

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Самарский государственный экономический университет
Министерство образования и науки Самарской области
Министерство промышленности и торговли Самарской области
Торгово-промышленная палата Самарской области
Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики
по Самарской области
Ленкоранский государственный университет (Ленкорань, Азербайджан)
Финансово-экономический университет Таджикистана
(Душанбе, Таджикистан)
Некоммерческое партнерство «Междисциплинарный альянс исследователей
в области организационных наук» (НП «МАОН»)
Вольное экономическое общество России



ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

**Материалы 22-й Международной
научно-практической конференции**

23–24 ноября 2023 года

Часть 2

**Резервы повышения эффективности деятельности предприятий
в условиях новых глобальных вызовов (М–Я). Менеджмент
в меняющемся мире**

Самара 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Самарский государственный экономический университет
Министерство образования и науки Самарской области
Министерство промышленности и торговли Самарской области
Торгово-промышленная палата Самарской области
Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики
по Самарской области
Ленкоранский государственный университет (Ленкорань, Азербайджан)
Финансово-экономический университет Таджикистана
(Душанбе, Таджикистан)
Некоммерческое партнерство «Междисциплинарный альянс исследователей
в области организационных наук» (НП «МАОН»)
Вольное экономическое общество России

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Материалы 22-й Международной
научно-практической конференции

23–24 ноября 2023 года

Часть 2. Резервы повышения эффективности деятельности предприятий
в условиях новых глобальных вызовов (М–Я). Менеджмент
в меняющемся мире

Самара 2023

УДК 338.242
ББК У 9(2)301
П78

Печатается по решению научного совета
Самарского государственного экономического университета

Редакционная коллегия: д-р экон. наук, проф. **Е.А. Кандрашина** (отв. редактор), д-р экон. наук, проф. **В.А. Пискунов**, канд. экон. наук, доц. **М.С. Гусева**, д-р экон. наук, проф. **А.П. Жабин**, д-р экон. наук, проф. **М.Е. Коновалова**, д-р юрид. наук, проф. **С.П. Бортников**, канд. экон. наук, доц. **А.В. Шепелев**, канд. экон. наук, доц. **Е.П. Трошина**, канд. техн. наук, доц. **Н.Г. Губанов**, **О.А. Сапова** (управление по международному сотрудничеству СГЭУ), канд. экон. наук, доц. **Н.В. Никитина** (зам. отв. редактора), канд. экон. наук, доц. **А.А. Чудаева** (зам. отв. редактора)

П78 **Проблемы развития предприятий: теория и практика** : материалы 22-й Международной научно-практической конференции, 23–24 ноября 2023 года : в 3 частях / редколлегия: Е.А. Кандрашина (ответственный редактор) [и др.] ; Самарский государственный экономический университет. – Ч. 2. – Самара : Изд-во СГЭУ, 2023. – 220 с.
ISBN 978-5-00176-181-5 – ISBN 978-5-00176-183-9 (ч. 2)

Рассматривается комплекс научно-теоретических и методических вопросов деятельности предприятий в современных реалиях: трансформация институциональной среды функционирования предприятий в условиях новых глобальных вызовов; резервы повышения эффективности деятельности предприятий в условиях новых глобальных вызовов; менеджмент в меняющемся мире; цифровые технологии для решения проблем современных предприятий; институциональная трансформация правовой среды в современных условиях.

Предлагаются новые научно-методические направления экономического и организационного развития предприятий, приводится анализ теоретических и методологических подходов развития производства в условиях цифровизации и импортозамещения.

Для научных работников, аспирантов, студентов экономических вузов, а также руководителей и специалистов предприятий.

УДК 338.242
ББК У 9(2)301

ISBN 978-5-00176-181-5
ISBN 978-5-00176-183-9 (ч. 2)

© ФГАОУ ВО «Самарский государственный
экономический университет», 2023

РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

УДК 338.242

doi:10.46554/PEDTR-22-2023-2-pp.3

К ВОПРОСУ О МЕРАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2023 Майсигов Яхья Ярагиевич

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: maysigovv@gmail.com

© 2023 Заступов Андрей Владимирович

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: oiler79@mail.ru

Высокий уровень неопределенности, характеризующий современные условия функционирования отечественных предприятий, сдерживает собственников и инвесторов от вложений в высокозатратные проекты, к которым относятся проекты цифровой трансформации. Для повышения уровня их заинтересованности в реализации таких проектов разработаны меры государственной поддержки, которым посвящена данная статья.

Ключевые слова: цифровая трансформация, меры государственной поддержки, неопределенность, IT-компании, льготное кредитование, гранты, льготная ипотека.

Вопросы включения государства в решение задач цифровой трансформации (ЦТ), необходимость которой постулируется в национальной программе «Цифровая экономика»¹, для отечественных компаний особенно остро зазвучали из-за введения санкций в отношении РФ после 24.02.2022 г. и ряда событий, обусловленных СВО. Российские предприятия в настоящее время функционируют в условиях крайней неопределенности, обуславливающей возникновение инвестиционных рисков² и выступающей в роли ограничивающего собственников и инвесторов фактора в вопросах вложения средств в проекты, в том числе и направленные на цифровизацию. Проекты цифровой трансформации относятся к дорогостоящим, так как требуют огромных затрат, окупаемых даже в благоприятной внешней среде в течение продолжительного временного отрезка.

В целях снижения затрат предпринимателей, ориентированных на реализацию концепции цифровой трансформации бизнеса, были разработаны меры государственной поддержки³, реализуемые такими фондами как: Российский фонд развития информационных технологий, Фонд «Сколково»⁴, Фонд содействия инновациям (табл. 1).

Ориентированные на поддержку ЦТ бизнеса со стороны государства меры

Организация	Мера поддержки	Основа распределения средств	Получатели поддержки	Величина финансовой поддержки
Российский фонд развития информационных технологий	Грант на внедрение российских ИТ-решений	Конкурсный отбор, предполагающий оценку представленных цифровых стратегий с точки зрения обоснованности финансовых затрат, возможной результативности и эффективности предлагаемых мероприятий	Юридические лица	До 6 млрд руб.
Фонд содействия инновациям	Программа «Коммерциализация»		Субъекты малого и среднего предпринимательства (СМП)	До 30 млн руб.
	Программа «Старт»		СМП	До 12 млн руб.
Фонд «Сколково»	Грант в рамках направления «Цифровые технологии»		Юридические лица	20–700 млн руб.
	Грант в рамках направления «Искусственный интеллект»	Юридические лица	20–100 млн руб.	

В качестве меры поддержки предприятий, готовых разработать и провести цифровую трансформацию, является предоставление льготных условий кредитования с целью реализации цифровой стратегии. Реализуется данная мера в соответствии с Федеральным проектом «Цифровые технологии» и Постановлением Правительства РФ от 05.12.2019 года №1598, выступающего базисом для предоставления льготного кредитования проектов по разработке и внедрению цифровых решений и продуктов предприятия по ставке от 1 до 5% на могут аккредитованные ИТ-организации. Размер кредита варьируется в диапазоне от пятиста миллионов рублей до десяти миллиардов рублей.

Цифровая трансформация базируется на предложениях ИТ-компаний. По этой причине были сформированы и меры господдержки организаций, обеспечивающих разработку российских цифровых продуктов и решений, в том числе, направленных на импортозамещение иностранного программного обеспечения (табл. 2).

Приведенные в табл. 2 меры носят финансовый и организационный характер – они направлены на снижение затрат ИТ-компаний и упрощение ряда организационных процедур, реализуемых ими в ходе осуществления деятельности. К организационным мерам, призванным создать благоприятные условия для развития ИТ-сферы, можно отнести ориентированные на формирование, развитие специалистов, обладающих необходимыми компетенциями в области информационных технологий⁵, и их удержания в отрасли:

1. Льготные условия ипотечного кредитования для специалистов цифровой сферы (табл. 3);

Таблица 2

**Основные регламентирующие меры господдержки IT-компаний документы
с указанием их сути**

Регламентирующий документ	В чем состоит мера господдержки
Указ Президента РФ от 02.03.2022 № 83	Упрощение трудоустройства иностранных IT-специалистов в РФ
Письмо ФНС России от 24.03.2022 № СД-4-2/3586	Освобождение IT-организаций от выездных налоговых проверок до 03.03.2025
ФЗ от 26.03.2022 №67-ФЗ	Ставка по налогу на прибыль для IT-компаний в федеральный бюджет составляет ноль процентов на период с две тысячи двадцать второго по две тысячи двадцать четвертый год включительно
Постановление Правительства РФ от 26.04.2022 № 754	Предоставление льготных кредитных ресурсов для IT-компаний
Постановление Правительства Российской Федерации от 30.04.2019 № 529	Изменения в правилах предоставления субсидий при разработке цифровых платформ и продуктов
ФЗ от 14.07.2022 №321-ФЗ	Льготы по страховым взносам в Социальный фонд России и в Пенсионный фонд России, основания для использования ускоренной амортизации ОС и НМА для некоторых IT-компаний, пониженные ставки по налогу на прибыль, л
ФЗ от 14.07.2022 № 323-ФЗ	Снижение ставки налога на прибыль и инвестиционный вычет для радиоэлектронной промышленности
ФЗ от 04.10.2022 №427-ФЗ	Освобождение от плановых проверок ряда IT-компаний
Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 17.10.2022 № 159	Освобождение от таможенной пошлины в странах ЕАЭС цифровых товаров до 31.03.2023

Таблица 3

**Условия льготной ипотеки для IT-специалистов на основании
Постановления Правительства РФ от 30.04.2022 № 805**

Показатели	Значение
Максимальная величина суммы кредитования	18 млн руб. - города-миллионники
	9 млн руб. - остальные регионы
Требования по получаемой заработной плате	Более 150 тыс. руб. для Москвы
	Более 120 тыс. руб. для городов-миллионников, кроме Москвы
	Более 70 тыс. руб. - остальные регионы
Ставка	5%
Общая величина кредитного портфеля	240 млрд руб.

2. Отсрочка по обязательствам прохождения обязательной военной службы в составе Вооруженных сил Российской Федерации;

3. Запуск «цифровых кафедр» на базе 114 высших учебных заведений для организации программ профессиональной ИТ-подготовки в вузах в 2022 году⁶;

4. Организация и реализация программы обучения языкам программирования на базе школьной программы;

5. Создание образовательного цифрового сервиса «Урок цифры» для школьников и образовательной платформы для преподавателей «Цифровой образовательный контент».

