиях внешней среды.

Оценка инвестиционной привлекательности определяется как финансовыми показателями, так и внешними условиями рыночной среды – отрасль, регион или страна в целом. При этом следует учитывать, что данный показатель является интегральным ввиду постоянно изменяющихся факторов, которые играют различную роль для того или иного предприятия [2; 7].

Анализ литературы показал, что в настоящее время не существует единого подхода к оценке инвестиционной привлекательности предприятия [8], в особенности отсутствуют общепризнанные критерии внешних и внутренних факторов, которые могли быть использованы всеми инвесторами (рис. 1).

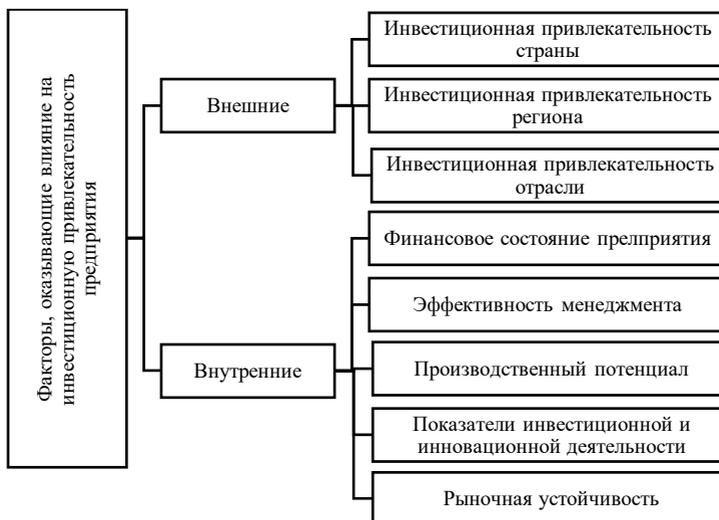


Рис 1 - Факторы, воздействующие на инвестиционную привлекательность [6]

Как правило, к методам оценки инвестиционной привлекательности относятся следующие [1]:

1. Анализ внешней и внутренней среды. Проводится оценка влияния факторов внешней и внутренней среды на организацию.

2. Метод дисконтирования денежных потоков. Расчет денежной выгоды, получаемой инвесторами после вложения средств в организацию.

3. Нормативно-правовой метод. Анализируется нормативно-правовая база организации в течение определенного промежутка времени, предоставляя возможность получить исчерпывающее представление о деятельности компании.

Также, необходимым этапом при анализе инвестиционной привлекательности предприятия является оценка внутренних факторов деятельности предприятия, которые в высшей степени влияют на нее (табл. 1).

Таблица 1 – Перечень основных внутренних факторов, влияющих на деятельность предприятия [3]

Внутренние факторы	Показатели
Финансовые	- повышение эффективности использования основных и оборотных средств;

	<ul style="list-style-type: none"> - улучшение финансового положения предприятия; - повышение управления прибылью и кредиторской задолженностью
Экономические	<ul style="list-style-type: none"> - использование качественных маркетинговых мероприятий; - эффективное управление ценообразованием; - постоянный мониторинг за ценами на сырье; - использование экологически безопасных технологий; - контроль за качеством выпускаемой продукции
Кадровые	<ul style="list-style-type: none"> - эффективное использование человеческого капитала; - повышение квалификации работников
Информационные	<ul style="list-style-type: none"> - внедрение в рабочую среду современных информационных программ; - организация эффективной коммуникации между сотрудниками
Деловая репутация	<ul style="list-style-type: none"> - внедрение PR-стратегии; - создание PR-ресурсов

Для повышения уровня инвестиционной привлекательности предприятия необходимо реализовывать следующие мероприятия:

- разработать стратегию развития предприятия, которая будет взаимосвязана с повышением инвестиционной привлекательности;
- поддерживать в своей деятельности положительную кредитную историю;
- разрабатывать и утверждать ежегодно бюджет;
- использовать инструменты факторинга и лизинга.

Важно также учитывать передовой опыт российских предприятий и зарубежный опыт привлечения инвестиций [4].

Подводя итоги, необходимо отметить, что для повышения инвестиционной привлекательности предприятия следует непрерывно отслеживать внутренние и внешние факторы деятельности хозяйствующего субъекта, своевременно реагировать на возможные риски и снижать их влияние на функционирование предприятия. Как следствие, данные действия будут способствовать эффективному использованию собственных финансовых ресурсов и повышению

инвестиционной привлекательности, что позволит внедрять новые технологии, инновации и приведет к обеспечению конкурентоспособности предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Агаджанян, А. К. Теоретические аспекты инвестиционной привлекательности предприятия на современном этапе экономического развития / А. К. Агаджанян // Евразийский союз ученых. – 2020. – № 12-7(81). – С. 7-12.

2. Акимова Г.З., Сероштан Е.В., Усатова Л.В. Ретроспективный анализ и перспективы развития инвестиционной деятельности региона на примере Белгородской области //Учет и статистика. 2020. №4 (60). С. 67-78.

3. Бабенко, И. В. Пути повышения инвестиционной привлекательности предприятия / И. В. Бабенко, В. Н. Кедрус // Вестник науки. – 2020. – Т. 1, № 10(31). – С. 28-38.

4. Белоусова А.М., Усатова Л.В., Герасимова Н.А. Зарубежный опыт привлечения инвестиций в сферу жилищного строительства // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2012. №4 (33). С. 152-158.

5. Калущкая Н.Н, Усатова Л.В. Теоретические основы инвестиционной привлекательности компании // Белгородский экономический вестник. 2021. № 1 (101). С. 163-187.

6. Кириченко, Д. А. Инвестиционная привлекательность предприятия: сущность, факторы, оценка / Д. А. Кириченко // Экономика строительства. – 2021. – № 6(72). – С. 58-67.

7. Сероштан, М. В. Инвестиционное проектирование как инструмент социально-экономического развития региона / М. В. Сероштан, Г. З. Акимова, И. Ю. Бакаляр // Актуальные проблемы теории и практики управления : Сб. научных статей по материалам Международной научно-практической онлайн-конференции в рамках "Всемирной недели предпринимательства", Смоленск, 25 ноября 2020 года / Отв. ред. Е.Ю. Ершова. – Смоленск: ЗАО "Университетская книга", 2020. – С. 125-132.

8. Усатова Л.В., Арская Е.В. Методологические подходы к оценке потребности предприятия в инвестиционных ресурсах // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. 2012. №8. С. 5-10.

УДК 338.24

Шанси Н.В

*Научный руководитель: Божков Ю.Н., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ГАИТИ

Гаити, страна в Карибском море, включающая западную треть острова Эспаньола и гораздо более мелкие острова, такие как Гонаве, Тортуэ (Тортуга), Гранд-Кайе и Ваче. Столица - Порт-о-Пренс.

Гаити, население которой почти полностью происходит от африканских рабов, завоевало независимость от Франции в 1804 году, что сделало его второй страной на Американском континенте после Соединенных Штатов, освободившейся от колониального господства. Однако на протяжении веков экономические, политические и социальные трудности, а также ряд стихийных бедствий приводили Гаити к хронической нищете и другим серьезным проблемам. Гаити остается беднейшей страной в регионе Латинской Америки и Карибского бассейна и одной из беднейших стран мира.

Гаити не известна как страна, богатая природными ресурсами. Однако за последние пять лет его потенциал в области полезных ископаемых и углеводородов породил повальное увлечение разведкой этих ресурсов и привлек иностранных инвесторов. Правительство Гаити и его международные партнеры работают над возрождением и развитием горнодобывающего сектора, который бездействовал с начала 1980-х годов.

В настоящее время минеральные ресурсы Гаити остаются неизвестными, по крайней мере, населению Гаити. Однако американские и канадские горнодобывающие компании, которые проводят исследования с 2008 года, подсчитали, что недра Гаити содержат богатства, которые на международных рынках могут стоить до 20 миллиардов долларов США. Эти оценки не учитывают ресурсы углеводородов, но недавние разведочные работы свидетельствуют о существовании реальной непредвиденной прибыли. Чтобы воспользоваться преимуществами таких ресурсов, правительство бывшего президента Мишеля Мартелли (2011-2016) инвестировало в возрождение горнодобывающего сектора, сосредоточив внимание на трехсторонней стратегии: освоение минеральных ресурсов за счет инвестиций иностранных горнодобывающих компаний, реформа правовой базы, касающейся добычи полезных ископаемых, и создание

составления горного кадастра и оценки горнодобывающего потенциала страны в этой области.

В декабре 2012 года Бюро горнорудной промышленности и энергетики (ВМЕ) выдало первые разрешения на добычу полезных ископаемых с момента принятия Закона о добыче полезных ископаемых в 1976 году. Эти разрешения позволили бы двум канадским компаниям (Eurasian Minerals и Majescor Resources) и американской компании (VCS Mining) разрабатывать золото и медь в северном и северо-восточном департаментах страны - на территории площадью 120 км². Существуют также многочисленные разрешения на поиск и разведку, охватывающие около 10% территории страны, выданные ВМЕ в предыдущие годы .

Гаити - одна из беднейших стран мира, и на замедленном развитии страны сказываются богатые страны. Соединенные Штаты стремились изолировать недавно получившее независимость Гаити в начале 19-го века и насильственно оккупировали островное государство в течение 19 лет в начале 20-го века. Хотя США официально покинули Гаити в 1934 году, они продолжали контролировать государственные финансы Гаити до 1947 года, выкачивая около 40% национального дохода Гаити для обслуживания выплат по долгам США и Франции.

Большая часть этого долга Франции стала наследием того, что ученый из Университета Вирджинии Марлен Дауг называет "величайшим ограблением в истории": окруженное французскими канонерскими лодками, недавно получившее независимость Гаити было вынуждено выплатить своим рабовладельцам репарации. Вы прочитали это правильно. Именно бывшие рабы Гаити, а не французские рабовладельцы были вынуждены выплачивать репарации. Гаитяне компенсировали своим угнетателям и потомкам их угнетателей привилегию быть свободными. Гаити потребовалось более столетия, чтобы погасить долги по репарациям.

Но как нация освобожденных чернокожих рабов, Гаити представляла угрозу существующему мировому порядку. Президент Томас Джефферсон стремился дипломатически изолировать Гаити и задушить ее экономически, опасаясь, что успех Гаити вдохновит восстания рабов на родине. С изобретением и распространением хлопкоочистительной машины рабство стало гораздо более прибыльным в то самое время, когда появилось свободное Гаити, а рабовладельцы в Соединенных Штатах и других странах цеплялись за бесчеловечные средства производства и расширяли их. Успех Гаити десятилетиями воспринимался как угроза этой системе, и Соединенные Штаты официально не признавали Гаити до 1862 года, когда рабство начали отменять.

Почти буквально под дулом пистолета Гаити уступило требованиям Франции, чтобы обеспечить свою независимость. Сумма была слишком велика, чтобы молодая нация могла выплатить ее сразу, и поэтому ей пришлось брать кредиты во французском банке под высокие проценты. В течение следующего столетия Гаити выплатило французским рабовладельцам и их потомкам сумму, эквивалентную от 20 до 30 миллиардов долларов в сегодняшних долларах. Гаити потребовалось 122 года, чтобы расплатиться с ним. Профессор Марлен Даут пишет, что это "серьезно подорвало способность новой независимой страны к процветанию"

В 2021 году Гаити занимала 138-е место в мире по экспорту товаров и 133-е место по экспорту коммерческих услуг. Стоимость экспорта составила 969 миллионов долларов и 101 миллион долларов соответственно. Промышленные товары были основной категорией экспорта Гаити, за ними следовали сельскохозяйственная продукция, топливо и продукция горнодобывающей промышленности, на долю торговли приходилось 37,41 процента ВВП. Что касается импорта, то Гаити является 79-м по величине импортером товаров в мире и 123-м по величине импортером коммерческих услуг. Стоимость импорта в 2021 году составила 3 207 и 583 миллиона долларов соответственно. Первая категория импорта из Гаити касается промышленных товаров, за которыми следуют сельскохозяйственная продукция, топливо и продукция горнодобывающей промышленности. Гаити является участником двух отдельных региональных торговых соглашений, а именно Карибского сообщества и Общего рынка (КАРИКОМ), и Соединенного Королевства, государств КАРИКОМ.

Гаити сталкивается со многими проблемами экономического и социального развития, некоторые из которых сохраняются на протяжении многих лет. Вот некоторые из наиболее важных проблем, стоящих перед страной :

Политическая нестабильность: Хроническая политическая нестабильность в Гаити препятствует экономическому и социальному развитию страны. Протесты, политические волнения и частая смена правительства создали атмосферу неопределенности, которая отпугивает иностранных инвесторов и препятствует инициативам в области развития.

Продовольственная безопасность: Продовольственная безопасность является постоянной проблемой на Гаити. Такие факторы, как ухудшение состояния окружающей среды, климатические потрясения, обезлесение и слаборазвитые сельскохозяйственные

системы, способствовали повсеместному отсутствию продовольственной безопасности.

Недостаточная инфраструктура: Базовая инфраструктура, включая дороги, электроснабжение и доступ к питьевой воде, часто является недостаточной и находится в плохом состоянии на Гаити. Это препятствует экономическому росту и качеству жизни граждан.

Стихийные бедствия: Гаити часто подвергается стихийным бедствиям, включая ураганы, землетрясения и наводнения. Эти стихийные бедствия оказывают разрушительное воздействие на экономику и инфраструктуру страны.

Коррупция: Коррупция является распространенной проблемой в Гаити и препятствует экономическому и социальному развитию, подрывая доверие общественности, препятствуя иностранным инвестициям и отвлекая государственные ресурсы.

Отсутствие безопасности: Отсутствие безопасности является растущей проблемой на Гаити, сопровождающейся ростом насилия, похищений людей и деятельности преступных группировок, что еще больше препятствует экономическому и социальному развитию.