В условиях санкционного давления на РФ реализуются государственные антикризисные меры в отношении промышленного сектора РФ⁷ и сельского хозяйства как основополагающих. В табл. 4 представлены некоторые из существующих на сегодняшний день.

Таблица 4

Некоторые меры господдержки цифровой трансформации предприятий промышленного сектора и сельского хозяйства в РФ

Сектор	Мера	Содержание
Промышленность	Программа Фонда развития промышленности «Проекты развития», ориентированную на предоставление займов на инкорпорацию программных и технологических решений, позволяющих за счет цифровизации оптимизировать производственные процессы ⁸	Льготное кредитование проекта по ставке от одного до трех процентов продолжительностью, не превышающей пять лет, на сумму от ста до тысячи миллионов рублей при условии, что его общий бюджет стартует от ста двадцати миллионов рублей
	ГИСП (Государственная информационная система промышленности)	Создание аккумулирующей информацию по мерам поддержки предприятий в рамках проекта «Цифровая промышленность» платформы
	НТИ (Национальная технологическая инициатива)	Формирование и реализация программ поддержки компаний НТИ
Сельское хозяйство	«Эффективный гектар»	Создание платформы интеллектуального планирования деятельности
	«Умные контракты»	Разработка и внедрения цифрового канала взаимодействия контрагентов и государства в сфере сельского хозяйства
	«Умная ферма», «Умная теплица», «Умное поле»	Создание цифровых решений и продуктов для предприятий АПК
	«От поля до порта»	Программа совершенствования экспортных потоков при помощи создания интеллектуального управления логистикой
	«Земля знаний»	Подготовка специалистов в сфере цифровизации деятельности в сельском хозяйстве
	Программа АО «Россельхозбанка» «Свое фермерство»	Формирование площадки B2B для автоматизации бизнес-процессов

Проведенный анализ демонстрирует, что сегодня на территории Российской Федерации реализуется масштабный комплекс мер господдержки цифровой трансформации предприятий, основанный не только на финансовых мерах поддержки, но и на комплексных мерах содействия предпринимательству в процессах создания, разработки и внедрения стратегии ЦТ.

* * * *

¹ «Цифровая экономика РФ» [Электронный ресурс] // Правительство Российской Федерации [официальный сайт]. URL: <http://government.ru/info/35568/>

² Чудаева, А. А. Отражение рисков в расчетах экономической эффективности инвестиционных проектов, направленных на развитие производства / А. А. Чудаева, Н. В. Никитина // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 9(98). – С. 959. – EDN YVFCCL.

³ Чтчан, М. В. Роль государства в эпоху цифровизации экономики / М. В. Чтчан, А. В. Заступов // СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ: ПРОБЛЕМЫ, ЗАКОНОМЕРНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ : сборник статей II международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 12 марта 2020 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2020. – С. 26-30. – EDN EMGWNK.

⁴ Чудаева, А. А. Актуальные вопросы финансирования проектов инкорпорации цифровых технологий в производственную деятельность российских предприятий обрабатывающей промышленности / А. А. Чудаева // Фундаментальные исследования. – 2023. – № 7. – С. 65-71. – DOI 10.17513/fr.43483. – EDN CURZMZ.

⁵ Наугольнова, И. А. Цифровая трансформация и инновационные подходы к управлению затратами: теоретический анализ и перспективы развития / И. А. Наугольнова // Креативная экономика. – 2023. – Т. 17, № 4. – С. 1293-1312. – DOI 10.18334/ce.17.4.117686. – EDN UMUZJE.

⁶ Итоги работы «цифровых кафедр» презентовали 107 вузов [Электронный ресурс] // Портал национальныепроекты.рф [официальный сайт]. URL: <https://xn--80aарам-ретсчфмо7а3с9еhj.xn--p1ai/news/itogi-raboty-tsifrovvykh-kafedr-prezentovali-107-vuzov?ysclid=lorqmnoaxo293796527>

⁷ Мартянов, К. П. Ключевые проблемы промышленных предприятий в современных геополитических условиях / К. П. Мартянов, Л. Д. Мартянова, И. А. Наугольнова // Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов : Сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции, Москва, 27 декабря 2022 года. – Москва: Печатный цех, 2022. – С. 338-342. – EDN ХТХЕСЕ.

⁸ Проекты развития [Электронный ресурс] // Фонд развития промышленности (Федеральное государственное автономное учреждение «Российский фонд технологического развития») [сайт]. URL: <https://frprf.ru/zaymy/proekty-razvitiya/>

ON THE ISSUE OF MEASURES OF STATE SUPPORT FOR THE DIGITAL TRANSFORMATION OF ENTERPRISES IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2023 Maisigov Yakhya Yaragievich

Student

Samara State University of Economics

E-mail: maysigovv@gmail.com

© 2023 Zastupov Andrey Vladimirovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: oiler79@mail.ru

The high level of uncertainty characterizing the modern conditions of functioning of domestic enterprises deters owners and investors from investing in high-cost projects, which include digital transformation projects. To increase the level of their interest in the implementation of such projects, state support measures have been developed, to which this article is devoted.

Keywords: digital transformation, government support measures, uncertainty, IT companies, grants, preferential lending, preferential mortgage.

СОГЛАШЕНИЕ О ЗАЩИТЕ И ПООЩРЕНИИ КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЙ КАК МЕРА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

© 2023 **Макеева Анастасия Андреевна**

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: makeevan24@yandex.ru

© 2023 **Чудаева Александра Александровна**

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: chudaeva@inbox.ru

Статья посвящена анализу механизма соглашений о защите и поощрении капиталовложений, который рассматривается как одна из эффективных мер государственной поддержки инвестиционных проектов. В публикации раскрываются основные принципы и условия заключения соглашений, а также преимущества, которые получают инвестор и государство от участия в таких соглашениях.

Ключевые слова: инвестиционный проект, соглашение о защите и поощрении капиталовложений, капиталовложения, инфраструктура, стабилизационная оговорка, возмещение затрат.

В условиях, когда экономика и бизнес развиваются в условиях неопределенности, государство играет важную роль в обеспечении стабильности и развития отраслей и предприятий.¹ Для этого оно разрабатывает и реализует различные меры государственной поддержки, направленные на создание благоприятного инвестиционного климата, развитие инноваций и поддержку социально значимых проектов. Одной из таких мер является заключение соглашений о защите и поощрении капиталовложений (далее – СЗПК), которые стали важным инструментом экономического роста и привлечения инвестиций в различные сектора экономики.

СЗПК – это юридически обязывающий документ, который заключается в отношении инвестиционного проекта между инвестором и государством с целью стимулирования и обеспечения благоприятного инвестиционного климата. В рамках СЗПК инвестиционный проект (ИП) должен быть ориентирован:

- на создание и (или) реконструкцию, и (или) модернизацию объектов недвижимости, или комплекса взаимосвязанных объектов движимого и недвижимого имущества и их последующая эксплуатация;

- на создание и использование результатов интеллектуальной деятельности.²

К ИП, в отношении которых может быть заключено СЗПК, установлен ряд требований, которые можно разделить на критерии: отрасль, условие новизны, стоимость.³

Отраслевой критерий указывает, что инвестор из любой сферы экономики может заключить СЗПК, исключением являются отрасли, не поддерживаемые государством в рамках данной меры, а именно: оптовая и розничная торговля, добыча нефти и газа,

производство табачных изделий, алкогольной продукции, жидкого топлива, деятельность административно-деловых и торговых центров, игорный бизнес, деятельность финансовых организаций, строительство жилья.

Условие новизны реализуется в том, что новым инвестиционным проектом может быть признан проект, по которому решение об утверждении бюджета инвестиций было принято после 1 апреля 2020 года. В этом случае инвестор должен подать заявку на заключение СЗПК в течение одного года с момента принятия решения об утверждении бюджета на инвестиции.

Стоимостной критерий отражает требования к объему капиталовложений (КВ), требуемых для заключения СЗПК. Если объем капиталовложений в инвестиционный проект составляет от двухсот миллионов рублей до одного миллиарда рублей, то может быть заключено региональное соглашение о защите и поощрении капиталовложений. В этом случае одной из сторон будет субъект РФ. Если же объем капиталовложений превышает 1 млрд. рублей, то в соглашении в обязательном порядке появляется Российская Федерация. Законом также установлено суммовое ранжирование необходимого объема капиталовложений для заключения федерального СЗПК по отраслям экономики (см. таблицу).

Объем капиталовложений в различных сферах экономики*

Отрасль экономики	Минимальный объем капиталовложений
Здравоохранение Образование Культура Физическая культура и спорт КРТ	750 млн. руб.
Цифровая экономика Охрана окружающей среды Сельское хозяйство Пищевая и перерабатывающая промышленность Туризм	1,5 млрд. руб.
Обрабатывающие производства Аэровокзалы Общественный транспорт Транспортно-логистические центры	4,5 млрд. руб.
Иные сферы экономики	10 млрд. руб.

* Составлено автором на основе: Федеральный закон от 01.04.2020 № 69-ФЗ (ред. 21.11.2022) «О защите и поощрении капиталовложений в Российской Федерации».

Заключение о защите и поощрении является выгодным для инвесторов, что особенно актуально в настоящее время, - в период роста ключевой ставки ⁴ и увеличения степени неопределенности.⁵ Оно дает следующие преимущества.

Во-первых, заключение СЗПК предусматривает применение стабилизационной оговорки (СО), которая состоит в неприменении нормативно-правовых актов, ухудшающих условия ведения деятельности инвестора по сравнению с тем правовым режи-

мом, который действовал на момент заключения соглашения и внесения инвестиционного проекта в реестр СЗПК. Минимальный срок действия стабилизационной оговорки 6 лет. Объем КВ и сфера экономики предопределяют и увеличение этого срока до двадцати лет. СО в зависимости от своего воздействия может быть направлена на стабилизацию налогового законодательства и неналогового законодательства (таможенное, градостроительное, земельное и экологическое).