Перспективы на 2023 год остаются сложными для экономики Гаити. Многие компании, особенно иностранные, резко сокращают свою деятельность или уходят из страны. Хотя рост может снова стать немного положительным в 2023 году (+0,3%, согласно последним прогнозам МВФ, однако пересмотренным в сторону понижения), сохраняются многие риски: политическая нестабильность, перебои в деятельности, вызванные бандформированиями, чрезвычайные ситуации в области общественного здравоохранения, подверженность стихийным бедствиям, нестабильность денежных переводов (которые составляют 24% ВВП), возможный новый скачок мировых цен на продовольствие и энергоносители, к которому страна была бы особенно уязвима из-за своего островного характера. Инфляция в размере +21%, прогнозируемая МВФ, является целью, которую министр финансов Гаити считает недостижимой, поскольку он скорее ожидает 30%.

Чтобы справиться с этими вызовами, Гаити нуждается в политической стабильности, инвестициях в инфраструктуру, усилиях по борьбе с коррупцией, программах по улучшению доступа к образованию и здравоохранению, а также мерах по повышению устойчивости к стихийным бедствиям. Важно отметить, что ситуация на Гаити может быстро развиваться и что недавние события могут оказать влияние на эти проблемы. Однако ситуация сложна, и решение этих проблем требует национальной и международной координации, а также стратегической ориентации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Новые подходы к взаимодействию регионального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общ. ред. проф. А.С. Трошина. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2024 – 243 с.
2. Climate of Haiti // Britannica [электронный ресурс] URL: <https://www.britannica.com> (дата обращения: 05/05.2024).
3. Difficiles perspectives de sortie de crise économique en Haïti // Ministère de L'economie, des finances et de la souverainete industrielle et numerique [электронный ресурс] URL: <https://www.tresor.economie.gouv.fr> (дата обращения: 05.05.2024).
4. Enomy G. Pourquoi Haïti Peut Réussir: Un essai d'économie politique Broché. - Paris: C3 Editions, 2019. - 224 с.
5. Haïti Présentation // La banque Mondiale [электронный ресурс] URL: <https://www.banquemondiale.org> (дата обращения: 05.05.2024).
6. La problématique du développement économique d'Haïti au regard de son extreme pauvreté // AlterPresse [электронный ресурс] URL: <https://www.alterpresse.org> (дата обращения: 05.05.2024).
7. Lamaute-Brisson N. L'économie informelle en haïti. De la reproduction urbaine à Port-au-Prince. - Paris: l'Harmattan, 2002. - 318 с.
8. Musset J. Problemes de la croissance economique d'haïti : дис. д.-р. экон наук: EC55542 . - Ottawa, 1970. - 212 с.
9. 'The Greatest Heist In History': How Haiti Was Forced To Pay Reparations For Freedom // npr [электронный ресурс] URL: <https://www.npr.org> (дата обращения: 05.05.2024).
10. Un développement qui ne laisse personne de côté // PNUD [электронный ресурс] URL: <https://www.undp.org> (дата обращения: 05.05.2024).

УДК 331.108

Шапкина Д.Н., Добкин С.Г.

*Научный руководитель: Божков Ю.Н., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ: КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Управление персоналом является одним из ключевых элементов успешной конкурентной стратегии любой организации. Эффективное управление человеческими ресурсами позволяет не только создать благоприятную рабочую среду и мотивировать сотрудников, но и придать компании конкурентное преимущество на рынке. В данной статье нами будут рассмотрены основные аспекты управления персоналом, которые являются ключевыми для разработки и успешной реализации конкурентной стратегии организации. От подбора и развития персонала до мотивации и удержания ключевых сотрудников – все эти основополагающие элементы будут рассмотрены в контексте их влияния на конкурентоспособность компании.

В современном бизнесе управление персоналом становится все более стратегическим и важным аспектом. Организации, способные правильно выстраивать отношения с сотрудниками, оптимизировать их рабочую деятельность, а также создавать условия для их профессионального и личностного развития, обретают прочный фундамент для успешной конкуренции на рынке.

Управление персоналом включает в себя целый комплекс мероприятий, начиная с подбора и адаптации новых сотрудников и заканчивая стратегиями мотивации, поддержки и развития текущих сотрудников [2]. Ключевыми аспектами конкурентной стратегии в этом контексте являются выявление потребностей персонала, адаптация к изменяющимся условиям рынка, постоянное обучение и развитие сотрудников, а также создание эффективных команд и механизмов поддержки и стимулирования их работы.

Понимание и умение правильно применять такие аспекты управления персоналом помогают компаниям выйти вперед в конкурентной борьбе, обеспечивая стабильный рост и успех на рынке. В дальнейшем мы рассмотрим более подробно каждый из этих ключевых аспектов и их влияние на конкурентоспособность организации.

На рис. 1 рассмотрим, как использование эффективного управления персоналом в организации может принести преимущества, позволяющие улучшить конкурентную стратегию компании.



Рис. 1. Преимущества использования управления персоналом для улучшения конкурентной стратегии (сост. автором с исп. источника [4])

Использование эффективного управления персоналом помогает компании улучшить свою конкурентоспособность, развивая и мотивируя персонал, формируя уникальные команды и обеспечивая адаптацию к современным требованиям рынка.

Разработка и успешная реализация конкурентной стратегии организации тесно связана с рядом ключевых аспектов управления персоналом, а именно [1,3]:

1. Развитие кадрового потенциала: эффективное управление персоналом включает в себя определение ключевых компетенций и навыков, необходимых для достижения стратегических целей компании, и разработку планов развития персонала для их приобретения. Развитие кадрового потенциала помогает компании создать сильные и конкурентоспособные команды.

2. Мотивация персонала: важным аспектом управления персоналом является создание мотивирующей рабочей среды, способствующей энтузиазму, лояльности и эффективности сотрудников. Мотивация может осуществляться как финансовыми вознаграждениями, так и нематериальными стимулами, такими как признание заслуг и возможности карьерного роста.

3. Технологические инновации и обучение: организации, стремящиеся быть конкурентоспособными, должны инвестировать в обучение своих сотрудников и внедрение новых технологий. Управление персоналом должно обеспечить подготовку персонала к работе с новыми инструментами и технологиями, что поможет повысить эффективность и конкурентоспособность компании.

4. Культура организации: успешная конкурентная стратегия часто зависит от культуры организации. Управление персоналом должно способствовать формированию корпоративных ценностей, которые отражают цели и стратегические приоритеты компании, и помогать сотрудникам понимать и разделять эти ценности.

5. Управление производительностью: контроль и управление производительностью персонала являются важными элементами успешной реализации конкурентной стратегии. Управление персоналом должно предоставлять инструменты и механизмы для оценки производительности сотрудников, установления целей и мониторинга их достижения.

Акцентирование внимания на вышеперечисленных аспектах управления персоналом позволит организации разрабатывать и успешно реализовывать конкурентные стратегии, обеспечивая ее устойчивый рост и конкурентоспособность на рынке.

Для улучшения конкурентного преимущества, управление персоналом играет достаточно важную и ключевую роль в общем процессе. Во-первых, благодаря эффективному управлению кадрами, компания может повысить производительность бизнеса. Компетентно управляемые сотрудники обладают нужными навыками, мотивацией и поддержкой для достижения поставленных целей. Это приводит к конкурентоспособности на рынке [6].

Во-вторых, квалифицированный персонал способен генерировать новые идеи, реализовывать инновационные проекты, следить за тенденциями рынка и принимать оперативные решения. Это позволяет компании быть впереди конкурентов и адаптироваться к изменяющимся условиям.

Также важным преимуществом является возможность быстро адаптироваться к изменениям. Гибко настроенный персонал,

способный быстро реагировать на изменения внешней среды, является ключевым активом при реализации конкурентной стратегии. Управление персоналом должно обучать сотрудников новым навыкам и повышать их адаптивные способности [3]. В целом, качественное управление персоналом способствует формированию сильной и эффективной команды, способной эффективно реализовывать конкурентные стратегии, что вносит значительный вклад в успех организации на рынке.

Таким образом, можно сделать вывод, что эффективное управление персоналом играет решающую роль в повышении конкурентоспособности организации. Квалифицированный и мотивированный персонал способствует росту производительности, развитию инноваций, удержанию талантов, адаптации к изменениям и созданию уникальных конкурентных преимуществ. Управление персоналом должно быть направлено на развитие сотрудников, создание благоприятной рабочей среды и формирование сильной команды, способной успешно реализовывать конкурентные стратегии компании. Все эти аспекты взаимосвязаны и важны для долгосрочного успеха организации на рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бобков Д.Е. Место стратегии управления персоналом в общем управлении // Молодой учёный. 2022. № 4 (399). С. 90-93.
2. Ботнарюк И.А., Ю.В. Астахов. Оценка труда персонала, как основа формирования системы стимулирования и мотивации в организации // Белгородский экономический вестник. 2019. С. 89-95.
3. Коваленко Т.В. Новые подходы к совершенствованию системы управления персоналом // SAI. 2024. № 24. С. 396-403.
4. Науменко М.И., Лымарева О.А. Мотивация и стимулирование персонала предприятия в условиях инновационного развития // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. № 1-2 (107). С. 88-91.
5. Новые подходы к взаимодействию реального и финансового секторов региональной экономики: монография / под общ. ред. проф. А. С. Трошина. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2024. - 243 с.
6. Стратегия управления персоналом: составляющие и виды [Электронный ресурс] URL: <https://top-career.ru> (дата обращения: 09.05.2024 г.)

УДК 33.336.719

ПРИЧИНЫ И ДЕЙСТВИЯ, ОГРАНИЧИВАЮЩИЕ БАНКОВСКИЕ ЭКОСИСТЕМЫ

Рассматривая основные причины, тормозящие дальнейшее развитие банковских экосистем, можно выделить следующие:

1. Неразвитость интернет-инфраструктуры

На пути развития банковских экосистем в России возникает сложность, проявляющееся в медленном распространении цифровизации банковских услуг по отношению к возрастающей конкуренции со стороны других конкурентов из отраслей IT, телекоммуникаций и ритейла, в которых так же появляются собственные платежные системы. [2] Данный вопрос можно решить с помощью развития системы цифровизации в банковском обслуживании, комплексным изучением и разборе всех нюансов цифрового банкинга.

Интернет сегодня проникнул во многие процессы и занял значимую долю в жизни, также не смотря на активное развитие интернета в мире, где в 8 странах число пользователей и распространенность интернета в целом находится на уровне свыше 99, в следующих 55 странах – от 90%. В России этот показатель несколько ниже и составляет 88,2% (Рис.1) [3].

Еще одним препятствием является низкая адаптация к цифровому банкингу, так согласно данным The MSR Group, любят, когда у банка, который они используют имеется много отделений, при этом такая практика распространена и среди клиентов, использующих цифровые банковские продукты. В большинстве случаев они используют отделения банка тогда, когда хотят положить деньги на вклад или снять деньги со счета.

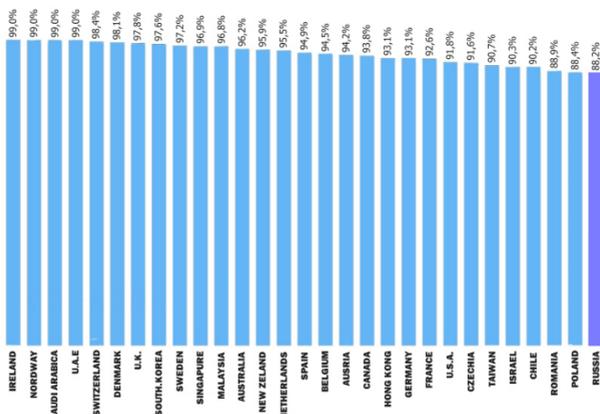


Рис. 1. Статистика интернета и соцсетей в России и мире на 2023 г.
 Источник: составлено автором на основе исследования WebCanape [3].

И в дальнейшем они не планируют менять свои привычки. Самым распространённым фактором является удобство, которое стимулирует людей использовать банковское отделение, 20% выбирают посещение банковского офиса, потому что он располагается вблизи дома или работы, и 6% отметили, что иногда вопрос, который необходимо решить проще решить при личном общении с сотрудником банка (Рис.2) [4].

К психологическим трудностям относятся страх потерять деньги в интернете. В банках случается практика массовых взломов клиентов и кража их средств. Данная проблема имеет социальные и юридические истоки, так в банках наблюдаются случаи мошенничества и их постоянная модернизация. Так в 2022 году было украдено рекордное количество средств 14,1 млрд. рублей, при этом смогли вернуть всего 4,4% или 618,4 млн., для сравнения в 2021 году банки возместили своим клиентам 6,8%, или 920,5 млн руб, но несмотря на технические несовершенства системы безопасности, самыми распространенными случаями мошенничества остается способ социальной инженерии когда под психологическим воздействием люди сами раскрывают свои данные.

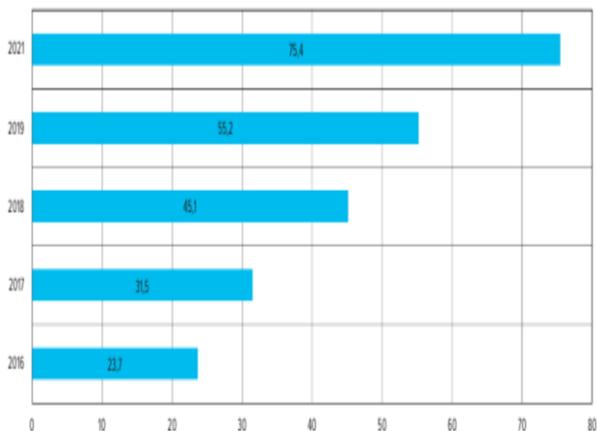


Рис. 2. Показатели взрослого населения использующие онлайн доступ к банковским счетам при переводе средств.

Основной риск для потребителей экосистемы заключается в ограничении выбора. В результате пользователи экосистемы могут получать товары и услуги удовлетворительного, но не самого высокого качества. Это также отражается в отсутствии желания находить альтернативу в числе товаров и услуг за горницами экосистемы. Однако из-за привычек, удобства или желания искать или узнавать что-то новое не побуждает покупателей находить более подходящее предложение за пределами экосистемы. Еще есть особенность как «цифровизация предложения», то есть, когда для пользователя к основному продукту алгоритмы выбирают товары, которые его могут заинтересовать, основываясь на предыдущих запросов или покупок, либо товаров схожих со схожими характеристиками. Когда появляется потребность в нужном товаре, потребитель видит его в рекомендациях и может заплатить за него больше, чем это действительно стоит из-за отсутствия альтернативных вариантов.

Экосистемой также осуществляется сбор больших объемов данных о привычках клиентов и их ежедневных покупках, изучает также поведение и соответствующим образом настраивается целевая реклама которая в дальнейшем может привести к тому, что потребители будут автоматически принимать новые товары и сервис предложенный экосистемой, поскольку темп жизни постоянно возрастает и время и время на выбор уделяется меньше даже если продукте нет реальной потребности.

Для поставщиков товаров и услуг партнерские отношения с экосистемами открывает как новые возможности, так и новые риски. Платформы с течением времени становятся основным каналом продаж, возрастает риск дискриминации поставщиков, использующих данную площадку (например, между внешними поставщиками и поставщиками, связанными с платформой, или отдельными поставщиками на основе бизнеса или силы бренда).

Такая дискриминация может носить технический или информационный характер (выражаться в нестабильном техническом соединении, неполной или несвоевременной передаче информации, собранных данных, заниженной позиции поставщиков в результатах поиска, а также неравных условия партнерства, на основе непрозрачных критериев). [6]

Один из ключевых рисков по мнению Центрального банка в распространении банковских экосистем является увеличении доли иммобилизованных активов на балансе предприятия. Это связано с тем, что в отличие от классических банковских продуктов вкладов и кредитов, вложения в эти активы не требуют возвратов денежных средств. На Российском рынке активно развивают экосистемы Сбербанк, ВТБ, Тинькофф банк, но меры ограничения, которые будут вводиться затронет всех участников рынка

Иммобилизованные активы – это средства банка, которые не могут быть быстро конвертированы в наличные средства и могут долго оставаться на балансе банка, например, недвижимость, оборудование, интеллектуальная собственность и т.д. Высокая доля таких активов в капитале значительно ограничивает объем основных средств, которые банк может направить на свои профильные продукты, такие как кредиты и займы. Использование данного инструмента может привести к риску кредитного портфеля. Если большая часть кредитного портфеля банка обеспечена недвижимыми активами, существует риск снижения доходности портфеля. Сбербанк строит крупнейшую на российском рынке экосистему еще с 2017 года которая в дальнейшем была переименована в «Сбер». К 2020 году «Сбер» потратил на покупку финансовых и нефинансовых компаний и их развитие, \$1 млрд, или 3% чистой прибыли. Общий объем инвестиций «Сбера» в нефинансовые активы экосистемы за первые 3 года года составили около 150 млрд руб. На сегодняшний день экосистема включает в себя более 50 компаний и сервисов для физических, юридических лиц, и для государства. Среди основных отраслей — электронная коммерция, доставка продуктов питания, такси, каршеринг, медиа и развлечения, мобильный оператор, здравоохранение и т.д. [7]

Для управления рисками, связанными с использованием иммобилизованных активов Банк России, предлагает следующие варианты в регулировании экосистем.

- Разделение по разным институтам банковскую и нефинансовую деятельность.

- Внедрение максимального коэффициента риска (1250%) или вычет из капитала банка всех новых вложений в ИА, которые создают повышенные риски для кредиторов и вкладчиков.

- Введение для таких ИА риск-чувствительного лимита в процентах от капитала (РЧЛ) что является наиболее сбалансированным вариантом. [6]

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анализ современного состояния финансового сектора экономики с целью повышения инвестиционной привлекательности региона / под общ. ред. проф. С.М. Бухоновой. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2020. - с. 135.

2. Назаренко В. А., Бочкова Е. В. Основные проблемы и пути совершенствования интернет-банкинга в России // Молодой ученый. — 2015. — №8. — С. 587-590.

3. Статистика интернета и соцсетей на 2023г. URL: (<https://www.web-scanare.ru> дата обращения: 05.05.2023)

4. Ассоциация Российских банков исследования о посещении клиентами офисов банков. URL: <https://arb.ru/> дата обращения: 05.05.2023)

5. Федеральный закон "Об электронной подписи" от 06.04.2011 N 63-ФЗ URL: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.12.2023).

6. Экосистемы: подходы к регулированию URL: <https://cbr.ru> (дата обращения 11.12.2023).

7. Экосистема Сбера URL: <https://spec.tass.ru> (дата обращения 11.12.2023).

Швец А.М.

*Научный руководитель: Никифорова Л.Х., канд. экон. наук, доц.
Московский государственный технический университет гражданской
авиации, г. Москва, Россия*

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОДА РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Модель менеджмента - это совокупность представлений об основных элементах системы управления, характеристиках субъекта управления, способах воздействия на объект управления и механизмах формирования внешних и внутренних коммуникаций, факторах адаптации к внешней среде с целью обеспечения жизнеспособности и устойчивого развития. При всей универсальности базовых принципов и методов менеджмента исследователями выделяется региональная и национальная специфика. Многие не раз слышали о японской или американской модели, но интерес вызывает российский менеджмент, отличающийся своей неоднозначностью и противоречивостью.

С распадом Советского Союза и исчезновением командной экономики, стране пришлось «выбирать» новую экономическую модель управления. С одной стороны, была возможность последовать примеру стран запада, или, наоборот, восточных соседей, а с другой, выработать свою собственную национальную специфику. Возникает вопрос, какой он – код российского менеджмента?

Существуют разные подходы к определению национальных особенностей моделей управления. Рассмотрим портрет России, исходя из менталитета нации и социально-культурных особенностей. К факторам, повлиявшим на формирование национального характера, относятся особенности географического положения, исторического процесса, особенности социально-экономического развития, особенности культуры и религиозного сознания.

В 2004 г. в рамках реализации программы межкультурных исследований GLOBE были выделены пять кластеров национальных культур: англосакский, западноевропейский, восточноевропейский, латиноамериканский и африкано-азиатский [1]. Согласно данной классификации Россия была отнесена к восточноевропейскому кластеру. Но стоит отметить, что наша страна находится на стыке Европы и Азии, поэтому она впитала в себя и восточную культуру управления в том числе, что повлияло на дуалистический характер российского портрета.

На основе анализа источников, можно выделить следующие черты менталитета в РФ, отличающегося дуализмом (Рис. 1) [2].



Рис. 1. Характеристика менталитета в РФ

Также исследователи выделяют следующие черты: «уровнировка», игнорирование законов, сокрытие доходов и теневая экономика [2].

Но определения национальных особенностей менеджмента на основе качественных характеристик недостаточно для описания модели управления, поэтому большее внимание вызывают количественные методики.

Наиболее интересными из них являются:

1. Типология культурных измерений Г. Хофстеде.
2. Семь измерений культуры (Фонс Тромпенаарс и Чарльз Хэмиден-Тернер).

Нидерландский социолог Герт Хофстеде предложил 4 параметра, позволяющих описать различия между национальными культурами: дистанция власти; коллективизм и индивидуализм; женственность и мужественность; избегание неопределенности.

Согласно типологии Хофстеде, в России высокая дистанция власти; Россия лидер по избеганию неопределенностей, феминная

нация; Россия находится посередине между индивидуализмом и коллективизмом [3].

А.А. Аузан обобщает исследование нидерландского социолога и отмечает, что «мы биполярная страна с двухядерной экономической культурой и пространственным разделением И-России и К-России по типу населенных пунктов и по территории с запада на восток» [3].

Обращаясь к результатам, полученным Хофстеде, стоит упомянуть, что исследование проводилось в 70-х гг. XX века, кроме того, компания, 80 тыс. сотрудников которой принимали участие в исследовании, не была представлена в СССР, поэтому результаты являются косвенными. Основные выводы по РФ делались по другим исследованиям, и многие характеристики России в типологии вызывают скепсис отечественных ученых. В целом же типология Хофстеде – удобный инструмент, но это лишь обобщение культурных черт, которые могут сильно отличаться от характеристик отдельных людей. [4]

Консультанты по менеджменту Фонс Тромпенаарс и Чарльз Хэмиден-Тернер в рамках своей работы «Семь измерений культуры» разослали анкеты более чем 46 000 менеджеров в 40 странах.

Они оценивали культуру по следующим параметрам:

1. Универсализм или партикуляризм.
2. Индивидуализм или коллективизм.
3. Конкретность (специальная культура) или диффузность.
4. Сдержанность или эмоциональность.
5. Достижения или атрибуты.
6. Последовательное или синхронное время.
7. Внутренняя или внешняя направленность. [5]

Согласно их исследованию, Россия относится к типовым партикуляристским культурам (наравне с Китаем и Латинской Америкой). Это значит, что все необходимо рассматривать в рамках конкретной ситуации, а не только действовать по инструкции. Кроме того, в РФ в приоритете коллектив, в обществе ценятся личные отношения (считается, что они важны для достижения бизнес-целей) и в сложных ситуациях мы полагаемся на группу. Россия относится к сдержанным культурам, которые не привыкли выражать свои эмоции, мысли и чувства. Также РФ имеет внешнюю направленность. Мы «верим», что окружение контролирует нас, таким образом, мы должны работать со своей средой для достижения необходимых целей.

Методика Хофстеде имеет некоторые преимущества перед данной типологией, так как в проведенном для ее создания исследовании участвовали только сотрудники одной организации, IBM, поэтому на его

результаты вряд ли повлияли различия в корпоративной культуре разных организаций [5].

Изучая российскую модель, стоит обратиться к исследованиям отечественных специалистов, например, к труду А. Прохорова [6]. Автор также акцентирует внимание на дуализме русской души, но его выводы о российском менеджменте значительно отличаются. В нашей системе главным стимулом всегда был не успех и обеспеченная старость («работа или безработица», как на Западе), не гармоничные отношения в коллективе («работа или позор», как на Востоке), а безопасность. Это значит, что управленцы в такой системе поощряют стабильность, нежели конкуренцию и инициативность.

Также Прохоров считает, что управление в России веками осуществлялось через «перераспределение ресурсов» [6]. И главный управленческий прием в экономике такого типа – умение произвести их «мобилизацию». Хороший управленец в такой системе – тот, кто чувствует момент, когда необходимо «вытрясти» из подчиненных припрятанные ресурсы. Сотрудники большую часть времени делают вид, что работают, чтоб потом не требовали еще больших стараний.

Делая выводы, автор подводит нас к мысли о том, что наибольшего успеха в РФ добиваются те компании, где удастся совместить проверенные веками российские ценности с самыми очевидными преимуществами западной управленческой модели. Стоит отметить, что книга была впервые издана в 2002 г., когда экономика еще не оправилась от распада СССР. По сравнению с тем временем, страна шагнула далеко вперед, поэтому не со всеми выводами автора можно согласиться.

Обобщая результаты зарубежных и отечественных исследований, а также качественные характеристики менталитета, можно выделить следующие особенности российского менеджмента:

1. Неконкурентность или использование «конкуренции администраторов» за волевое перераспределение ресурсов, а также существование механизмов, подавляющих конкуренцию.

2. Сохранение приемов мобилизационно-распределительного использования ресурсов.

3. Преобладание авторитарного стиля руководства и централизация на верхних уровнях управления.

4. Чередование стабильных и нестабильных режимов функционирования управленческих структур.

5. Постоянное стремление расщепить власть и ответственность, т.е. существование параллельных структур власти, внедряемых в автономную социальную ячейку (субъект РФ, регион, предприятие).

6. Существование уравнивающих тенденций внутри социальных организаций.

7. Перенос центра тяжести с государства на уровень предприятия.

8. Исчезновение «застылости» российского менеджмента.

Стоит учесть, что эта тема имеет перспективы развития, так как за прошедшие 20 лет экономика претерпела изменения и многие результаты исследований, проведенных в конце XX-начале XXI века, могли потерять частично свою актуальность. Да, базовые принципы скорее всего остались теми же, но отдельные методы управления претерпели трансформацию в связи с развитием рыночной экономики, введением санкций и пр.

Таким образом, российская модель управления не стоит на месте, она находится в постоянном развитии. Все больше вектор склоняется в сторону индивидуализма. Российский рынок на пороге нового этапа развития, когда фигура топ-менеджера окажется в центре общественной жизни, формируя новую российскую рыночную культуру. Менеджеры все больше и больше выходят на передний план, заставляя собственников [6]. Успех предприятия напрямую зависит от квалификации управленческого персонала.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Обзор исследования 2004 года// Исследовательский проект GLOBE URL <https://www.globeproject.com> (дата обращения: 17.04.2024).

2. Лунев, А. П. Становление и специфические особенности развития менеджмента в современной России / А. П. Лунев, Р. И. Акмаева // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2010. – № 2. – С. 44-52. – EDN NBVPDX.

3. Культурные коды экономики: Как ценности влияют на конкуренцию, демократию и благосостояние народа / А.А. Аузан. — М.: Издательство АСТ, 2022 —160 стр. : ил. — (Экономические миры)

4. Культурные измерения Хофстеде. Как национальные особенности влияют на модель управления/ Блог BITOBE — URL <https://blog.bitobe.ru> (дата обращения 23.04.2024)

5. Семь измерений культуры/ Проект Dialog.guide — URL <https://dialog.guide> (дата обращения 27.04.2024)

6. Русская модель управления/ Прохоров А. П. – М.: ЗАО «Журнал Эксперт», 2002. - 376 с.