Во-вторых, при заключении соглашения о защите и поощрении КВ у инвестора появляется право компенсировать расходы, направляемые в инфраструктуру, создаваемую в рамках инвестиционного проекта, - в размере 50% для объектов обеспечивающей инфраструктуры, целью использования и эксплуатации которых является исключительно обеспечение функционирования объекта проекта, и в размере 100% для объектов сопутствующей инфраструктуры, использование которых возможно в иных целях, в том числе существует возможность эксплуатации (использования) объекта инфраструктуры неограниченным кругом лиц с учетом свободной мощности. Также компенсации в рамках СЗПК подлежат затраты на уплату процентов по кредитам и займам, купонного дохода по облигационным займам, привлеченным для реализации инвестиционного проекта.

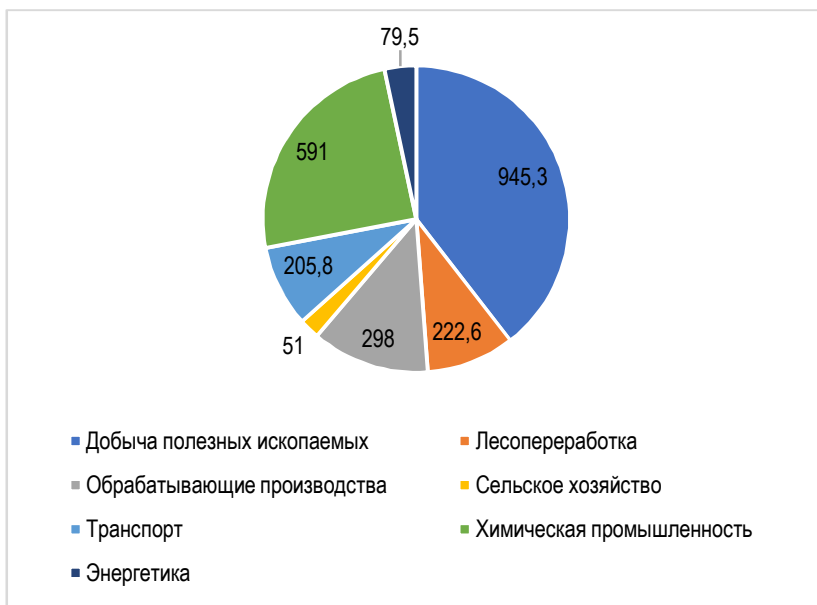
Расходы на обеспечивающую инфраструктуру можно компенсировать в течение 5 лет, расходы на сопутствующую инфраструктуру в течение 10 лет на уровне налогов, которые уплачены от проекта за период начала возмещения затрат. Перечень налогов, участвующих в определении размера предельного возмещения, зависит от состава участников СЗПК с его публичной стороны. Если в СЗПК участвует Российская Федерация, то в расчете предельной суммы учитываются НДС и зачисляемый в федеральный бюджет налог на прибыль на организации. Когда сторона СЗПК - субъект РФ, то учитываются налог на прибыль организации, зачисляемый в региональный бюджет, налог на имущество организации, и если стороной СЗПК является муниципалитет, то учитывается земельный налог. Таким образом, максимальную выгоду от заключения соглашения о защите и поощрении инвестор получает при наиболее широком составе участников с публичной стороны.

Возмещение расходов в рамках СЗПК предоставляется в форме субсидий или налогового вычета. Инвестор имеет право самостоятельно выбрать форму компенсации затрат.³

Для заключения СЗПК инициатору инвестиционного проекта необходимо зарегистрироваться в государственной информационной системе «Капиталовложения» (далее ГИС Капиталовложения). ГИС Капиталовложения – это цифровая экосистема сопровождения и поддержки инвестиционных проектов. Далее инициатору нужно:⁶

1. Создать заявление – заполнить форму заявления и загрузить проект соглашения и сопроводительные документы;
2. Направить документы на проверку – подписать комплект документов усиленной квалифицированной электронной подписью и отправить их на проверку;
3. Получить заключение о соответствии проекта на соответствие нормативно правовым актам;
4. Дождаться подписания соглашения органами исполнительной власти;
5. Получить уведомление о регистрации СЗПК.

По данным Министерства экономического развития РФ на апрель 2023 года, количество заключенных соглашений - 52, объем капиталовложений по инвестиционным проектам составит 2,4 трлн руб.⁷ Распределение СЗПК по отраслям (см. рисунок) демонстрирует, что наибольший объем капиталовложений приходится на такие отрасли как: добыча полезных ископаемых, химическая промышленность, обрабатывающие производства.



*Рис. Отраслевая специфика проектов СЗПК, млрд руб.**

* Ведомости – официальный сайт [электронный ресурс] Минэк заключил с бизнесом 19 новых СЗПК на 1,1 трлн. руб. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles>. Дата обращения: 07.11 2023.

Немаловажную роль имеет заключение СЗПК для государства, которое посредством данного механизма привлекает прямые инвестиции в экономику, что приводит к развитию экономики, созданию рабочих мест, стимулированию роста ВВП и улучшению качества жизни населения. Кроме того, инвестиционные проекты, реализуемые в рамках СЗПК предполагают строительство или модернизацию инфраструктуры, что позволяет государству улучшить состояние транспортной, энергетической, социальной инфраструктуры, что также положительно сказывается на развитии экономики. Заинтересованность инвесторов в заключения СЗПК, обусловленная возмещением части затрат по проекту и гарантий защиты своих вложений и проводящая к активизации их участия в реализации проектов, также приводит опосредованно к вышеперечисленным положительным последствиям для РФ.

* * * *

¹ Мартянов, К. П. Ключевые проблемы промышленных предприятий в современных геополитических условиях / К. П. Мартянов, Л. Д. Мартянова, И. А. Наугольнова // Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов: Сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции, Москва, 27 декабря 2022 года. – Москва: Печатный цех, 2022. – С. 338-342. – EDN ХТХЕСЕ.

² Федеральный закон от 01.04.2020 № 69-ФЗ (ред. 21.11.2022) «О защите и поощрении капиталовложений в Российской Федерации»

³ Постановление Правительства РФ от 13.09.2022 №1602 «О соглашениях о защите и поощрении капиталовложений»

⁴ ЦБ РФ - официальный сайт [электронный ресурс]. Ключевые показатели банка России. URL: https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/. Дата обращения: 07.11 2023

⁵ Наугольнова, И. А. Менеджмент 4.0: эволюция и инновации в управлении организацией в цифровую эпоху / И. А. Наугольнова // Теория и практика общественного развития. – 2023. – № 6(182). – С. 224. – DOI 10.24158/tpor.2023.6.28. – EDN KESNPN.

⁶ ВЭБ.РФ – официальный сайт [электронный ресурс] СЗПК URL: <https://xn--90ab5f.xn--p1ai/agent-pravitelstva/soprovozhdenie-mekhanizma-zashchity>. Дата обращения: 07.11 2023

⁷ Ведомости – официальный сайт [электронный ресурс] Минэк заключил с бизнесом 19 новых СЗПК на 1,1 трлн. руб. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles>. Дата обращения: 07.11 2023

AGREEMENT ON THE PROTECTION AND PROMOTION OF INVESTMENTS AS A MEASURE OF STATE SUPPORT FOR INVESTMENT PROJECTS

© 2023 Makeeva Anastasia Andreevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: makeevan24@yandex.ru

© 2023 Chudaeva Alexandra Alexandrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: chudaeva@inbox.ru

The article is devoted to the analysis of the mechanism of agreements on the protection and promotion of investments, which is considered as one of the effective measures of state support for investment projects. The publication reveals the basic principles and conditions for concluding agreements, as well as the benefits that investors and states receive from participating in such agreements.

Keywords: investment project, agreements on protection and promotion of investments, investments, infrastructure, stabilization clause, cost recovery.

СОДЕРЖАНИЕ И ЗАДАЧИ СУДЕБНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА

© 2023 Михалева Оксана Леоновна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: colbina.anya@yandex.ru

© 2023 Колбина Анна Васильевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: colbina.anya@yandex.ru

© 2023 Докудовская Екатерина Олеговна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: colbina.anya@yandex.ru

В работе проведен анализ формирования понятия «судебно-экономическая экспертиза», выявлены ее отличительные характеристики. Представлены критерии отнесения к малому бизнесу, определено его значение в условиях рыночной экономики, рассмотрена статистика совершаемых преступлений. На основании особенностей функционирования малых предприятий авторами формулируется перечень основных задач судебно-экономической экспертизы малого бизнеса.

Ключевые слова: судебно-экономическая экспертиза, малый бизнес, рыночная экономика, расследование.

Развитие экономических отношений способствует не только качественному изменению процесса воспроизводства в современном обществе, но и усложнению возникающих в условиях многообразия форм ведения бизнеса конфликтов, судебных разбирательств. Такие элементы рыночной экономики, как частная собственность, конкуренция, координация цен и спроса при помощи рыночного механизма и т.д. оказывают влияние на изменение характера совершаемых экономических преступлений и их частоту. В связи с этим возникает потребность формирования инструмента расследования, эффективно действующего в новых условиях. На современном этапе таким инструментом является судебно-экономическая экспертиза, которая наиболее востребована для расследования преступлений в сфере экономики среди субъектов малого предпринимательства.

Содержание судебно-экономической экспертизы субъектов малого бизнеса можно раскрыть с помощью последовательного рассмотрения понятий, отражающих этапы ее формирования, к ним относятся «экспертиза» и «экономическая экспертиза», для определения специфики экспертизы субъектов малого бизнеса необходимо рас-

смотреть критерии отнесения к данной группе, отличительные особенности функционирования, которые имеют влияние на организацию процесса исследования.

Понятие «экспертиза» с латинского переводится как опытный, в связи с чем процесс экспертизы подразумевает под собой проведение исследовательских работ для нахождения ответа на поставленные вопросы опытным путем. Экспертиза проводится высококвалифицированными специалистами, обладающими обширными знаниями о сфере деятельности исследования, ее целью выступает получение профессиональной оценки того или иного явления, процесса, их характера, законности и правомерности, соответствия указанным параметрам и критериям.

Экономическая экспертиза включает в себя понятие экспертизы, однако приобретает строго определенный предмет исследования: финансово-хозяйственная деятельность экономического агента (субъекта). При этом в качестве основных источников информации выступают финансовые документы, которые в свою очередь подразделяются на учетные (внешняя и внутренняя отчетность), внеучетные (материалы инвентаризаций, аудиторские заключения и др.) и плановые (бизнес-план, стратегия развития и т.д.). Их анализ позволяет получить необходимые сведения о хозяйственной деятельности, совершенных операциях и их влиянии на финансовое состояние.

Важно отметить, что экономическая экспертиза обладает прикладным характером, в следствие чего результатом является не научное знание, а практически применимый результат исследования. Она может осуществляться как государственными учреждениями, так и негосударственными организациями исходя из целей и задач, поставленных перед исследователями.¹

Помимо этого, экономическая экспертиза в зависимости от порядка назначения эксперта и ее производства может подразделяться на судебную и несудебную. Отнесение экономической экспертизы к тому или иному виду может осуществляться на основе следующих ключевых признаков (см. таблицу).

Отличительная характеристика судебной экономической экспертизы*

Критерий	Вид экономической экспертизы	
	Несудебная	Судебная
1. Регламентация результатов процессуальным законодательством	Осуществляется в непроцессуальной форме	Носит процессуальный характер
2. Порядок назначения	Назначается по запросу заинтересованного лица	Назначается органами суда и следствия
3. Характер ответственности	Подписка об ответственности не предусмотрена	Индивидуальная ответственность
4. Цель проведения	Заключение мирового соглашения	Использование в рамках расследования и/или судебного разбирательства
5. Результирующий документ	Акт несудебной экспертизы	Заключение эксперта

* Составлено автором на основе: Лялюк А.В., Костенко Ж.О. Виды и задачи судебных экономических экспертиз // Научные труды КубГТУ. 2017. № 9. С. 221–222.

Важно отметить, что судебно-экономическая экспертиза (СЭЭ) обладает другим специфическим признаком, выступая единственным в своем роде следственным действием, подготовительный и заключительный этап которого осуществляются сотрудниками правоохранительных органов, а промежуточный этап-экспертом в области экономики.

Исходя из данных положений можно заключить, что судебно-экономическая экспертиза является видом экспертной деятельности, обладающей специфическими признаками, отраженными в процессуальной законодательной базе, и основывающейся на специализированном исследовании отдельных фактов экономической деятельности субъекта, отраженных в его финансовых документах. Сформированное по результатам экспертизы заключение рассматривается в качестве самостоятельного вида судебного доказательства.²

Традиционно, такой вид экспертизы назначается при совершении преступлений в сфере экономики: хищении, криминального банкротства, злоупотребление полномочиями в коммерческой организации и незаконного предпринимательства, т.д.³ Последнее напрямую связано с исследуемой темой, так как осуществление предпринимательской деятельности без лицензии является незаконным и карается штрафом.

В условиях рыночной экономики малый бизнес играет большую роль в обеспечении мобильности и гибкости рыночной экономики, так как в силу объемов деятельности может наиболее оперативно реагировать на происходящие изменения, однако эти преимущества могут быть использованы и с преступной целью.

По данным ТАСС, 16% преступлений в сфере экономики, зарегистрированных в России в 2020 г., приходилось на предпринимателей, наиболее частыми являются преступления в области налогового учета, следующими по величине выступают преступления о присвоении или растрате.⁴ Это свидетельствует о необходимости привлечения такого инструмента расследования, как судебно-экономическая экспертиза к преступлениям, совершаемым малым бизнесом, в виду его глубинного подхода к анализу финансово-хозяйственной деятельности, выявлению фактов неправомерного поведения.

Важно отметить, что к малому предпринимательству относят индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность без образования юридического лица, имеющих ССЧ за календарный год от 16 до 100 человек, доходы которого за год по правилам налогового учета не превышают 800 млн. руб. и др. Малый бизнес выступает одной из самых доступных форм осуществления законной предпринимательской деятельности, в связи с чем должен подвергаться особому контролю со стороны государства. Таким образом, судебно-экономическая экспертиза субъектов малого бизнеса основывается на базовых положениях о судебно-экономической экспертизе, конкретизируя решаемые в ее ходе задачи в соответствии со спецификой деятельности малых предприятий.

В рамках осуществления судебно-экономической экспертизы малого бизнеса исходя из его отличительных особенностей можно выделить следующие основные задачи.

1. Содействие получению доказательной информации благодаря использованию специальных знаний в области налогообложения и бухгалтерского учета. Эта задача является глобальной для проведения судебно-экспертной деятельности в целом.

2. Выявление искажений в бухгалтерском и налоговом учете с целью выявления их влияния на размер налогооблагаемой базы.

3. Анализ признаков и способов искажения финансовых показателей, с целью недопущения потери достоверности финансовых результатов. Преднамеренное банкротство является серьезной угрозой финансовой системе, в то время как для недобросовестных предпринимателей может выступать способом ликвидации бизнеса.

4. Определение способов получения кредитов без материального и правового обеспечения. Закредитованность малого бизнеса может являться не только тревожным сигналом для рыночной экономики государства, но и свидетельством нарушений в сфере финансирования и кредитования и др.

Таким образом, проведение судебно-экономической экспертизы малого бизнеса может обеспечить высокую эффективность в области расследования уголовных дел благодаря применению специализированных методов и профессиональных знаний в области экономики, а также учету специфики функционирования малых предприятий. Выявление признаков противоправной деятельности среди малого бизнеса играет значительную роль для безопасности экономической системы в целом и ее субъектов в частности.

* * * *

¹ Городнова Н.В., Феофанов С.В. Судебная экономическая экспертиза: понятие, сущность и методический инструментарий // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Том 11. – № 3. – С. 605-622. – doi: 10.18334/epp.11.3.111890.

² Гаджиев Н.Г. Судебная экономическая экспертиза: учебник / Н.Г. Гаджиев, О.В. Киселева, С.А. Коноваленко, О.В. Скрипкина; под общ. ред. Н.Г. Гаджиева. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 200 с. – (Высшее образование: Специалитет). – DOI 10.12737/1138889. - ISBN 978-5-16-016407-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2094389> (дата обращения: 07.11.2023). – Режим доступа: по подписке.

³ Мусин Э.Ф. Судебно-экономическая экспертиза в уголовном процессе: учебное пособие для вузов / Э. Ф. Мусин [и др.]; под редакцией Э. Ф. Мусина. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 273 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04567-3. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/514808> (дата обращения: 07.11.2023).

⁴ В России 16% экономических преступлений приходится на предпринимателей // ТАСС URL: <https://tass.ru/ekonomika/8554543> (дата обращения: 07.11.2023).

CONTENT AND OBJECTIVES OF FORENSIC ECONOMIC EXAMINATION OF SMALL BUSINESS ENTITIES

© 2023 **Mikhaleva Oksana Leonovna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: colbina.anya@yandex.ru

© 2023 **Kolbina Anna Vasilevna**

Student
Samara State University of Economics
E-mail: colbina.anya@yandex.ru

© 2023 **Dokudovskaya Ekaterina Olegovna**

Student
Samara State University of Economics
E-mail: colbina.anya@yandex.ru

The work analyzes the formation of the concept of “forensic economic examination” and identifies its distinctive characteristics. The author presents the criteria for classification as a small business, determines its importance in a market economy, and examines the statistics of crimes committed. Based on the peculiarities of the functioning of small enterprises, the author formulates a list of the main tasks of forensic economic examination of small businesses.

Keywords: forensic economic examination, small business, market economy, investigation.

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© 2023 Морозов Егор Юрьевич*

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Egorr.tft@yandex.ru

Сегодня негативные условия внешней бизнес-среды создают предпосылки для формирования целого перечня вызовов, угроз и рисков для стратегических организаций. В статье представлена авторская классификация современных вызовов экономической безопасности нефтяных организаций и PESTEL-анализ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ», аспекты которого соотнесены с современными вызовами.

Ключевые слова: стратегические организации, нефтяные компании, экономическая безопасность, вызовы, угрозы, риски.

Финансово-хозяйственная деятельность стратегических организаций встроена обособленным звеном в систему национальной экономики Российской Федерации. На нормативном уровне закреплено приоритетное значение таких экономических субъектов с точки зрения формирования экономического суверенитета отраслей экономики нашей страны.

Система законодательного регулирования, формирующая подходы к организации финансово-хозяйственной деятельности стратегических организаций и обеспечению их экономической безопасности, представлена на рисунке.

Указом Президента РФ от 04.08.2004 N 1009 (ред. от 10.05.2023) «Об утверждении Перечня стратегических предприятий и стратегических акционерных обществ» закреплён закрытый перечень организаций, относящихся к категории стратегических. В данном нормативном документе выделены две категории стратегических субъектов экономики:

1) федеральные государственные унитарные предприятия, деятельность которых направлена на обеспечение обороноспособности и безопасности государства, защиты нравственности, здоровья, прав и законных интересов граждан Российской Федерации;

2) акционерные общества, акции которых находятся в федеральной собственности. Следовательно, управление этими организациями обеспечивает обороноспособность и безопасность государства, защиту нравственности, здоровья, прав и законных интересов граждан Российской Федерации.

При этом необходимо обратить внимание, что к стратегическим организациям относятся не только предприятия оборонно-промышленного комплекса, но и субъекты,

* Научный руководитель – Татаровская Татьяна Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент.

которые ведут финансово-хозяйственную деятельность других видов. Продукция, работы и услуги таких экономических субъектов могут носить исключительно гражданское назначение, но вместе с тем их значимость для обеспечения национальной, в том числе экономической безопасности Российской Федерации огромна.

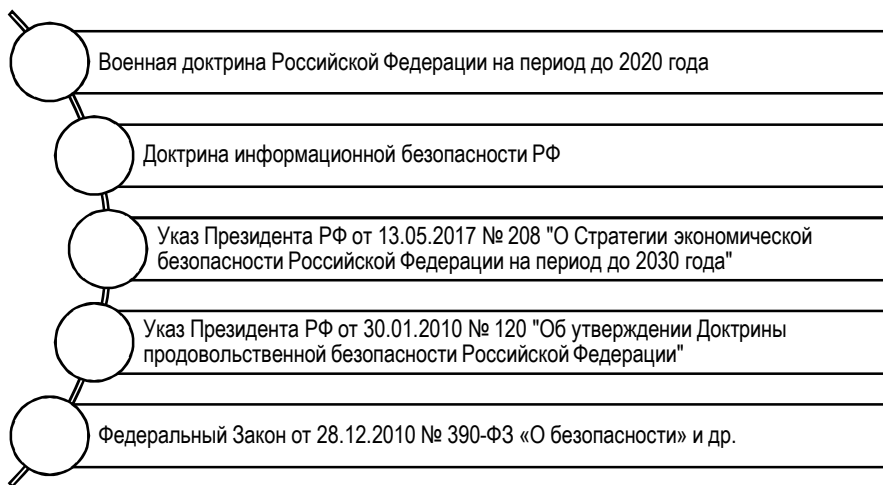


Рис. 1. Система нормативно-правового регулирования финансово-хозяйственной деятельности и обеспечения экономической безопасности стратегических организаций

В частности, к таким субъектам бизнеса относят нефтяные компании, создающие фундамент экономики нашей страны, привлекая инвестиции в свою деятельность, являясь бюджетообразующей структурой, создающей большое число рабочих мест.