Шишкина В.Р.

*Научный руководитель: Степаненко Е.В., канд. соц. наук, доц.
Московский государственный технический университет гражданской
авиации, г. Москва, Россия*

РАБОТА И ВОЗРАСТ: СТЕРЕОТИПЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

Стереотипные представления о возрасте и работе, несомненно, существуют в обществе. Например, молодые люди могут восприниматься как недостаточно опытные и незрелые для ответственных должностей, в то время как старшее поколение может сталкиваться с предвзятым отношением к их способностям и возможностям для обучения новшествам. Многие молодые специалисты могут обладать значительным потенциалом и энергией для достижения успеха в своей карьере, а опытные работники могут иметь обширные знания и навыки, которые они смогут реализовать на практике. Важно осознавать и ценить индивидуальные качества и способности каждого человека, вне зависимости от их возраста.

Актуальность данной темы исследования становится все более очевидной в современном обществе, где происходит увеличение работоспособного возраста и уровня образования, а также профессиональной подготовки людей.

При использовании понятия «возрастная дискриминация» исследователями подразумевается термин «геронтологический эйджизм», введенный Р. Батлером (Butler, 1969), обозначающий один из видов социальной дискриминации, который проявляется в желании и готовности работодателя взаимодействовать и сотрудничать только с теми людьми, чей возраст соответствует определенной возрастной категории [1].

В работе рассмотрены наиболее распространенные стереотипы о возрасте [2] и его влиянии на работоспособность людей разных поколений.

1. Пожилые люди неспособны эффективно работать из-за медленной реакции и ухудшающейся памяти. Например, работодатель может предполагать, что сотруднику старше 50 лет будет трудно адаптироваться к новым технологиям или программам из-за возрастных изменений.

2. Молодые сотрудники не обладают достаточным опытом и знаниями для выполнения сложных задач. Например, работодатель

может считать, что выпускники не имеют необходимого опыта работы и не смогут справиться с ответственностью.

3. Женщины, находящиеся в репродуктивном возрасте, будут часто отсутствовать на работе из-за беременности и ухода за детьми. Из-за этого работодатель может избегать трудоустройства женщин определенного возраста из-за страха перед увеличением текучести кадров и необходимости предоставления отпусков по уходу за ребенком.

В рамках данной темы автором проведено социологическое исследование методом анкетирования, в котором принимали участие люди разных возрастов и социального статуса (Рис.1). Всего в исследовании участвовало 115 человек.

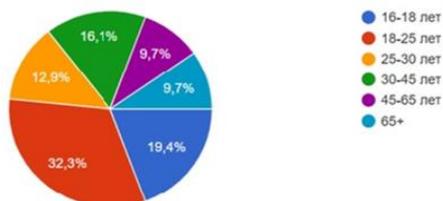


Рис. 1. Анализ возраста респондентов

На вопрос: «Какой возраст при приеме на работу был бы предпочтительнее?» Большинство респондентов выбрали работников среднего возраста с опытом работы (Рис.2).

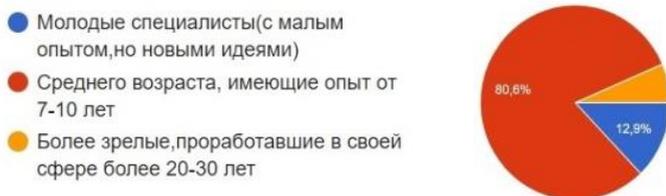


Рис. 2. Анализ предпочтительного возраста приема на работу

На вопрос о наличии проблем с трудоустройством молодых матерей большинство опрошенных подтвердили стереотип (Рис.3).

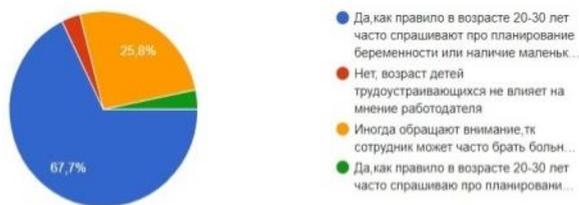


Рис. 3. Анализ мнения респондентов о стереотипах работодателей

Анализ результатов анкетирования позволил сформулировать негативные последствия стереотипов для групп людей разного возраста (Табл.1).

Таблица 1 – Негативные последствия стереотипов

Дискриминация	Стереотипы могут привести к дискриминации определенных возрастных групп людей, что может ограничить их возможности на работе, в обществе и в личной жизни.
Ущемление самооценки	Когда человек ощущает, что его возрастная группа стереотипизирована как бесполезная или неспособная, это может привести к потере уверенности в себе и уменьшению самооценки.
Формирование негативного отношения к себе	Люди, ощущающие на себе негативные стереотипы по поводу своего возраста, могут начать воспринимать себя такими, как их видят окружающие, что может привести к недовольству и недоверию к самому себе.
Стресс и психологические проблемы	Стереотипы, с которыми сталкиваются люди вследствие своего возраста, могут вызывать стресс, депрессию и другие психологические проблемы, особенно если они приводят к социальной изоляции и отчуждению.
Ограничение возможностей	Когда люди сталкиваются со стереотипами, основанными на их возрасте, им могут быть ограничены возможности на работе, в образовании или в других сферах жизни, что может помешать раскрыть свой потенциал и достичь успеха.

Однако необходимо отметить, что люди разных возрастов могут иметь различные преимущества в рабочей сфере:

Молодые сотрудники обычно более энергичны, мотивированы и готовы к принятию рисков. Они обладают современными навыками и знаниями, что может быть полезно в инновационных отраслях.

Старшие сотрудники, с другой стороны, обычно обладают более широким опытом работы, уверенностью в себе и умением решать проблемы на основе накопленного опыта.

Возрастные различия могут вносить ценный вклад в команды, обогащая их различными точками зрения и подходами. Это может привести к более качественным решениям и инновациям. Старший возраст может обеспечить стабильность и надежность на рабочем месте, а младший возраст – динамичность и новаторский подход к решению проблем. В идеальном случае, смешение сотрудников разных возрастов в организации может создать гармоничное рабочее окружение, способствующее улучшению результатов работы.

В ходе изучения данной темы было рассмотрено немалое количество научных работ по регулированию и преодолению стереотипов о возрасте на рабочем месте, в том числе работы Кленовой М.А., Солдатовой Е.Л., Шкурко Т.А и др. [3, 4, 5]. Как результат аналитического исследования предлагаются следующие мероприятия, проводимые в организациях с целью устранения возрастных стереотипов:

- информировать работодателей о вреде стереотипов среди работодателей;
- включить в кадровую политику организации принципа о разновозрастной команде;
- проводить социологические исследования среди сотрудников организации с целью выявления появляющихся стереотипов;
- формирование команды проекта кросс возрастными сотрудниками.

Сведению на «нет» стереотипов по возрастному фактору работников в организации может способствовать также и внедрение таких принципов кадровой политики как:

- создание рабочих мест для людей разного возраста и предоставления равных возможностей для всех кандидатов без дискриминации по возрасту;
- обучение и развитие сотрудников, независимо от возраста, чтобы помочь им быть конкурентоспособными на рынке труда [6];
- предоставление гибких рабочих графиков для людей разного возраста, чтобы удовлетворить их индивидуальные потребности и обеспечить баланс между работой и личной жизнью [7].

Внедрение в принципы кадровой политики организаций представленных предложений позволит изменить существующие стереотипы о работе и возрасте. А применение к каждому работнику личностного подхода позволит выявить не только его личностные характеристики и потребности, но, и, воздействуя на них, повысить эффективность его трудовой деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Полянок О.В., Гладкова И.В. Особенности проявления эйджизма на российском рынке труда // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 5. С. 38–43. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.5.4>. (дата обращения: 24.04.2024)

2. Колосова В.В. Исследования стереотипов возраста в новой социально-психологической реальности (взгляды отечественных учёных) // Мир науки. Педагогика и психология, 2019 №5, <https://mir-nauki.com/PDF/53PSMN519.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. (дата обращения: 23.04.2024)

3. Кленова М.А. Теоретические предпосылки исследования дискриминационных установок личности в изменяющемся обществе // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2018. Т. 7, вып. 3 (27). С. 245–249. DOI: 10.18500/2304-9790-2018-7-3-245-249. (дата обращения: 25.04.2024)

4. Солдатова Е.Л. Образ возраста как нормативный элемент культуры и идеальная форма развития // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология. 2009. № 5 (138). С. 62–70. (дата обращения: 25.04.2024)

5. Шкурко Т.А. Социально-психологические факторы оценки воспринимаемого возраста человека // Социальная и экономическая психология. Часть 2: Новые научные направления / Отв. ред. Ю.В. Ковалева, Т.А. Нестик. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. – 523 с. С. 160–164. (дата обращения: 24.04.2024)

6. Степаненко, А. С. Аспекты дистанционного обучения персонала авиатранспортной отрасли / А. С. Степаненко, Е. С. Мартынова // Человек. Социум. Общество. – 2023. – № 4. – С. 53-59. – EDN OXDUMC. (дата обращения: 25.04.2024)

7. Степаненко, А. С. Возможности развития персонала авиатранспортного комплекса в период простоя / А. С. Степаненко, А. В. Косотуров // Человек. Социум. Общество. – 2023. – № 6. – С. 73-79. – EDN QOMYMK. (дата обращения: 25.04.2024)

*Штанюк П.Ю.**Научный руководитель: Шамардина И.А., канд. экон. наук, доц.
Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Беларусь*

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА КАЛИЙНЫХ УДОБРЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Рынок калийных удобрений является ценной составляющей в мировом сельском хозяйстве. Данное удобрение – один из ключевых элементов питания растений, элемент, служащий для здорового роста и развития растений. Среднегодовой темп роста объема мирового рынка удобрений в период с 2024 по 2030 гг. по прогнозам составит 5,7%. Мировой рынок калийных удобрений динамичен и определяется многими факторами: спрос на сельскохозяйственную продукцию, стоимость сырья, уровень технологий и логистики, геополитические, экономические факторы. Рынок производства калийных удобрений можно считать высококонцентрированным: ключевую роль в нем играют всего три страны: Беларусь, Россия и Канада.

На данный момент мировой рынок калийных удобрений постепенно растет. Если на 2019 год стоимость составила около 8 млрд. долларов США, то по состоянию на 2023 примерно 9,3 млрд. долларов, а к 2024 году стоимость на рынке может достигнуть 11 млрд. долларов. На сегодняшний день Канада возглавила список стран-производителей калийных удобрений. Проведем сравнительный анализ лидеров по различным аспектам (табл.)

Таблица – сравнение России, Канады, Беларуси в сфере производства калийных удобрений

Параметр сравнения	Россия	Канада	Беларусь
Производство калия в 2024 году	5 миллионов метрических тонн	16 миллионов метрических тонн в год	3 миллиона метрических тонн калия в год
Крупнейшие мировые компании по производству калийных удобрений	«Уралкалий»	«Potash», «Nutrien»	«Беларуськалий»

Продолжение таблицы

Параметр сравнения	Россия	Канада	Беларусь
Распределение мирового экспорта калийных удобрений в 2022 году по странам-лидерам	18%	31.6%	13.7%
Места добычи калийных солей	Основное месторождение – Верхнекамское в Пермском крае.	Провинция Саскачеван	На территории республики выявлены 3 месторождения и 2 участка калийных солей в Минской и Гомельской областях с суммарными запасами более 7,4 млрд. тонн
Страны-импортеры	Бразилия, Индия и Китай	США, Бразилия, Индия, Китай и другие	Китай, Бразилия и Индия, Парагвай, Таиланд и другие
Преимущества	Эффективно действует на всех почвах и при внесении под все основные сельскохозяйственные культуры, высокая концентрация калия, высокая чистота, результативность	Высокая концентрация калия, высокая чистота, результативность, доступность на мировом рынке	Высокая концентрация калия, высокая чистота, результативность

Источник: составлено автором на основе [1] (2023). Добыча калийной соли в Беларуси; [3] (2024). Производство калия по странам в 2024 году

Исходя из данных в таблице можно сделать вывод, что по многим сравнимым параметрам страны имеют схожие результаты.

Основными странами-импортерами являются: Китай, Индия, США и Бразилия. Следует отметить, что РБ обладает одним из крупнейших запасов калийных солей в мире, что делает страну ведущей в производстве и экспорте удобрений. Все три страны-лидера в данной отрасли имеют различные уровни развития производства, но все являются крупными экспортерами солей. В то время как Беларусь и Канада делают акцент на мировой рынок, Россия чаще всего ориентируется на внутренний. В плане географического положения наиболее выгодное место занимает и Канада, так как находится рядом с основными потребителями и не несет большие затраты на транспортировку товара.

Также можно проанализировать экономическую и политическую ситуацию в мире и сделать некоторые прогнозы и выводы. Рассмотрим Российский рынок калийных удобрений. За первые шесть месяцев 2022 года производство удобрений сократилось на 23%, данное явление связано с сокращением выпуска калийных удобрений компанией «Уралкалий». Основной причинной являются санкции и, вследствие чего, сокращение объемов экспорта. В будущем, если не принять меры, то производство хлористого калия может упасть еще на 7-10%. Также сохраняются новые и возникают старые логистические проблемы: закрытие Прибалтийских портов для судов, идущих из России. Санкции вызывают сложности во всех сферах производства, добычи и продажи товара не только для РФ. Беларусь имеет схожие проблемы, но в меньших масштабах. В сфере логистики РБ, не имея выхода к морю, ощутимо зависит от других стран и их транспортной сферы. Ранее, от 85 до 90 % от общего объема калийных солей Беларуси переваливал морской порт в Литве в городе Клайпеда, однако в связи с некоторыми политическими событиями и в результате ввода санкций, порт для Беларуси был закрыт. Были попытки наладить логистику, найти новые пути сбыта. Возможно, альтернативные варианты были найдены, но достичь того уровня, который имелся ранее уже не удалось. В настоящее время продажи калийных удобрений в РБ хотя и выросли в сравнении с 2022 годом, но составляет только около 75% досанкционного уровня.