Исследование вызовов экономической безопасности таких стратегических организаций, как нефтяные компании актуально с точки зрения определения угроз и рисков, присущих их внутренней и внешней бизнес-среде. Все это важно для дальнейшего моделирования бизнес-процессов, выстраивания архитектуры предприятия и управления рисками с целью минимизации наступления негативных последствий и принятия наиболее эффективных управленческих решений.¹

В Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года (утв. Указом Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208) в главе II представлены вызовы и угрозы экономической безопасности, актуальные на момент подготовки данного документа. Обобщая представленную в Стратегии в части вызовов и угроз информацию, нельзя не согласиться с позицией Гороховой С.С. в отношении выделения причин, создающих предпосылки для принятия решений по обеспечению экономической безопасности не только государства, но и экономического субъекта:

1) разрушение однополярного мира и формирование многополярного, что приводит к геополитической нестабильности, снижению и замедлению экономического роста, появлению новых экономико-политических центров и вызовов и угроз военно-политического характера;

2) глобальное изменение климата, которое приводит к продовольственному дефициту, нехватке пресной воды и обострению борьбы за ресурсы и сферы влияния в беднейших странах.²

Однако с момента утверждения указа в 2017 году Российская Федерация столкнулась с новейшими вызовами, которые было достаточно трудно спрогнозировать заранее. К ним относятся и ухудшение эпидемиологической обстановки в стране и мире (пандемия COVID-19), и недружественные действия со стороны западных стран, которые реализовались в введение санкций в отношении юридических и физических лиц, зарегистрированных в нашей стране, а также в угрозу суверенитету Российской Федерации, создавшей предпосылки для начала специальных действий по защите народа и территории нашего государства.

С целью формирования системы управления рисками, ориентированной на вызовы экономической безопасности нефтяных предприятий, предлагается осуществить классификацию данных вызовов с учетом современных реалий нашего времени:

1. Внешние вызовы.

1.1. Внешние вызовы мегауровня (глобального характера):

- нестабильность геополитической обстановки в мире;
- снижение и замедление роста мировой экономики;
- неблагоприятная эпидемиологическая обстановка;
- смена парадигм и культурного кода;
- миграция в значительных масштабах и др.

1.2. Внешние вызовы макроуровня (странового уровня – уровень непосредственно Российской Федерации):

- угроза суверенитету Российской Федерации со стороны других государств;
- недружественные действия со стороны западных стран по отношению к Российской Федерации;
- односторонние или групповые принудительные меры в виде санкций в отношении юридических и физических лиц, зарегистрированных в Российской Федерации;³
- низкий темп роста экономики;
- коррупция;
- теневой бизнес и др.

1.3. Внешние вызовы мезоуровня (региональный уровень):

- климатические, законодательные и иные особенности ведения деятельности в каждом конкретном регионе;
- бюрократические барьеры;
- коррупция и др.

1.4. Внешние вызовы микроуровня (предприятия, являющиеся конкурентами или контрагентами исследуемого субъекта бизнеса):

- недобросовестные действия со стороны конкурентов;
- недобросовестность и неблагонадежность контрагентов (поставщиков и покупателей);⁴
- риски третьих сторон (при работе с субподрядчиками) и др.

2. Внутренние вызовы:

- неэффективное управление коммерческой организацией и, как следствие, принятие неверных решений;
- отсутствие должного уровня профессионализма и компетентности со стороны руководящих лиц и рядовых сотрудников;
- корпоративное мошенничество;
- ошибки, просчеты;
- несоответствие бизнес-процессов современным реалиям;
- нарушение требований законодательства и т.д.

Кроме того, представляется необходимым классифицировать и внутренние вызовы. Например, с точки зрения уровня управления или принятия решений, вида бизнес-процесса, подразделения компании и т.п.

Для формирования более полной картины тех вызовов и угроз, с которыми сталкивается исследуемое предприятие нефтяной отрасли, рекомендуется использовать методику PESTEL-анализа, которая позволяет в разрезе нескольких аспектов выявить ключевые внешние факторы, влияющие на деятельность компании как в текущем периоде, так и в обозримом будущем.

С учетом современных вызовов экономической безопасности нефтяных компаний Российской Федерации представим PESTEL-анализ основных факторов (на примере ПАО «НК «РОСНЕФТЬ»), требующих учета при принятии решений и планировании каких-либо проектов и действий в перспективе.

Политические факторы	Экономические факторы
- санкции (помимо экономических последствий потеря контроля над нефтеперерабатывающими заводами в Германии); - новые перспективные проекты, поддерживаемые на государственном уровне и др.	- рост продаж на внутреннем рынке; - снижение продаж на европейском рынке; - новые нефтяные проекты, по которым ожидается рост добычи и приток денежных средств и др.
Социальные факторы	Технологические факторы
- охрана жизни и здоровья сотрудников; - обеспечение безопасности на всех участках деятельности; - реализация комплексной жилищной программы и др.	- необходимость модернизации оборудования; - разработка собственных катализаторов; - рациональное использование ресурсов и др.
Законодательные факторы	Экологические факторы
- ужесточение законодательства; - соблюдение требований экологического законодательства и др.	- снижение негативного воздействия на окружающую среду и др.

Рис. 2. PESTEL-анализ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ», актуализированный с учетом современных вызовов экономической безопасности

Аспекты экономического фактора сформированы по результатам анализа финансово-хозяйственной деятельности ПАО «НК «РОСНЕФТЬ» по итогам 2022 года. В частности, было выявлено:

- рост выручки на 3%
- рост производственных расходов на 2%;

- рост EBITDA на 10%;
- снижение чистой прибыли на 8%.⁵

Таким образом, изменение мировой парадигмы геополитического характера несомненно оказывает влияние как на экономику Российской Федерации, так и на финансово-хозяйственную деятельность стратегических организаций и, в частности, нефтяных компаний. Понимание современных вызовов экономической безопасности предприятия позволит выстроить эффективно функционирующую систему управления рисками и своевременно реагировать на изменения, происходящие во внутренней и внешней бизнес-среде.

* * * *

¹ Сахчинская, Н. С. Вопросы экономической безопасности в процессе создания бизнеса / Н. С. Сахчинская, Ю. А. Татаровский // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 8(145). – С. 1209-1212. – DOI 10.34925/EIP.2022.145.8.251. – EDN WITRER.

² Горохова, С. С. Вызовы и угрозы экономической безопасности современной России / С. С. Горохова // Современный юрист. – 2017. – № 4(21). – С. 89-101. – EDN ZUQRBZ.

³ Данилин, Е. А. Современные вызовы и угрозы экономической безопасности РФ / Е. А. Данилин, А. А. Шибанова // Актуальные проблемы менеджмента, экономики и экономической безопасности : Сборник материалов III Международной научной конференции, Костанай, 01–05 ноября 2021 года / Под редакцией О.В. Мишулиной. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2021. – С. 145-151. – EDN JGBAOV.

⁴ Татаровский, Ю. А. Формирование и анализ системы сбалансированных показателей экономической безопасности предприятия / Ю. А. Татаровский // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 4(117). – С. 941-944. – DOI 10.34925/EIP.2020.117.4.201. – EDN GNVMQH.

⁵ РЕЗУЛЬТАТЫ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ» ЗА 12 МЕС. 2022 Г. ПО МСФО [Электронный ресурс] URL : <https://www.rosneft.ru/press/releases/item/214041/> (дата обращения: 23.10.2023).

MODERN CHALLENGES TO THE ECONOMIC SECURITY OF STRATEGIC ORGANIZATIONS

© 2023 Morozov Egor Yurievich
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: Egorr.tlt@yandex.ru

Today the negative conditions of the external business environment create prerequisites for the formation of whole list of challenges, threats and risks for strategic organizations. The author's classification of modern challenges to the oil companies economic security and the PESTEL analysis of PJSC NK ROSNEFT, the aspects of which are correlated with modern challenges are presented in the article.

Keywords: strategic organizations, oil companies, economic security, challenges, threats, risks.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2023 Наугольнова Ирина Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: naugolnovaia@mail.ru

Статья посвящена анализу наиболее распространенных подходов к управлению затратами на предприятиях обрабатывающей промышленности, их сравнительной характеристике, оценке возможности их совместного применения с целью достижения синергетического эффекта в области повышения эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: управление затратами, подходы к управлению затратами, процессный подход к управлению, системный подход к управлению, функциональный подход к управлению, стратегический подход к управлению, проектный подход к управлению.

Управление затратами промышленного предприятия является одной из важнейших научных и практических задач. От уровня расходов на 1 рубль товарной продукции зависят показатели эффективности деятельности предприятия, от размера себестоимости продукции – ее конкурентоспособность на рынке.

В последние 100 лет достаточно активно учеными разрабатываются новые и совершенствуются существующие подходы к управлению затратами.

Авторское видение эволюции подходов к управлению затратами на предприятиях промышленности отражено на рисунке.

Проведенный анализ эволюции подходов к управлению затратами показывает, что отдельные подходы к управлению стали формироваться с 70-х гг. прошлого века. В настоящее время наиболее часто выделяют системный, функциональный, процессный, проектный, количественный и ситуационный подходы к управлению затратами.

Анализ научной литературы позволяет разделить взгляды ученых на две группы: 1) ученые – яркие приверженцы отдельных подходов к управлению и противопоставляющие подходы к управлению друг другу^{3,4}; 2) ученых – явно не разграничивающих существующие подходы к управлению, допуская возможность их интеграции^{5,6,7,8}.

В таблице представлена сравнительная характеристика системного, функционального, процессного, проектного, количественного и ситуационного подходов к управлению затратами.

Каждый из подходов имеет свои преимущества и недостатки. При этом, по нашему мнению, ни один из подходов к управлению затратами не должен исключать применения других. Управление предприятием и его отдельными сферами не может быть осуществлено с применением всего одного из подходов. Как правило, в управлении затратами задействованы элементы всех подходов к управлению. В процессе управления, в большинстве случаев, если даже не всегда, предприятия рассматривается как единая целая система реализуемых проектов, процессов, функций. Процессы



Рис. Эволюция подходов к управлению затратами промышленного предприятия

на предприятии выделяются, чаще всего, на основе цепочки создания стоимости продукции в ходе реализации проекта, а также по функциональному признаку, сам процесс управления, применяемые методы изменяются в зависимости от конъюнктуры и потребностей рынка, т.е. без ситуационного подхода в современных условиях просто невозможно обеспечивать устойчивое развитие предприятия; а оценка эффективности, координационная работа основаны на экономико-математических, статистических методах, т.е. количественном подходе.

Сравнительная характеристика системного, функционального, процессного, проектного, количественного и ситуационного подходов к управлению затратами

Подход к управлению затратами	Экономическая сущность	Применяемые инструменты
Системный подход	Организации рассматривается с позиции сложной системы, где затраты взаимосвязаны с другими аспектами бизнеса. В процессе управления учитываются внутренние и внешние факторы, влияющие на затраты системы в целом	Методы системного анализа, системное моделирование
Функциональный подход	Акцент на функциях организации и их связи с затратами. Анализируются различные функции бизнеса, затраты учитываются для каждой функциональной единицы предприятия	ABC-анализ, анализ затрат внутри функциональных подразделений
Процессный подход	Процессный подход управления затратами ориентирован на оптимизацию бизнес-процессов. Затраты рассматриваются в разрезе отдельных процессов	Анализ процессов, определение узких мест, методы улучшения процессов (например, Lean, Six Sigma), стандартизация процессов
Проектный подход	Проектный подход к управлению затратами связан с планированием и контролем затрат в рамках конкретных проектов	Методы управления проектами (например, методология PMBOK), бюджетирование проектов, анализ затрат внутри проекта
Количественный подход	Количественный подход предполагает использование количественных методов и математических моделей для управления затратами. Анализируются числовые данные и проводится качественная оценка затрат	Методы статистики, математическое моделирование
Ситуационный подход	Ситуационный подход учитывает уникальные особенности каждой конкретной ситуации в управлении затратами. Решения и стратегии разрабатываются исходя из специфики окружающей среды и текущей ситуации на рынке	Анализ рынка и конкурентов, сценарный анализ, экспертные оценки, SWOT-анализ

Совместное применение рассмотренных подходов, их отдельных сильных инструментов позволяет добиться синергетического эффекта в области повышения эффективности деятельности промышленного предприятия.

* * * *

¹ Чудаева, А. А. Влияние цифровизации на деятельность производственных предприятий // Проблемы развития предприятий: теория и практика. – 2018. № 1. С. 270-276.

² Абузов, А. Ю. Развитие рынка финансового капитала в эпоху цифровизации: эволюция, современные вызовы и инновации в финтех-индустрии // Креативная экономика. 2023. Т. 17, № 5. С. 1601-1618.

³ Измайлов, А.М. Подход к повышению конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Теория и практика общественного развития. 2015. № 12. С. 168-170.

⁴ Kerzner H. Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. John Wiley & Sons, Inc. 2003. 891 p.

⁵ Герасимов, Б. Н. Методологические инструменты процессного управления в экономических системах типа «организация» // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2023. № 1. С. 4-16.

⁶ Жабин, А. П. Особенности проектно-процессного управления в государственных предпринимательских структурах // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей X Всероссийской научно-практической конференции. в 2 частях, Самара, 15 октября 2020 года. Том Часть 1. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2020. С. 134-139

⁷ Харламов И.В., Буткевич А.С. Системный подход: синергия процессного и проектного подходов // Инновации и инвестиции. 2023. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-sinergiya-protsessnogo-i-proektnogo-podhodov> (дата обращения: 20.10.2023).

⁸ Networks of competences of subjects of the local food market in the conditions of formation of digital economy / N. V. Sirotkina, O. G. Stukalo, N. V. Nikitina, A. A. Chudaeva // Advances in Intelligent Systems and Computing. – 2020. – Vol. 908. – P. 419-425. – DOI 10.1007/978-3-030-11367-4_41. – EDN WWKXIM.

MODERN APPROACHES TO COST MANAGEMENT AT MANUFACTURING ENTERPRISES

© 2023 Naugolnova Irina Alexandrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: naugolnovaia@mail.ru

The article is devoted to the analysis of the most common approaches to cost management at manufacturing enterprises, their comparative characteristics, assessment of the possibility of their joint application in order to achieve a synergetic effect in the field of improving the efficiency of the enterprise.

Keywords: cost management; approaches to cost management; process approach to management; system approach to management; functional approach to management; strategic approach to management; project approach to management.

КОЭФФИЦИЕНТНЫЙ МЕТОД ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ЗАЕМЩИКОВ БАНКА И ПУТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

© 2023 Некрасов Евгений Андреевич

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: insforwork@yandex.ru

© 2023 Тершукова Марина Борисовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: marinaterschukova@yandex.ru

В статье представлены результаты исследования характеристик основных коэффициентов, которые используются при оценке финансовой устойчивости заемщика банка. Рассмотрены основные аспекты развития коэффициентного метода оценки финансовой устойчивости заемщиков банков с учетом появления цифровых технологий.

Ключевые слова: коэффициентный метод, финансовые коэффициенты, финансовая устойчивость, оценка кредитоспособности.

В современных условиях в банковской практике используются различные методики оценки финансовой устойчивости и, в целом, кредитоспособности заемщиков, в целях минимизации кредитного риска, установления наиболее оптимальных условий кредитования. В основе разнообразных методик выступает коэффициентный метод, позволяющий достаточно эффективно оценить финансовое положение предприятия, заемщика банка. Под коэффициентным методом оценки финансовой устойчивости заемщика коммерческого банка подразумевается метод оценки, который позволяет классифицировать предприятия по уровню сложившихся коэффициентов, рассчитанных по данным финансовой отчетности. Так, по данным бухгалтерского баланса, проводится расчет ряда финансовых коэффициентов, отражающих структуру пассивов баланса, ликвидности активов, оборачиваемости оборотного капитала, рентабельности и др. Затем, по результатам полученных значений, заемщику присваивается определенное количество баллов, на основании которых подводятся итоги проведенной оценки финансового состояния заемщика. Данный подход к проведению оценки кредитоспособности заемщиков сформировался на основе развития финансового анализа и практической методологии бухгалтерского учета, где составление финансовой отчетности позволяет получить надежный источник информации. Ее составление является важным этапом управления с целью обеспечения финансовой устойчивости бизнеса. Благодаря анализу информации бухгалтерской отчетности идет разработка альтернативных стратегий развития, корректировка существующего стратегического плана¹.

На текущий момент, в практике оценки кредитоспособности заемщиков коэффициентный метод используется, как наиболее популярный. Это обусловлено его преиму-

ществами для банковских организаций, заинтересованных в получении максимально достоверной оценки финансовой устойчивости потенциальных заемщиков банка². Благодаря коэффициентному методу оценки финансовой устойчивости заемщика определяется рейтинг надежности предприятия, ведь в расчете соответствующих показателей используется достоверная аудируемая информация, взятая с бухгалтерской отчетности³.

Применение коэффициентного метода оценки финансовой устойчивости заемщика коммерческого банка проводится с целью решения следующих задач, как⁴:

- проводится достоверная оценка финансовой устойчивости и платежеспособности заемщика;
- определяется рейтинговое положение заемщика в сравнении с другими соискателями коммерческого кредитования;
- обеспечивается информационно-аналитическая поддержка руководства отдела кредитования банка в принятии решений о целесообразности выдачи кредита тем или иным заемщикам;
- формируется статистическая информация о финансовых показателях, которую можно проанализировать в динамике на несколько отчетных дат.

Рассмотрим наиболее распространенные коэффициенты, применяемые в практике финансового анализа, их экономический смысл, нормативные, оптимальные значения, которые должны быть^{5,6}.

1. Коэффициент финансовой устойчивости – ключевой показатель в коэффициентном методе оценки, который демонстрирует то, насколько предприятие способно профинансировать активы за счет наиболее стабильных и надежных источников – капитала (собственных источников) и долгосрочных источников финансирования.

$$K_{\text{фy}} = \frac{K + \text{Дкз}}{B}$$

где К – капитал и резервы; Дкз – долгосрочные кредиты и займы; Б – сумма баланса.

Оптимальными значениями данного коэффициента будут те, которые приближены к 1. В идеале значение показателя 1 означает, что у предприятия отсутствуют краткосрочные привлеченные средства для обеспечения финансирования активов.

2. Общий коэффициент покрытия – данный показатель отражает то, насколько предприятие способно погашать свои краткосрочные обязательства перед кредиторами за счет оборотных активов. Он входит в группу показателей ликвидности баланса заемщика, характеризует уровень его платежеспособности.

$$K_{\text{оп}} = \frac{OA}{KO}$$

где OA – оборотные активы; KO – краткосрочные обязательства.

В оптимальном значении общий коэффициент покрытия должен иметь как можно выше показатели. Но, многие эксперты отмечают, что его пороговые нормативы должны не превышать значение в 2. Минимальным коэффициент должен быть в 1.

3 Коэффициент срочной ликвидности – данный коэффициент, как правило, отражает то, какой уровень платежеспособности организации в случае критического финансового положения. Данный коэффициент демонстрирует то, насколько компания спо-

собна обеспечивать свои текущие (краткосрочные) обязательства за счет лишь высоколиквидных активов, как денежные средства, финансовые вложения

$$K_{сл} = \frac{K_{дз} + K_{фв} + ДС}{КО}$$

где $K_{дз}$ – краткосрочная дебиторская задолженность; $K_{фв}$ – краткосрочные финансовые вложения; $ДС$ – денежные средства; $КО$ – краткосрочные обязательства.

Наиболее оптимальными значениями данного коэффициента являются показатели в диапазоне 0,7 – 1. Однако если основную долю краткосрочной ликвидности предприятия занимает краткосрочная дебиторская задолженность, то вышеуказанного нормативного значения может оказаться недостаточным.