Таким образом, остается незаполненная доля рынка, которую стремится заполнить Канада. К 2025 году канадский производитель удобрений «Nutrien» решил повысить выпуск калийных удобрений до 18,2 млн. тонн в год. На территории Канады находится около 3-4 достаточно крупных производителей, и все они увеличивают долю выпуска удобрений хотя бы на пару млн. тонн в год. Возникает такое понятие, как «экспансия» компаний в Канаде. Экспансия компаний

успешно стимулируется санкциями, примененными против России. Такая ситуация может значительно сократить число российских производителей калия на рынках Америки и Европы. И чтобы не потерять «старых» клиентов за рубежом, российские производители будут вынуждены терять в цене.

В результате всех действий затрагивается вопрос о продовольственной безопасности. Уменьшение доли экспорта в сфере калийных удобрений вызвало опасения в отношении мировой продовольственной безопасности.

Заключение. Канада, Россия, Беларусь – лидеры по производству калийных удобрений. Основными странами-импортерами минеральных удобрений являются США, Бразилия, Китай. Ситуация с ценами не является благоприятной для импортеров. В связи с вводом санкций на крупнейших экспортеров удобрений цены стали расти. Крупнейшие импортеры стараются без потерь найти замену ушедшим с рынка партнёрам. В будущем, возможно подорожание калийных удобрений на 50-70 %, это может привести к снижению объемов урожая, так как из-за высокой цены фермеры не будут закупать достаточное количество удобрения, следовательно урожайность значительно снизится, а это, в свою очередь может привести к дефициту продовольствия, к голоду в отдельных густонаселенных и бедных регионах мира.

Таким образом, видно, что из небольших изменений в сфере производства и добычи удобрений могут возникнуть большие проблемы, причем не только для производителей калийных удобрений, но и для всего мира. Три ключевые страны играют важную роль в цепочке работоспособности выбранной сферы, исключение хотя бы одного звена может повлечь за собой большие потери. Модернизация рынка калийных удобрений на мировом уровне может быть достигнута путем применения некоторых мер: 1) партнерство и сотрудничество: создание стратегических альянсов, организация совместной деятельности между рядом стран, обмен опытом технологиями; 2) создание стандартов качества: сохранение определенного качества продукта не зависимо от места производства, соблюдение стандартов; 3) стимулирование спроса; 4) частичное или полное решение политических и экономических проблем в мире; 5) постоянный технический прогресс, внедрение передовых технологий в производство и быт; 6) обучение и консультирование: обучение фермеров и других рабочих на тему правильного и более эффективного использования калийных удобрений; 7) строительство новых заводов и модернизация существующих. Применение комплекса поможет

увеличить конкурентоспособность Беларуси на мировом рынке калийных удобрений и в целом увеличить потенциал рынка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Калийные удобрения: зачем отдавать рынок Канаде // Калийные удобрения URL: <https://delprof.ru> (дата обращения: 06.05.2024).
2. Конкурентоспособность в туризме: особенности определения и измерения / З. М. Горбылёва, И. А. Шамардина // Научные труды БГЭУ. — 2018. — С. 120-127.
3. Рынок минеральных удобрений 2023 и перспективы на 2024 / [Электронный ресурс] // Деловой профиль: [сайт]. — URL: <https://delprof.ru> (дата обращения: 06.05.2024).
4. Топ стран-производителей калийных удобрений / [Электронный ресурс] // Marketpublishers: [сайт]. — URL: <https://marketpublishers.ru> (дата обращения: 06.05.2024).
5. Potash Production by Country/ [Электронный ресурс] // Potash: [сайт]. — URL: <https://worldpopulationreview.com> (дата обращения: 10.05.2024).
6. Внесение минеральных и органических удобрений/ [Электронный ресурс] // Belstat: [сайт]. — URL: <https://www.belstat.gov>. (дата обращения: 10.05.2024).

УДК 330.332

Шугайёва К.Ю.

Научный руководитель: Букурова А.А., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КАК МИНИМИЗАЦИЯ РИСКА

Одним из наиболее эффективных способов минимизации рисков для финансовых учреждений (банки, кредитные организации, инвестиционные фонды и другие учреждения) является диверсификация кредитного портфеля, под которым принято понимать распределение кредитных средств между заёмщиками или секторами экономики, что позволит снизить вероятность от невозврата кредитов.

Диверсификация портфеля банка осуществляется с помощью минимизации кредитного риска, где кредиты распределяются по различным категориям ссудозаёмщика: сроки выдачи, формы

обеспечения, использование определенных кредитных элементов и пр. [2]. На рис. 1. представим возможные способы защиты от кредитных рисков.

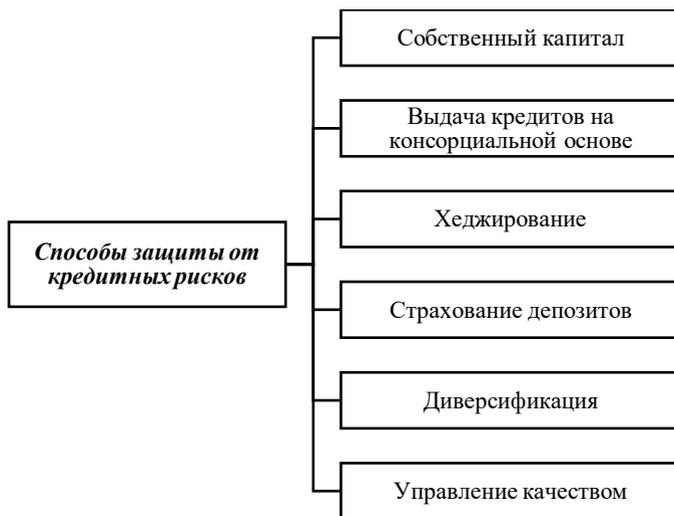


Рис. 1. Способы защиты от кредитных рисков (сост. автором с исп. источника [2])

Основополагающим принципом диверсификации кредитного портфеля является полная или частичная компенсация благодаря успешным кредитам других заемщиков [4]. Например, если некоторые ссудополучатели не способны внести ежемесячный платеж по своим кредитным обязательствам, то возникшие потери компенсируются за счет других клиентов и их процентной ставки, тем самым происходит корреляция между различными кредитными портфелями.

Явным преимуществом диверсификации кредитного портфеля является минимизация вероятных системных потерь, в связи с тем, что риски учитываются и распределяются равномерно. Также диверсификация кредитного портфеля способствует волатильности результатов финансовой деятельности за счет компенсации потерь от убыточных кредитов, через прибыль от успешных.

При этом важно отметить, что диверсификация кредитного портфеля не требует существенного анализа или финансового управления, необходимо стратегически распределить кредитные ресурсы с учетом имеющихся рисков и уровней доходности. Важно регулярно отслеживать и корректировать финансовые портфели

принимая во внимание экономическую составляющую в анализируемый период и прогнозные изменения рыночных условий [5].

Благодаря диверсификации кредитного портфеля можно добиться минимизации рисков. Концентрация кредитования только в определенном секторе, у определенных заёмщиков – приводит к существенным потерям, в случае наступления непредвиденных, кризисных ситуаций [6]. Необходимо распределять риски по различным секторам экономики и классифицировать их по типам кредитных продуктов, что существенно снизит влияние негативных событий на финансовое состояние организации [1].

Также, диверсификация кредитного портфеля позволяет увеличить уровень доходности с помощью более широкого круга клиентской базы и предоставлении унифицированных кредитных продуктов. Возможность выбрать наиболее персонализированное кредитное предложение позволяет привлечь различные категории клиентов и удержать их, улучшая финансовые результаты компании.

Важно отметить, что эффективное управление диверсифицированным кредитным портфелем позволяет существенно снизить финансовые портфели и обеспечить финансовое благополучие на долгосрочной перспективе.

Разумеется, для диверсификации кредитного портфеля существуют определенные инструменты, которые должны рассматриваться исключительно под конкретные цели финансовой организации, а также использование нескольких методов даст больший эффект от их использования. На рис. 2 рассмотрим основные инструменты и методы, которые могут быть применены как в инвестиционной сфере, так и в управлении кредитным портфелем.



Рис. 2. Инструменты и методы диверсификации кредитного портфеля (сост. автором с исп. источника [2,3,5])

Представленные на рис. 2 инструменты могут быть успешно применены для диверсификации кредитного портфеля и создании устойчивого финансового положения организации.

Таким образом, на основании всего вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что диверсификация кредитного портфеля является важным инструментом управления рисками финансовыми организациями. Правильно сформулированный диверсифицированный портфель позволяет более эффективно расходовать ресурсы и снизить финансовые потери, а также расширить клиентскую базу.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бухонова С.М., Плаксина Д.К. Цифровые экосистемы российских банков // Белгородский экономический вестник. 2021. № 2. С. 80-84.

2. Диверсификация кредитного портфеля банка [Электронный ресурс] URL: <https://spravochnick.ru> (дата обращения – 22.03.2024)
3. Как диверсифицировать портфель [Электронный ресурс] URL: <https://journal.tinkoff.ru> (дата обращения – 22.03.2024)
4. Калашников М.М., Волков Л.В. Механизмы по минимизации банковских рисков // E-Scio. 2021. № 3. 7 с.
5. Орлова Е.В. Механизм и модель диверсификации кредитного портфеля // Проблемы анализа риска. 2020. № 1. С. 78-90.
6. Управление банковскими рисками [Электронный ресурс] URL: <https://finacademy.net> (дата обращения – 22.03.2024)

УДК 005.95/96

Шумаков А.А.

*Научный руководитель: Хорошун Н.А., канд. соц. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Управление персоналом в современных условиях требует глубокого понимания потребностей сотрудников, их мотивации и развития. Компании должны уделять особое внимание созданию благоприятной корпоративной культуры, способствующей повышению уровня удовлетворенности и вовлеченности сотрудников. Кроме того, важно разрабатывать и внедрять современные методы управления персоналом, направленные на стимулирование профессионального роста и развития сотрудников, а также на повышение их производительности и эффективности труда.

Ключевыми инструментами управления в данной области являются HR-стратегия, компетенционный подход, система мотивации и стимулирования, а также оценка эффективности персонала. Организация управления персоналом должна быть гибкой и адаптивной, способной быстро реагировать на изменения в окружающей среде и потребности бизнеса [1].

Таким образом, успешное управление персоналом в современных условиях играет стратегическую роль в достижении конкурентных преимуществ и устойчивого развития компании. Руководители организаций должны осознавать важность инвестирования в развитие своих сотрудников и создания благоприятной рабочей среды для достижения общих целей и успеха на рынке.

Управление персоналом в современном мире становится все более сложным и многофакторным процессом, требующим не только учета базовых аспектов управления кадрами, но и адаптации к современным вызовам и требованиям. Вот несколько ключевых аспектов управления персоналом в современном мире:

- гибкий подход. Рабочая среда характеризуется быстрыми изменениями и нестабильностью, поэтому компании должны быть готовы к гибкому реагированию на изменения внешних условий и потребностей сотрудников. Гибкость в управлении персоналом включает в себя гибкие графики работы, возможность удаленной работы, адаптивные методы мотивации;

- развитие лидерства. Хорошие лидеры играют ключевую роль в успешном управлении персоналом. Современные компании активно инвестируют в развитие лидерских навыков своих менеджеров на всех уровнях, чтобы обеспечить эффективное руководство и мотивацию сотрудников;

- инновации. Продвинутые технологии играют все более важную роль в управлении персоналом. Электронные системы управления персоналом, облачные решения, аналитика данных и другие технологические инновации помогают улучшить процессы найма, обучения сотрудников, мотивации и управления производительностью;

- развитие персонала. Одним из важных аспектов управления кадрами является развитие и обучение сотрудников. Компании все больше осознают важность инвестиций в развитие профессиональных навыков своих сотрудников для улучшения производительности и удовлетворенности работой;

- работа с потенциалом. В современном мире важно не только развивать существующих сотрудников, но и обращать внимание на потенциал кандидатов на вакансии и существующих сотрудников для выбора лучших их возможностей развития и применения их сильных сторон в работе [2].

Важным аспектом в управлении кадрами является создание здоровой корпоративной культуры. Для создания здоровой корпоративной культуры необходимо уделить внимание таким аспектам, как коммуникация, уважение, разнообразие, равенство возможностей, баланс работы и личной жизни, поддержка и развитие сотрудников. Компании, которые инвестируют в развитие корпоративной культуры, часто получают высокую лояльность сотрудников, улучшенное взаимодействие в коллективе и повышенную эффективность работы [3].

В настоящее время успешные руководители стремятся к практике

полного делегирования, когда руководство передает полномочия и ответственность за принятие решений в определенной области одному из сотрудников компании. Суть делегирования наиболее точно определена в работах калифорнийского профессора Д. Стокмана [4].

Молодое поколение работников, имеют свои особенности и предпочтения в работе, и компаниям важно учитывать их потребности, чтобы привлечь и удержать талантливых сотрудников.

Молодой персонал является неотъемлемой частью коллектива, «часть команды – часть корабля», поэтому важно формировать команду. Необходимо учитывать следующие аспекты в формирование команды:

- каждый член команды должен четко понимать цель, поставленную перед группой. Желательно, чтобы в определении и уточнении цели принимали участие все участники команды;

- команда должна действовать как целостный организм, где ответственность за результаты несет вся группа, а не отдельные лица;

- каждый участник команды должен постоянно совершенствовать свои навыки, чтобы быть универсальным;

- в команде все ее члены равноправны при планировании своей индивидуальной работы и работы всей группы, а также при участии в разработке плана работы каждого участника команды;

- подбор участников команды осуществляется в первую очередь с учетом их психологической совместимости;

- обязанности каждого участника определены гибко, и в процессе выполнения плановых задач обычно происходит постоянное изменение распределения функций [5].