4. Коэффициент финансовой независимости – один из ключевых показателей в коэффициентном методе оценки финансовой устойчивости заемщика. Он позволяет провести оценку обеспеченности своих активов собственными средствами, что отражает некую автономность предприятия, уровень его независимости от долгов.

$$K_{н} = \frac{СК}{А}$$

где $СК$ – собственный капитал; $А$ – активы.

Наиболее оптимальными значениями должны быть показатели выше 0,5. Однако если значение будет приближаться к 1, то это будет означать сложность привлечения предприятием дополнительного финансирования внешними источниками.

5. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами – показатель отражает уровень оборотных активов предприятия, которые обеспечиваются за счет собственных источников средств.

$$K_{осс} = \frac{СОС}{ОА}$$

где $ОА$ – оборотные активы; $СОС$ – собственные оборотные средства.

Нормативные значения и порог по данному коэффициенту имеет слишком специфические требования в зависимости от специфики отрасли и вида экономической деятельности. Как правило, значения данного коэффициента не должны быть меньше 0,1. Наиболее оптимальными будут значения в диапазоне 0,2 – 0,5.

6. Коэффициент маневренности собственных оборотных средств – данный показатель отражает способность предприятия обеспечивать свою деятельность оборотными средствами на определенном уровне.

$$K_{м} = \frac{СОС}{СК}$$

где $СОС$ – собственные оборотные средства; $СК$ – собственный капитал.

Наиболее оптимальным значением коэффициента будут значения в диапазоне 0,2 – 0,5. Их порог будет меняться в зависимости от специфики отрасли и вида экономической деятельности.

7. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала – данный коэффициент показывает то, сколько требуется оборотов для оплаты выставленных счетов. Данный коэффициент рассчитывается при помощи следующей формулы:

$$K_{оск} = \frac{ОП}{СК}$$

ОП – объем реализации продукции; СК – собственный капитал.

Если уровень продаж значительно превышает сумму вложенного капитала, то это влечет за собой увеличение кредитных ресурсов. Здесь есть предел, за которым кредиторы начинают активнее участвовать в деле, чем собственники компании. Однако если значения слишком низкие – то это также негативная оценка финансовой устойчивости предприятия.

8. Коэффициент задолженности – данный коэффициент показывает, в какой степени организация зависит от внешних источников финансирования, сколько заемных средств привлекла организация на 1 рубль собственного капитала.

$$Kз = \frac{ЗК}{СК}$$

где СК – собственный капитал; ЗК – заемный капитал.

Положительной считается тенденция к снижению показателя. Предприятия стремятся увеличивать долю собственных средств с целью повышения стабильности функционирования. Позитивно оценивается увеличение общего размера финансовых ресурсов за счет привлечения дополнительного, относительно недорогого заемного капитала. Как было отмечено выше, оптимальные значения различных коэффициентов, отражающих финансовую устойчивость и кредитоспособность заемщиков, на наш взгляд, должны устанавливаться банками с учетом отраслевых особенностей предприятий, специфики оборота средств, влияния факторов сезонности и др. В дальнейшем развитие метода оценки финансовой устойчивости заемщика коммерческого банка, вероятнее всего, будет происходить в сторону цифровизации, в которой необходимо использование информационных технологий и интеллектуальных систем. Однако для этого важно пройти определенный алгоритм развития предприятий, чтобы успешно решить поставленную задачу.

Во-первых, необходимо совершенствование самой управленческой деятельности организации, а также интеграция целей цифровизации в стратегию развития. Во-вторых, необходим всесторонний анализ внутренней и внешней среды, а также обеспечение мотивации персонала, который может сопротивляться применяемым инновациям. И лишь после этого возможно создание надежной системы информационно-аналитического обеспечения, которая будет применима в процессе коэффициентного метода оценки финансовой устойчивости заемщика коммерческого банка. В рамках цифровой трансформации анализа финансовых коэффициентов могут применяться технологии, как:

- 1) технология блокчейн, которая позволяет структурировать данные, защитить их от несанкционированного вмешательства и т. д.;
- 2) технология искусственного интеллекта, которая заменяет когнитивные функции человека и позволяет заменить рутинную работу сотрудников;
- 3) технология больших данных, которая позволяет систематизировать огромный массив финансово-экономической информации, чтобы проанализировать его и выделить тенденции;
- 4) технология облачных вычислений, которая обеспечивает проведение оценки финансовых коэффициентов предприятия без необходимости использования доступа к определенному компьютеру или программному обеспечению, поскольку их заменяют облачные приложения. Таким образом, коэффициентный метод оценки финансовой

устойчивости заемщиков коммерческого банка позволяет провести подробный анализ различных индикаторов и показателей, отражающих степень платежеспособности и кредитоспособности юридического лица при привлечении банковского кредита. В дальнейшем развитие коэффициентного метода оценки финансовой устойчивости заемщиков будет происходить в сторону цифровизации данных процессов, которые позволят увеличить массив информации, которая будет проанализирована и систематизирована по рейтинговым показателям полученных оценок финансовых коэффициентов.

* * * *

¹ Мамашов К.А., Алишева П.К. Информационная система бухгалтерского учета и ее роль в управлении организацией // Известия Иссик-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. 2022. № 2 (37). С. 213-217.

² Виноградская М.Ю., Кряжева Е.В., Папикян И.С. Методы оценки финансовой устойчивости предприятия // Крымский научный вестник. 2020. №4 (29). С. 50-57.

³ Данданян А.Н. Оценка финансовой устойчивости предприятия с помощью коэффициентного метода // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. № 1-1. С. 277-280.

⁴ Сергушина Е.С., Одуева А.А. Оценка финансового состояния экономического субъекта на основе расчета финансовых коэффициентов // Политика, экономика и инновации. 2020. № 1 (30). С. 17.

⁵ Бисаева З.М., Маккаева Р.С.А. Финансовые коэффициенты как база исследования состояния финансовой отчетности // Актуальные вопросы современной экономики. 2020. № 4. С. 17-21.

⁶ Пивнык К.Е. Формирование группы финансовых коэффициентов для оценки финансовой политики компаний // Финансы и кредит. 2020. Т. 26. № 5 (797). С. 1039-1053.

COEFFICIENT METHOD OF FINANCIAL ASSESSMENT SUSTAINABILITY OF THE BANK'S BORROWERS AND WAYS OF ITS DEVELOPMENT IN DIGITALIZATION CONDITIONS

© 2023 **Nekrasov Evgeniy Andreevich**
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: insforwork@yandex.ru

© 2023 **Tershukova Marina Borisovna**
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: marinaterschukova@yandex.ru

The scientific article presents the results of a study of the characteristics of the main coefficients that are used to assess the financial stability of a bank borrower. The main aspects of the development of the coefficient method, taking into account the emergence of digital technologies, are considered.

Keywords: coefficient method; financial ratios; financial stability; credit assessment.

РАЗВИТИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА**© 2023 Никитина Наталья Владиславовна**

кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Nikitina_nv@mail.ru

© 2023 Куликова Алиса Арсеньевна

студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: super.alisakuliko@yandex.ru

Исследование рынка строительной продукции позволило на примере крупнейшего завода Приволжского федерального округа выявить негативные и позитивные факторы, влияющие на развитие предприятия, формирование товарной политики и обеспечение конкурентоспособности на российском рынке.

Ключевые слова: товарная политика, показатели эффективности, конкурентоспособность, расширение ассортимента.

В результате создания и развития АО «Жигулевский известняковый завод» стал одним из крупнейших заводов по производству извести и известняковой продукции в Поволжье. Продукция АО «Жигулевский известняковый завод» широко используется в отрасли строительства, черной металлургии, отрасли энергетики, химической промышленности и в отрасли сельского хозяйства. Продукция завода реализуется в Самарской области, в республике Татарстан, в Нижегородской области, в Ульяновской области, в Саратовской области, в Астраханской области, а также в республике Чувашии.

Среди основных потребителей продукции, производимых АО «Жигулевский известняковый завод» стоит выделить:

- АО «АвтоВаз»;
- ПАО «КуйбышевАзот»;
- ПАО «ТольяттиАзот»;
- АО «Новокуйбышевский НПЗ»;
- ОАО «Волжская территориальная генерирующая компания»;
- АО «Татавтодор» и другие.

Во многие регионы на заводы по производству газобетона и силикатных производств поставляется кальциевая известь. В АО «Жигулевский известняковый завод» производится различного рода изделия из извести. Чаще всего изделия из извести производятся на заводе по заказу покупателей. Продукция АО «Жигулевский известняковый завод» используется для производства строительных смесей, облицовки зданий, архитектурных памятников и прочее [54]. Известью завода облицованы многие административные здания, церкви, памятник Татищеву, огромное количество частных домов и многое другое.

За все существование АО «Жигулевский известняковый завод», испытало серьезные экономические проблемы, вызванные внешними факторами, такими как политическая нестабильность, экономические кризисы, инфляционные изменения, последствия коронавируса, санкционные ограничения и прочее. Однако, несмотря на сложности, АО «Жигулевский известняковый завод» сохранил рабочие места, которые на сегодняшний день составляют свыше 300 единиц. Кроме того, АО «Жигулевский известняковый завод» не имеет задолженности перед сотрудниками завода по заработной плате. Предприятие постоянно занимается обновлением производственного оборудования и автопарка, что характеризует завод как стабильно развивающиеся предприятия на рынке Самарской области.

На предприятии совершенствуется производственное оборудование:

- линия по производству минерального порошка;
- технологии по выпуску щебня в различных фракциях;
- устанавливаются высокопроизводимые и экономически эффективные печи для обжига извести;
- совершенствование линии по производству высокоэффективного щебня.

АО «Жигулевский известняковый завод» стремится повысить качество производимой продукции посредством введения в производство сырья, приобретаемого на стороне. Данное решение позволяет заводу сформировать стабильность в производстве извести и известняковой продукции.

Стоит отметить, что АО «Жигулевский известняковый завод» особую роль отводит проблемам экологии, в связи с чем завод участвует в мероприятиях, направленных на сохранение окружающей среды. За многолетнее существование АО «Жигулевский известняковый завод» приобрел статус добросовестного пользователя природных недр. Завод ежегодно участвует в мероприятиях по восстановлению земель, которые были нарушены в результате деятельности человека, а также предприятие периодически проводит рекультивацию земель. Кроме того, АО «Жигулевский известняковый завод» принимает участие в посадке саженцев, в проведении работ по защите лесных массивов от пожара, в опашке земельных участков.