Таким образом, успешное управление персоналом в современном мире требует комплексного подхода, включающего в себя гибкость, развитие лидерства, технологические инновации, создание здоровой корпоративной культуры и учет потребностей современных сотрудников. Компании, способные адаптироваться к переменам и эффективно управлять своими людьми, будут успешными и конкурентоспособными на современном рынке труда.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Калюкина, Т. Управление качеством. История. Настоящее и будущее // «Международная научно-техническая конференция молодых учёных БГТУ им. В.Г. Шухова». Сборник докладов. Белгород, 2020, С. 5331 – 5335.

2. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: стратегия,

маркетинг, интернационализация: учебное пособие / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова – Москва, изд-во: ИНФРА-М, 2020. – 301с.

3. Родинова Н.П. Управление по компетенциям как основа стратегии развития организации / Н. П. Родинова, В. М. Остроухов, В. С. Березняковский // Индустриальная экономика. – 2021. – Т.2 – №2.

4. Неволин, В.В. Основы менеджмента на водном транспорте – учебное пособие для образовательных учреждений водного транспорта / В. В. Неволин. – Москва, изд-во: МГАВТ, 2005.

5. Родинова, Н.П. Инновационные технологии адаптации молодых специалистов / Н. П, Родинова, Е. П. Голубева, С. И. Шидаева // Экономика и предпринимательство. – 2020. – №8.

УДК 316.012

Шумаков А.А.

*Научный руководитель: Хорошун Н.А., канд. соц. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СОЦИАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ. ИСТОРИЯ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Липецкая область – регион, расположенный в центральной части Российской Федерации, обладающий комфортным климатом для жизни и трудовой деятельности населения. Для него характерны как общие демографические тенденции, наблюдаемые в регионах Центрального Федерального Округа, так и свои особенности

Социология - это наука, изучающая общество и социальные взаимодействия между его членами. Развитие социологии в Липецкой области прошло длительный и увлекательный путь. Социология – наука, изучающая общественное поведение, взаимодействие людей и социальные процессы. В Липецкой области начало развития социологии было отмечено в конце 20-го века, когда в советский период стала появляться интерес к социальным исследованиям.

Первые шаги в направлении развития социологии в области были предприняты учеными и преподавателями Липецкого технологического института – первого высшего учебного заведения в регионе. В 1960-х годах здесь был создан отдел социологии, который стал основой для дальнейшего развития данной области знания. Ученые и преподаватели отдела проводили различные социологические исследования, изучая местное население и социальные процессы [1].

Важный этап в истории социологии в Липецкой области связан с созданием Липецкого отделения Российской ассоциации социологов в 1993 году. Это событие стало катализатором для дальнейшего развития научных исследований и привлечения новых специалистов в область социологии. Отделение стало центром, где собирались ученые, преподаватели, аспиранты и студенты для обмена опытом и проведения коллективных исследований. Социологические исследования, проводимые в Липецкой области, охватывают различные тематики – от изучения социальной структуры общества до исследования поведения молодежи и проблем в сфере труда [2].

Сегодня Липецкая область продолжает активно развивать социологические исследования. Работают несколько университетов и научных институтов, где проводятся научные проекты, аспирантуры и молодежные научные школы. Научное сообщество регулярно обменивается опытом с коллегами из других регионов и стран, что способствует взаимному развитию и обогащению социологической науки в Липецкой области.

Одной из ключевых областей исследования является экономическая ситуация в Липецкой области. Анализ трудовых рынков, уровня зарплат и безработицы позволяет определить основные тенденции в экономическом развитии и оценить эффективность государственных программ поддержки. В рамках социологических исследований также изучаются социальные проблемы, с которыми сталкиваются жители Липецкой области. Это включает в себя анализ качества жизни, доступности образования и медицины, уровня преступности и безопасности, а также исследование социальных групп, определение межгрупповых отношений и идентификации местных ценностей.

Социологические исследования в Липецкой области также помогают выявить общественное мнение на различные социально-политические вопросы. Анализ политических предпочтений, доверия к власти и уровня политической активности способствует осознанному принятию решений в сфере управления. Важным направлением социологических исследований в Липецкой области является изучение молодежи. Анализ взглядов, ценностей, интересов и проблем молодых людей помогает определить приоритеты социальной политики и разработать программы для поддержки и стимулирования их развития. Неотъемлемой частью социологических исследований в Липецкой области является использование различных методов сбора данных, включая опросы, интервью, наблюдения и анализ статистической информации. Это позволяет получить объективные и достоверные

результаты исследования, на основе которых можно принимать решения и разрабатывать стратегии социального развития [3].

Для развития социологической и экономической сфер Липецкой области можно предложить следующие стратегии:

1. Развитие высшего образования и научных исследований в области социологии и экономики. Это позволит подготовить кадры высокого уровня и провести исследования, необходимые для определения основных проблем и перспектив развития области.

2. Поддержка и развитие малого и среднего бизнеса. Создание условий для развития предпринимательства способствует увеличению числа рабочих мест, улучшению экономического климата и увеличению доходов населения.

3. Привлечение инвестиций. Привлечение инвестиций в различные отрасли экономики области способствует развитию производства, созданию новых рабочих мест и увеличению доходов населения.

4. Развитие инфраструктуры и цифровизации. Улучшение инфраструктуры области, а также внедрение цифровых технологий позволит повысить качество жизни жителей, улучшить условия для работы бизнеса и сделать область более привлекательной для инвесторов.

5. Проведение социологических исследований для выявления потребностей и проблем населения. Это позволит разработать целенаправленные программы и мероприятия для решения социальных проблем и улучшения качества жизни населения.

6. Развитие туризма. Развитие туризма способствует увеличению доходов и созданию новых рабочих мест, а также позволяет продвигать область на рынке как туристический направление.

Эти стратегии могут способствовать развитию социологической и экономической сфер Липецкой области и обеспечить устойчивый рост экономики и благополучие населения. Одной из важных областей исследования социологов является миграция. Липецкая область, как и многие другие регионы России, сталкивается с проблемой утраты населения из-за миграции в более крупные города или за границу.

Этническая ситуация и взаимоотношения между различными этническими группами в Липецкой области также представляют интерес для изучения этнической идентичности, предубеждений и дискриминации, помогают создать основу для разработки политик, направленных на укрепление межэтнического согласия и сотрудничества.

В поддержку планов по развитию было совещание в Совете Федерации при Председателе Совета Федерации Валентине Ивановны

Матвиенко, в котором рассмотрели проект, ключевая цель которого – создание благоприятных условий для роста молодого поколения. «Проект, который сегодня в своем выступлении обозначил Игорь Георгиевич, по возрождению знакового для региона детского оздоровительного центра "Прометей" должен стать базовой платформой для этого направления. В прошлом году региональный парламент принял постановление о принятии санатория "Прометей" в областную собственность. Принимая это решение, депутаты однозначно понимали, что это именно то место, где можно создать не просто детский лагерь, а круглогодичный центр для детей и молодежи. Здесь можно проводить федеральные, межрегиональные мероприятия, использовать площадку для реализации президентских проектов, создания центра компетенций, где будут учить управлению новыми технологическими проектами. Региону нужен такой масштабный центр» - сказал Губернатор Липецкой области Игорь Георгиевич Артамонов [4].

Современные развития в социологии Липецкой области также связаны с использованием новых технологий и интернета для сбора данных и проведения социологических исследований. Онлайн-опросы, социальные сети и другие онлайн-платформы стали важными инструментами для сбора информации и обмена данными между социологами. Это позволяет получить более широкий обзор общественного мнения и быстрее реагировать на социальные изменения.

Все эти разработки и исследования в социологии Липецкой области помогают сформировать более глубокое и полное понимание общественной динамики и потребностей населения в регионе. Они также позволяют разрабатывать более эффективные стратегии и политики для улучшения качества жизни и социального развития в Липецкой области.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Колесова А.С. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционная политика государства // XV «Международный молодёжный форум «Образование. Наука. Производство»». Сборник докладов. Белгород, 2023. – Ч.17. 433-436 с.
2. Клоков А.Ю. История Липецкого края: учебное пособие/ А.Ю. Клоков, А.А. Найдёнов, Е.А. Найдёнова – Липецк, 2020 – С. 464.

3. Беляев Е.В. Исследование образа жизни молодёжи города Липецка: социальный анализ/ Е.В. Беляев, В.С. Благинин // Экология ЦЧО РФ. №1-2(30-31), 2013, С. 100-107.

4. Современное состояние и перспективы социально-экономического развития Липецкой области // Аналитический вестник №8 (828), Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, С. 53.

УДК 339.13

Шеховцов А.Е.

*Научный руководитель: Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ЕГО МОДЕЛЕЙ В 21 ВЕКЕ

Современное общество отличается своей прогрессивностью и динамичностью во всех сферах общественной жизни. Для коренных изменений в каком-либо явлении, процессе, механизме зачастую требуются весьма короткие временные промежутки. Если раньше для коренного перелома привычного уклада требовались столетия, сопровождающиеся значимыми историческими событиями, то сейчас такой же процесс может произойти меньше, чем за один десяток лет. Примером вышеперечисленного могут послужить многочисленные общественные институты, претерпевшие изменения за последнее время, но остановиться хочется на вопросе изменения потребительского поведения и его моделей в 21 веке.

Описывая данный процесс, необходимо дать ему определение. Потребительское поведение –это процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного бюджета (т.е. собственных денежных доходов). Такой процесс связан с оценкой, приобретением использованием товаров и услуг, а также совокупностью действий, направленных на удовлетворение потребностей человека [2].

Следует отметить, что рассматриваемый институт охватывает широкий круг потребителей. Они отличаются по полу, возрасту, культуре, предпочтению, уровню дохода и образованию, однако мы считаем, что несмотря на различные характеристики потребителей, модель их поведения в рамках того или иного временного периода

схожа и зависит от совокупности культурных, психологических, социальных и других факторов.

Для подтверждения нашей гипотезы считаем необходимым проанализировать основные модели потребительского поведения, закрепившиеся в экономической теории и определить, каким образом и за счет чего изменились приоритеты у потребителей в течение последнего столетия.

Существует три основных моделей потребительского поведения: экономическая модель, социологическая модель и психологическая модель.

Сущность экономической модели заключается в размышлении потребителя о целесообразности потенциальной покупки. Вопросы о полезности и выгоды товара в рамках данной модели стоят на первом месте, а катализаторами являются такие факторы, как уровень дохода, наличие дополнительных расходов, связанных с данным товаром и его цена [1]. Стоит отметить, что активное применение рассматриваемой модели поведения может способствовать более осознаным и взвешенным решениям в вопросе совершения покупок.

Как же складывалась экономическая модель потребления в 21 веке? Вопрос достаточно интересный с точки зрения изменений, произошедших в рамках данной модели.

Начало столетия характеризуется сложной экономической ситуацией, не успевшей восстановиться после событий 90-х годов. Как в спросе, так и в предложении товаров существовал некий дефицит, связанный с низким уровнем жизни, слабо развитой промышленностью и трудными отношениями с импортерами. Из-за вышеуказанных факторов выбор потребителей производился из того, что было, и в отношении того, на что хватало средств. Говорить о рациональном и целесообразном подходе здесь не приходится, поскольку при дефиците товара население готово было купить то, что имелось на рынке, без учета своих интересов и вкусов. Спрос не рождал предложение, предложение диктовало спрос.

На сегодняшний же день мы видим более устойчивую и позитивную картину в вопросе рассматриваемой модели поведения. У потребителя есть возможность выбирать из всего многообразия товаров, предложенных рынком. Отсюда совершение покупок происходит взвешенное. Конкурентная рыночная среда рождает разные ценовые сегменты, что позволяет потребителю сделать свою покупку более выгодной. Сразу стоит отметить, что за последние несколько лет огромное развитие получила бонусная система скидок и кешбэков, благодаря которой совершая покупку можно значительно сэкономить

на следующей. Поэтому сегодня в большей степени покупатели выбирают того продавца, который предлагает более качественный товар по более выгодной цене.

Такая разница в рамках двух десятилетий в рамках экономической модели поведения связана, прежде всего, с научно-техническим прогрессом, позволяющим совершенствовать производственные мощности, что влияет на качество товара. Также, большую роль играет рыночная экономика, становление которой по мнению многих ученых еще продолжается, но дает свои плоды в виде конкуренции на рынке, позволяющей покупателям иметь возможность выбора товара как по качественным, так и по ценовым критериям.

Следующая модель потребительского поведения, на которой хотелось бы остановиться, это социологическая модель. Суть данной модели заключается в том, что на потребителя в вопросе выбора товара оказывает влияние общество и те ценности, которые в нем существуют на данный момент. При такой модели потребительского поведения потребитель совершает покупки не по причине необходимости товара, а потому, что этот товар или услуга являются показателем статуса и престижа в обществе [2].

Сравнивая положение вещей в рамках данной модели поведения в начале 21 столетия и на сегодняшний день стоит отметить, что само такое явление было и в 2000-х годах и сегодня. Люди и тогда и сейчас делают ряд покупок с целью состояться в обществе и показать свое место в нем. Однако поменялся характер товаров и масштаб, на который готовы пойти потребители для увеличения своего авторитета в обществе на рынке за счет покупок.

Так, признаком достатка человека в первых годах нового столетия было наличие домашнего хозяйства и его количества. Урбанизация только начинала развиваться, население в селах и деревнях было значительным, поэтому люди стремились приобретать товары, связанные с сельским хозяйством для личных целей, не потому что у них была такая потребность, а потому, что такие реалии тогда диктовало общество. Более того, ценным товаром считались предметы интерьера, такие как ковры, вазы и т.д [4].

Сегодня потребность человека реализовывать себя посредством покупок никуда не ушла, однако теперь потребитель совершает иные покупки для обозначения своего статуса. В первую очередь, это техника, телефоны, а также траты на путешествие. Учитывая, что последние несколько лет сложилась тенденция «встречают по одежке», современный человек готов тратить большие средства на свой внешний вид: одежду, уход за собой.

Считаем, что основной причиной изменения потребительского поведения внутри рассматриваемой модели может являться развитие социальных сетей, популяризация через них как раз тех ценностей и приоритетов, которые реализуются современным потребителем через покупки тех или иных товаров.

Отдельно бы хотелось рассмотреть и психологическую модель потребительского поведения, в рамках которой интерес к товарам формируется за счет типа личности, жизненного опыта, личностного восприятия мира, цели, мировоззрения, самооценки. Важно отметить, что понимание сущности данной модели и психологии личности покупателя в целом, играет большое значение для успешной деятельности в сфере продаж. Психологические особенности отвечают за рациональность или иррациональность потребления и влияют на разнообразие и качество продукции, уровень цены спроса покупателей, предпочтительные места покупки товаров и услуг и т.д. В этой модели уделяется внимание оценке правильности выбора продукции потребителем. Если оценка положительная, то склонность и интерес к этому товару возрастет, если отрицательная, то уменьшится [1].

Примером может послужить современная тенденция замены пластиковой и одноразовой тары на долговечные и экологичные товары. Если несколько десятков лет назад потребители активно пользовались пакетами, одноразовой посудой и подобным видов товаров, то сейчас все чаще женщин в магазинах можно заметить с войлочными сумками, целлофановая же продукция свою актуальность потеряла. Данное явление связано с глобальными климатическими проблемами и попытками общества их решить, в том числе таким способом. Население по всему миру говорит о пагубности товаров, разлагающихся по несколько десятков лет и призывает всех не пользоваться подобными вещами, заменяя их альтернативной экологичной продукцией. Учитывая осознанность современного общества, можно объяснять спрос на шоперы и многоразовую посуду и снижение спроса на пластиковую посуду и пакеты. Таким образом, мы видим, как на внутренние установки потребителя повлияли проблемы глобального мира, предложенные пути решения данной проблемы, что и отразилось на его покупках. Данная цепочка как нельзя лучше описывает принцип работы психологической модели потребительского поведения [5].

Выше нами были перечислены основные модели поведения, которые уже многие годы рассматриваются в научном контексте маркетологами и экономистами. Однако, за последние несколько лет сформировались современные модели потребительского общества,

такие как модель «общий вагон», «сноб», «цена-качество», «верность бренду» [3].

Первый тип модели, имеющий название «общий вагон», характеризуется принадлежностью индивида к группе и его желанием быть таким же, как члены этой группы. Это создает эффект массовости, который заключается в том, что люди покупают товар не из-за потребности в нем, а из-за желания быть как все.

Противоположностью этой модели является второй тип модели «сноб», суть которого заключается в желании отличаться от других, выделяться среди окружающих, быть не как все, и на основе этого желания потребителями совершаются соответствующие покупки. Демонстративное потребление заключается в совершении покупок с целью показать свое богатство [3].

Потребительское поведение «цена-качество» связано с убеждением, что не все дорогие товары имеют хорошее качество. При выборе того или иного товара потребитель опирается, прежде всего, на его качество, а не цену.

Модель потребительского поведения «верность бренду» предполагает, что выбор потребителей падает на привычную для них марку, которую они знают и которой доверяют

В целом, рассмотренные современные модели содержат в себе те же черты, которые были нами рассмотрены в классической классификации, но имеют свою специфику в силу особенностей современного уклада жизни, во время которого они сформировались. Считаем, что для окончательного их становления необходимо пройти время для закрепления основных тезисов и теорий в рамках этих моделей [6].

Таким образом, рассмотрев основные модели потребительского поведения, мы выяснили, что они, так же, как и в начале текущего столетия, не потеряли своей актуальности, но изменили свои специфические черты. Это связано с научно-техническим прогрессом, который произошел за это время, глобальными климатическими проблемами, развитием уровня экономики и смены общественного курса. Считаем, что такие изменения в модели потребительского поведения являются естественным явлением и следствием того, что наше современное общество и экономика постоянно развивается, шагает вперед, совершая новые открытия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беккер Г. Экономический анализ и человеческое поведение. пер. с англ. Р.И. Капелюшникова / Г. Беккер // THESIS – 2018. – №. 1. С. 24–40.
2. Деньгов В.В. Микроэкономика. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков: учеб. для вузов / В.В. Денбгов // Юрайт – 2020. С. 33-37.
3. Захаров Н.И. Поведенческая экономика / Н.И. Захаров// Инфра-М – 2021. – №1. – С.75-79.
4. Дубино Н.В. Методы оценки эффективности программ лояльности потребителей / Н.В. Дубино, А.С. Кудрявцева // Актуальные проблемы экономического развития. IX Международная научно-практическая конференция: сборник докладов. – Белгород: Издательство БГТУ им. В.Г. Шухова, 2018. С. 175-182.
5. Щетинина Е.Д. Новые аспекты и методы управления лояльностью корпоративных потребителей в условиях расширения цифровой среды / Е.Д. Щетинина, Куркис Мадж // Белгородский экономический вестник. - 2022. - N 1. - С. 33-42.
6. Дубино Н.В. Управление потребительским опытом как инструмент формирования ценности / Н. В. Дубино, Овусу-Донкор Принц // Актуальные проблемы экономического развития. VIII международная научно-практическая конференция / Редкол. Ю. А. Дорошенко и [др.]. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2017. - С. 71-76.

УДК 130.2

Яговдик В.А.

*Научный руководитель: Шелекета В.О., д-р филос. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА

В последние годы анализ содержания и тенденций развития цифрового социокультурного пространства приобрел особую актуальность и стал предметом интереса ученых различных областей научных исследований.

Новая цифровая реальность затронула все сферы социокультурного пространства, повлияла не только на мировоззрение,

мироощущение современников, но и на когнитивные процессы в целом, затрагивающие целостное восприятие человека окружающей действительности. Можно предположить, что традиционное социокультурное пространство и его цифровое продолжение, находятся в неравновесном динамическом состоянии. Скорость цифрового освоения деятельностного поля человека зачастую превосходит по степени освоения традиционную культуру и ее эволюционное неспешное развитие. Отсюда возникает проблема выработки такой модели устойчивого развития цифрового социокультурного пространства, в которой бы гармонично и соразмерно сосуществовали традиции и новации, а также проблема определения факторов данной устойчивости для решения вопроса взаимовлияния элементов современной цифровой эволюции.

Термин «устойчивое развитие» часто используется в научном дискурсе в противовес революционному разрешению обострившихся проблем, связанных с различными трансформациями, как инструмент преодоления сложившихся вызовов, нарушающих привычный уровень социокультурного равновесия «цифрового» и «традиционного».

Нужно отметить, что термин «устойчивое развитие социокультурного пространства» также требует некоторого уточнения, так как «устойчивость» и «развитие» классически воспринимаются как принципиально противоположные понятия: «развитие» - это любое изменение количественных и качественных характеристик исследуемого объекта [1], тогда как «устойчивость» может быть определена как некоторое статическое состояние социокультурной системы, получившей некоторое стабильное состояние за счет равновесия всех его элементов, которое было достигнуто за счет достижения самодостаточного уровня в своем жизне существовании и отсутствия необходимости в ресурсообеспечении извне.

В данном контексте определение «устойчивое развитие» необходимо воспринимать как «неизменное» и «постепенное», как характеристику развития с позиции движения вперед без резких скачков, ускорения или торможения, как поступательное, пропорциональное изменениям, опирающееся на диалектику содержания и формы.

Содержание понятия «цифровое социокультурное пространство» пересекается с «цифровым обществом», «цифровой реальностью». Определение понятия «цифровое общество» до сих пор нуждается в уточнении в связи с тем, что иногда цифровое общество воспринимается как этап развития информационного общества, а иногда они отождествляются [2].

Все это еще раз подчеркивает важность анализа феномена цифрового социокультурного пространства и выявления факторов его устойчивого развития, которые отображены на рисунке 1.

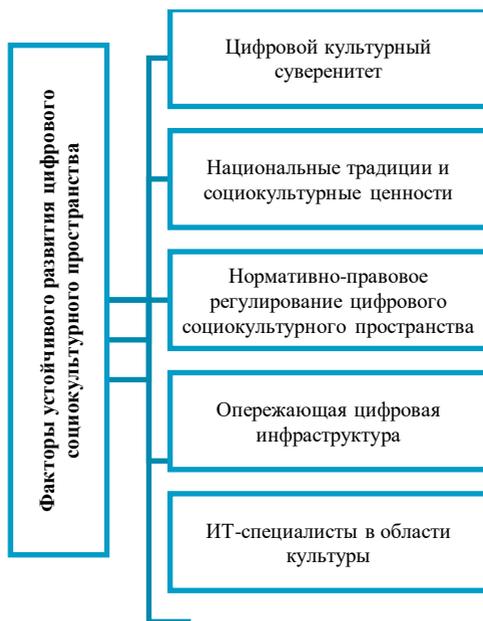


Рис. 1 Факторы устойчивого развития цифрового социокультурного пространства

Понятие «цифровой культурный суверенитет» является частью более широкого понятия «цифрового суверенитета», которое охватывает все сферы жизни общества, связанные с механизмом трансляции данных или накоплением информации. Так как на сегодняшний день уже не существует областей, свободных от цифровизации, то проблема цифрового суверенитета, и суверенитета культуры в частности, стоит достаточно остро.

Достижение культурного суверенитета является определяющим, главным фактором устойчивого развития культуры, и не только ее. Навязывание глобализаторских идей, стирающих национальное своеобразие традиций, ставит под угрозу саму государственность. Потеря культурных корней, базовых духовных ценностей толкает человека на путь космополитизма, обесценивает патриотические чувства, размывает гражданскую позицию.

Контроль информационного контента, управление цифровой инфраструктурой с целью обеспечения безопасности как персональных данных пользователей, так и социокультурного пространства в целом, имея в виду защиту от деструктивных идеологических посягательств, будут способствовать устойчивому развитию культуры.

Поддержка национальных традиций и социокультурных ценностей должна получить новое развитие. Включение деятельностного компонента в культуротворческий процесс является едва ли не самым результативным методом сохранения духовного наследия [3]. Просветительские программы деятельностного характера, новые методы вовлечения в процесс культурогенеза, помогут превратить посетителя-наблюдателя, посетителя-пользователя в активного участника, транслятора национальных традиций.

Нормативно-правовое регулирование цифрового социокультурного пространства находится в стадии активных преобразований. Правоприменительная практика в данной отрасли призвана выработать необходимые алгоритмы и механизмы их применения для защиты граждан и государства, а также наделить мерой ответственности физических и юридических лиц за нарушение действующего законодательства в сфере цифровых технологий, включая сферу культуры [4]. Ответственный подход к нормотворчеству и следование закону обеспечат устойчивое развитие цифрового социокультурного пространства.

Внедрение цифровых технологий в социокультурное пространство потребовало формирования особой информационной инфраструктуры, которая включает в себя комплексы оборудования, технологий, программного обеспечения, сети Интернет, которая обеспечивает потребности в хранении и передаче информации.

Если рассматривать шире, то сюда можно включить и продукты интеллектуальной собственности, работу различных компаний, выполняющих разнообразные операции с базами данных, осуществляющие техподдержку и контроль, оказывающих различные услуги, а также институты и инструменты, обеспечивающие создание актуального, морального и высокохудожественного цифрового контента.

Одним из наиболее важных этапов такой работы является проектирование и прогнозирование различных вариантов развития данной отрасли [5]. Вариант опережающего развития информационной инфраструктуры станет фактором устойчивого развития цифрового социокультурного пространства, позволит внедрить новые программы преумножения культурного достояния.

Каждый новый этап цифровизации социокультурного пространства требует не только новых программ и оборудования, за каждым очередным проектом стоят люди, а, точнее, кадры. Давно уже прошло то время, когда ИТ-специалист был универсальным работником и мог выполнять задачи в различных отраслях использования «цифры». Сегодня цифровая трансформация диктует иные условия для обеспечения эффективной работы. Все чаще появляются запросы на специалистов, владеющих всем набором компетенций в специфически узких областях или, наоборот, владеющих ситуацией в межотраслевых вопросах [6]. Поэтому, цифровые кадры в социокультурном пространстве должны, во-первых, обладать двойным набором компетенций – в области цифровизации и в сфере культуры, знать ее историю, систему и структуру, понимать происходящие в ее рамках процессы. Во-вторых, иметь высокие нравственные принципы – честность, порядочность, гражданственность, патриотизм, знать основы этикета, владеть навыками культурно-массовой и воспитательной работы. Вузы уже предлагают подобные образовательные программы подготовки ИТ-специалистов.

Итоги настоящего исследования дают основание резюмировать, что выявленные и проанализированные факторы устойчивого развития цифрового социокультурного пространства позволят расширить программу их поддержки, а также оптимизировать систему управления, нацелив ее на сохранение баланса между традициями и новациями с учетом современных реалий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гнатюк, В.С. Диалектика устойчивого развития в социокультурном аспекте / В.С. Гнатюк, О.А. Никонов. // Вестник МГТУ. – 2010. – Том 13. – № 2. – С. 425-430.

2. Пацула, А. В. Цифровое общество или общество цифры / А. В. Пацула, Н. Б. Косинская, О. В. Зырянова // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. – 2022. – № 19. – С. 16-19.

3. Александрова, М. В. Инновационное развитие сферы культуры и досуга на основе цифровой трансформации и создания технологических платформ / М. В. Александрова, Д. М. Зотова // Цифровая экономика: проблемы и перспективы развития: сборник научных статей Межрегиональной научно-практической конференции, Курск, 14–15 ноября 2019 года. Том 2. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 30-33.

4. Семенова, И. С. Цифровое общество: новые вызовы / И. С. Семенова // Наука, образование и культура. – 2020. – № 5(49). – С. 33-37.

5. Чернавин, Ю. А. Цифровое общество как перспектива для России: сущность и механизмы социальной трансформации / Ю. А. Чернавин // Трансформация социального бытия: проблемы и перспективы: сборник научных трудов Круглого стола, посвященного 70-летию Российской открытой академии транспорта, Москва, 28 мая 2021 года. – Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. – С. 134-142.

6. Солодова, Е. В. Социокультурные риски в условиях цифрового бытия общества / Е. В. Солодова, В. А. Яговдик // Kant. – 2023. – № 2(47). – С. 234-239.

Оглавление

Andryeuskaya P.	
CHALLENGES AND PROSPECTS OF MODERN MARKETING DEVELOPMENT	3
Bakevich L.O.	
ETHICS IN MARKETING	6
Balakina M.V.	
SOME PROBLEMS AND PROSPECTS OF MODERN MANAGEMENT AND MARKETING.....	9
Demidok P.D.	
THE PROBLEM OF THE WORK-LIFE BALANCE IN MODERN MANAGEMENT.....	13
Gorudko M.K.	
THE SEARCH FOR OPTIMAL MECHANISMS FOR THE USE OF LIMITED RESOURCES AS AN URGENT PROBLEM OF ECONOMIC DEVELOPMENT	16
Lesun A.A.	
CURRENT ISSUES OF ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT	19
Samets V.A.	
DEMOGRAPHIC PROBLEM	22
Tsiuminkina M.N., Koshel A.Y.	
THE TRANSFORMATION OF HEALTHCARE IN THE ERA OF THE DIGITAL ECONOMY	25
Авгайтис Л.С.	
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПУБЛИЧНЫХ ОРГАНАХ ВЛАСТИ.....	28
Азоркин И.А.	
МОНОПОЛИЯ КОМПАНИИ ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ»	31

Анисимова Д.А.	
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «СОДЕЙСТВИЕ ЗАНЯТОСТИ»	34
Антоненко Д.А., Вракин А.С.	
ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СООТВЕТСТВИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	38
Арефьева А.С.	
ВЛИЯНИЕ ПЛАНА СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ КОЛЛЕКТИВА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕГО РАБОТЫ.....	43
Arefyeva A.S., Ertman D.V.	
SUCCESSFUL NEGOTIATIONS IS THE FIRST STAGE IN THE COOPERATION	47
Бадалян С.П.	
КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК ТРУДА	51
Балабанович И.Д.	
ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНОЧНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ .	56
Бевз А.И., Купцов К.С.	
ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	59
Белых И.Ю.	
ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ	63
Белых Н.В.	
ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ	69
Бондаренко В.С.	
ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МИРОВЫХ ГОРОДОВ.....	73
Брижанева М.А.	

АНДРАГОГИКА И АСПИРАНТУРА, В АСПЕКТЕ УПРАВЛЕНИЯ	77
Бронникова Н.В.	
АНАЛИЗ МАССОВОГО ОТТОКА АКТИВНОЙ МОЛОДЕЖИ В ДРУГИЕ РЕГИОНЫ	80
Буцких Е.Г.	
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПЛАН «OST»: ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	83
Валиева Э.Р.	
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ПЛАНИРОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ.....	87
Вараксина А.В.	
ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА КАК СЛЕДСТВИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	91
Варламов П.П., Бакланова П.М., Сергеев Е.П.	
ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ	96
Варламов П.П., Сергеев Е.П., Бакланова П.М.	
ЦИФРОВЫЕ АКТИВЫ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, НЕОБХОДИМОСТЬ УЧЕТА, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ	100
Васильева А.А.	
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ КРЕДИТНОГО РЫНКА РОССИИ.....	104
Васильева А.В.	
CUSTOMER SERVICE: PROBLEMS AND WAYS OF SOLVING THEM	109
Выглазова П.Б.	
ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ	112

Галактионов Д.Д.	
«ПИРАТЫ» НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ	116
Гендик А.А.	
СТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	120
Генец С.Е.	
ПРОБЛЕМЫ РАСЧЕТА ВВП В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ..	124
Гетманова Е.В., Чикин Н.А.	
РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ В СНИЖЕНИИ ОПЕРАЦИОННЫХ РИСКОВ В БАНКАХ.....	129
Гильмутдинова Р.И.	
АНАЛИЗ ЗАВИСИМОСТИ ИНДЕКСА ДОХОДНОСТИ ОТ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ.....	133
Головачёва А.С.	
ДИНАМИКА ИНДЕКСА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА	137
Голуб Е.Д.	
ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИКИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ.....	142
Гончарова А.С.	
СИСТЕМНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ	147
Гончарова А.С.	
ИЗМЕНЕНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ НА РЫНКЕ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	151
Григорьева С.В.	
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ НОРМАТИВЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РОССИИ.....	154
Гузеева В.Ю.	

АНАЛИЗ РЫНКА СТРОИТЕЛЬСТВА ДОРОГ В РОССИИ	159
Гузеева В.Ю.	
ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА ДОРОЖНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ.....	164
Жук Д.В., Кашко П.А.	
ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ.....	168
Денике Л.В.	
МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ.....	172
Джорджевич А.	
КОНЦЕПЦИЯ ОБЩЕСТВА 5.0. КАК ВОЗМОЖНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДАЛЬНЕЙШЕГО РОСТА И РАЗВИТИЯ И РЕШЕНИЯ ВНУТРЕННИХ ПРОБЛЕМ В СЕРБИИ.....	178
Доманова Э.И.	
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ НА МИРОВОМ ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ.....	182
Доманова Э.И., Добкин С.Г.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА ДО 2030 ГОДА	185
Дорошкова М.А., Юдина В.О.	
ВЛИЯНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ	190
Дубова П.Г.	
РЕКЛАМА, КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА РЫНКЕ.....	195
Елютин С.В.	

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ ЗАПАДНОГО ВНУТРИГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОДА КРАСНОДАРА)	199
Жаркова О.В.	
ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ВИДОВ ЦЕН: ОПТОВЫХ, ЗАКУПОЧНЫХ И РОЗНИЧНЫХ ЦЕН.....	202
Жук Д.В., Кашко П.А.	
ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ.....	204
Завгородний Г.К.	
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ.....	208
Зайцев И.А.	
АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ УГРОЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	210
Заярченко С.В.	
ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ КАК АДМИНИСТРАТОРЫ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ ИНИЦИАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ	215
Зозулева Ю.А.	
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В ОБЛАСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.....	219
Зуб В.О.	
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ	223
Иванченко А.В.	
ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ.....	226
Ильина Л.А.	

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ.....	231
Килемпини Р.Л.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И РАЗВИТИЕ Д. Р. КОНГО.....	234
Козиненко Е.А.	
ВЛИЯНИЕ КОНФЛИКТОВ НА ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОЧИХ ЗАДАЧ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	237
Комиссарова А.О.	
ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ	240
Кондаков М.В.	
ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА	244
Кондакова А.Н.	
ДИНАМИКА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ РАСХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	249
Конде Д.	
АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГВИНЕИ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ.....	254
Коньков В.А.	
ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В ПРОЦЕССЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В СТАНКОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО	258
Костромин К.И., Лебедев Р.А.	
ТЕМПЫ РОСТА СТОИМОСТИ ЖИЛЬЯ В РОССИИ И ПРИЧИНЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА НИХ	261
Крылова А.А.	
ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА РОССИИ: ФОРМИРОВАНИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ	266
Кудряшов Р.А.	
ВЛИЯНИЕ МИКРОСОБЫТИЙ НА МАКРОЭКОНОМИКУ	269

Курносова Н.	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	274
Лихачева В.А.	
МАРКЕТПЛЕЙСЫ – БУДУЩЕЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ .	277
Логвиненко А.А., Ботвиньева А.В.	
ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА	282
Ломонос С.В.	
МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ	286
Лукашук А.А.	
ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ 2024 ГОДА	290
Лукьянова М.А., Козловская Ю.А.	
ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ GREENFIELD И BROWNFIELD ПРОЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	294
Лысенко А.С.	
КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КОМПАНИЙ КАК ИСТОЧНИК КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА	298
Лысенко А.С.	
КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КОМПАНИЙ КАК ИСТОЧНИК КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА	302
Мазур Н.Е.	
ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ	306
Макаренко М.А.	
РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	309
Малыхина А.Ю.	

ПРОДУКЦИИ НА РОССИЙСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	349
Нгойа Д.М.	
МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕЗАВИСИМОСТИ	355
Пензев Н.А., Фокин В.А.	
РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ.....	358
Першина В.Ю.	
СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА	363
Пивоварова К.С.	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НА ОСНОВЕ ИВЕНТ-МАРКЕТИНГА.....	367
Плахотная А.Н., Чикин Н.А.	
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДЕНЕЖНОГО ОБОРОТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	372
Плахотная А.Н., Чикин Н.А.	
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДЕНЕЖНОГО ОБОРОТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	377
Поддубный Н.С.	
INFLUENCE OF THE INTERCULTURAL COMMUNICATION AND CONFLICTS ON THE DEVELOPMENT OF WORLD ECONOMY	382
Подлеснова А.В.	
ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ В ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	385
Пономарев В.А.	
SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN ECONOMICS AND PROBLEMS OF ACHIEVING THE GOALS	390
Попова А.В.	

ОБ ИНВЕСТИЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	393
Потапенко А.А.	
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ.....	398
Потапова О.С.	
НОМОФОБИЯ КАК УГРОЗА КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ...	401
Пуха Р.А.	
БАЗЫ ДАННЫХ КАК ОБЪЕКТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРАВ	405
Пыхтин Д.А.	
БЕНЧМАРКИНГ В СФЕРЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	408
Рафальская Е.В.	
МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОРГАНИЗАЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ	412
Рафальская Е.В.	
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ РОССИЙСКИХ БАНКОВ	417
Рейес Иван, Торрес Карлос	
АНАЛИЗ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ЗАНЯТОСТИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА СОКРАЩЕНИЕ БЕДНОСТИ В ЭКВАДОРЕ	422
Рейес Иван	
ВТОРОЙ БУМ КАКАО В ЭКВАДОРЕ И ВЫЗОВЫ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ РЕКОРДНЫХ ЦЕН	426
Рогачева К.А., Серженко А.Г.	
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ	431
Романишко Д.А., Волчуга Д.А.	
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ	435

Рослякова А.М.	
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ПОНИМАНИЕ ПАТРИОТИЗМА	439
Рубан Д.Н., Савичева П.В.	
ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ.....	442
Рыбалкова Е.В., Люлоченко М.В., Фокин В.А.	
АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	446
Рыбалкова Е.В., Мякушко Л.Н.	
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ....	452
Самодуров М.И.	
МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ	457
Сариев И.В.	
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ.....	460
Сафонова Я.С.	
ИНФОРМАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	464
Севастьянова П.М., Лесоцкая А.В.	
ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА ТУРИЗМ	469
Сердюков Д.А.	
МЕТОДЫ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ С КЛИЕНТОМ	472
Сердюков Д.А.	
РОЛЬ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО МОНИТОРИНГА В УЧРЕЖДЕНИЯХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ОТРАСЛИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ОТЧЁТА ЗП-ФК ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	480

Сердюков Д.А.	
КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	485
Сердюков Д.А.	
МЕТОДЫ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ С КЛИЕНТОМ	489
Сидорова Е.В.	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В ГЕРМАНИИ	496
Силкина Е.Н.	
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РФ	500
Симонов Н.А.	
МЕТОДЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	504
Синица А.Д.	
МЕХАНИЗМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ И СОДЕЙСТВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РОСТУ В РОССИИ.....	507
Смецкой А.И.	
УГРОЗЫ БЕЗОПАСНОСТИ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ОКРУЖЕНИИ.....	512
Смецкой А.И.	
АКТУАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВСВЯЗИ С УХОДОМ ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ	516
Смецкой А.И.	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ.....	520
Сподо В.П., Каминская А.В.	
КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ	523

Сребняк Р.Р.

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ
ЭКОНОМИКИ 526

Суходольская Д.В.

USING BENCHMARKING IN BUSINESS PLANNING AS A
COMPETITIVENESS STRATEGY..... 530

Тилиликин П.А.

ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В СФЕРЕ
МАЛОГО БИЗНЕСА..... 534

Торрес Карлос

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В
РОССИИ..... 539

Трофимова А.М.

ДОЛЯ ВВП РФ В МИРОВОМ ВВП 542

Тюрина С.Д.

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К ПРЕКАРНОЙ ЗАНЯТОСТИ:
ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ 547

Хулапов Е.Н.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И РЫНОК ТРУДА: УГРОЗЫ
ИЛИ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ..... 551

Чайкина Д.Г.

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ В РФ..... 556

Чернова Д.Д.

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНА НА
ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ..... 560

Чернова Д.Д.

ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ 564

Шанси Н.В	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ГАИТИ	569
Шапкина Д.Н., Добкин С.Г.	
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ: КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	574
Шафура В.В.	
ПРИЧИНЫ И ДЕЙСТВИЯ, ОГРАНИЧИВАЮЩИЕ БАНКОВСКИЕ ЭКОСИСТЕМЫ	578
Швец А.М.	
ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОДА РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....	583
Шишкина В.Р.	
РАБОТА И ВОЗРАСТ: СТЕРЕОТИПЫ И РЕАЛЬНОСТЬ	588
Штанюк П.Ю.	
МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА КАЛИЙНЫХ УДОБРЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	593
Шугаёва К.Ю.	
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КАК МИНИМИЗАЦИЯ РИСКА	597
Шумаков А.А.	
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	601
Шумаков А.А.	
СОЦИАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ. ИСТОРИЯ И ПУТИ РЕШЕНИЯ.....	604
Шеховцов А.Е.	
ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ЕГО МОДЕЛЕЙ В 21 ВЕКЕ	608
Яговдик В.А.	

ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО
СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА 613