Рассмотрим сильные и слабые стороны, а также угрозы и возможности организации АО «Жигулевский известняковый завод» посредством проведения SWOT-анализа (рис. 1).

АО «Жигулевский известняковый завод» за многолетнюю деятельность на рынке наработал богатую клиентскую базу, разработал и усовершенствовал эффективную систему контроля качества товаров. Кроме того, продукция, производимая заводом, отпускается по приемлемым ценам, что повышает конкурентоспособность АО «Жигулевский известняковый завод». Продукция предприятия имеет высокую рентабельность. Повышает эффективность деятельности предприятия инвестиции. Предприятия имеет возможности в увеличении эффективности деятельности организации посредством производства новых видов продукции, расширение ассортимента, тем самым пополнение клиентской базы. Кроме того, создание новой продукции способно увеличить спрос среди потенциальных покупателей, а также увеличить долю на рынке. Как и у любого предприятия, АО «Жигулевский известняковый завод» имеет угрозы и риски, которые способны оказать негативное воздействие на деятельность организации. В постоянно

изменяющейся экономике страны возникают кризисы, которые сопровождаются повышением цен на энергоносители и материалы, снижается платежеспособность потребителей, в связи с чем, население начинает приобретать более доступные по цене товары, отказываясь от привычных. Насколько быстро заводы смогут адаптироваться к новым условиям зависит их уровень конкурентоспособности.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Богатая клиентская база; 2. Эффективная система контроля качества продукции; 3. Многолетний опыт работы компании на рынке; 4. Приемлемые цены; 5. Наличие преимуществ продукции по качеству; 6. Высокая рентабельность продукции; 7. Инвестиционная деятельность. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Текучесть кадров; 2. Низкое финансирование; 3. Наличие сильных конкурентов. 4. Слаборазвитая система мотивации сотрудников; 5. Непоследовательное стратегическое развитие.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Оптимизация бизнеса путем производства новых видов продукции; 2. Увеличение доли рынка; 3. Резкое увеличение спроса; 4. Привлечение новых клиентов; 5. Расширение ассортимента; 6. Экспорт продукции в другие страны. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост цен на материальные и энергетические ресурсы; 2. Изменение предпочтений потребителя; 3. Ухудшение кризисной ситуации; 4. Низкая платежеспособность населения; 5. Отказ банков в выдаче кредитов; 6. Угроза входа на рынок новых конкурентов.

Рис. 1. SWOT-анализ АО «Жигулевский известняковый завод»

Рассмотрим основных конкурентов АО «Жигулевский известняковый завод» на российском рынке по доле выручки (рис. 2).

На российском рынке АО «Жигулевский известняковый завод» занимает 12 место по доле выручки (8%, 363 млн.руб). Основными конкурентами анализируемого завода являются:

- ООО "ЕЛЕЦКИЙ ИЗВЕСТКОВЫЙ ЗАВОД", Липецкая область (10%, 444 млн.руб);
- ЗАО "ККСМ", Воронежская область (10%, 430 млн.руб.);
- ООО "Добрятинское карьероуправление", Владимирская область (9%, 367 млн.руб);
- АО "Угловский известковый комбинат", Новгородская область (8%, 358 млн.руб.);
- ООО "ИЗВЕСТПРОМ", Санкт-Петербург (7%, 302 млн.руб);
- АО "Завод производства извести", Владимирская область (5%, 197 млн.руб).

Следовательно, АО «Жигулевский известняковый завод» по показателю выручки близок к показателям ООО "Добрятинское карьероуправление"(367 млн.руб) и АО "Угловский известковый комбинат" (358 млн.руб.). Для того, чтобы сохранить долю рынка АО «Жигулевский известняковый завод» необходимо проводить мониторинг результатов собственной деятельности и деятельности конкурентов. В противном случае, пред-

приятие имеет риск потерять конкурентоспособность и соответствующую прибыль. В рамках исследования финансово-экономических показателей деятельности АО «Жигулевский известняковый завод» рассмотрим показатели финансовых результатов организации. К числу показателей финансовых результатов относят выручку от реализации продукции (работ, услуг), себестоимость продаж, прибыль от продаж (рис. 3).

В течение всего рассматриваемого периода выручка от реализации продукции (работ, услуг) АО «Жигулевский известняковый завод» возрастает с 2018 года (333792 тыс.руб.) до 2022 года (417386 тыс. руб) на 83594 тыс.руб.

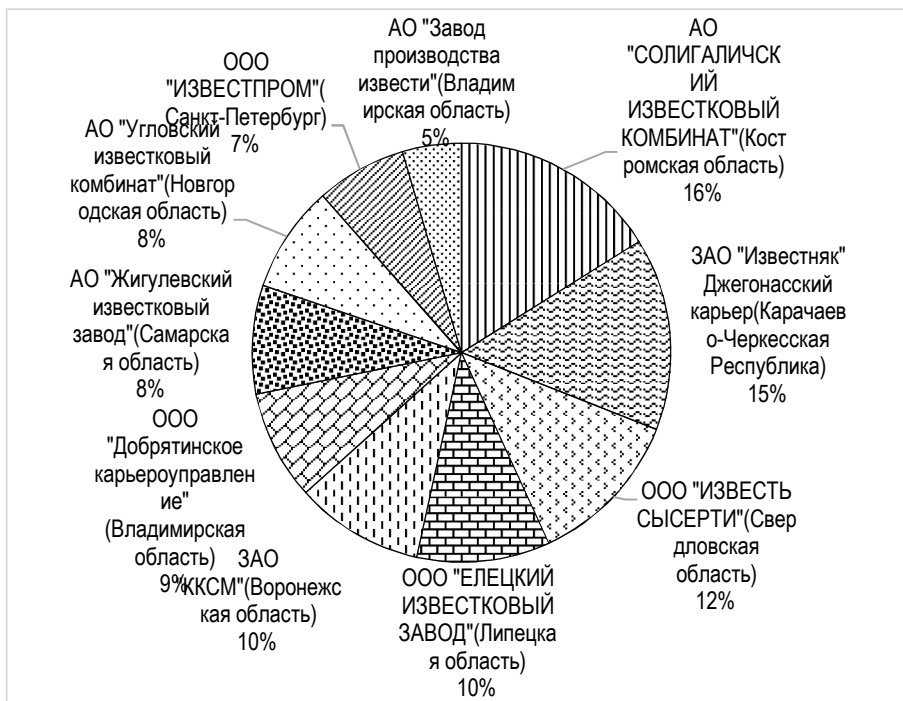


Рис. 2. Конкуренты АО «Жигулевский известняковый завод» на российском рынке по доле выручки

Себестоимость продаж имеет неоднозначную динамику. Если в период 2018-2019 гг. себестоимость продаж максимальна в течении всего рассматриваемого периода, то с 2019 по 2020 год данный показатель демонстрирует резкое снижение значения. Себестоимость продаж возрастала в связи с ростом производственных затрат, а снижении транспортных расходов позволило снизить себестоимость продаж 2019-2020 г.

В связи с повышением себестоимости продаж в 2019 году прибыль от продаж снизилась до значения 7286 тыс.руб. С 2020 по 2022 год прибыль от продаж возрастает, что свидетельствует о развитии деятельности АО «Жигулевский известняковый завод».

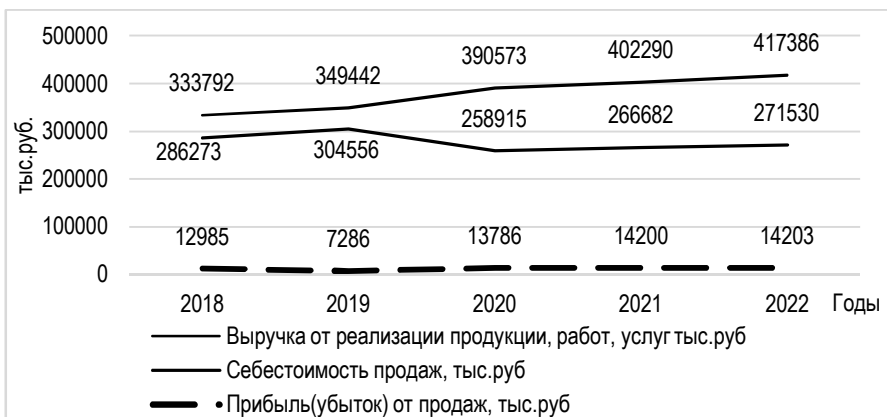


Рис. 3. Показатели результатов деятельности завода

Для дальнейшего развития товарная политика предприятия требует некоторых С целью дальнейшего успешного продвижения на рынке предлагается расширение ассортимента выпускаемой продукции, а именно производство фасадной минеральной декоративной штукатурки «Короед» с фракцией 2,5 мм.

Данная штукатурка рассчитана для изготовления тонкослойных декоративных покрытий с бороздчатой фактурой на бетоне, цементных и гипсовых штукатурках, гипсокартоне, древесностружечных плитах и т.п. Подходит для систем теплоизоляции фасадов с пенополистирольными и минераловатными плитами. Экономичная версия смеси "под окраску" предусмотрена для окрашивания красками, что дает возможность реализации различных цветовых решений отделки.

Решение производства декоративной штукатурки связано в первую очередь с уходом крупного производителя-монополиста аналогичной штукатурки «Ceresit» с российского рынка. Также, декоративная штукатурка данной фракции пользуется популярностью среди архитекторов и дизайнеров. По мнению профессионалов в области трендов дизайнерских решений, декоративная штукатурка будет пользоваться популярностью в ближайшие 5 лет в связи с активным ростом реставраций многолетних зданий и постройкой сооружений в стиле «Лофт».

Для строительных организаций и населения в том числе, приобретение минеральной декоративной штукатурки влечет за собой следующие преимущества:

- низкая стоимость декоративной штукатурки короед является одним из главных ее достоинств;
- простота нанесения в сравнении с другими декоративными материалами вызывает повышенный интерес к короеду со стороны тех, кто никогда не занимался штукатуркой стен;
- легко колеруется в массу и окрашивается после нанесения, что позволяет получить любой желаемый цвет;
- отсутствие в составе вредных веществ делает материал экологически безопасным;

- устойчивость к механическим воздействиям дает возможность пылесосить готовое покрытие и мыть его губкой;

- возможность использовать при отделке фасадов, не боясь сильных морозов и яркого солнца. фасадная декоративная штукатурка короед не портится при низких температурах и не выгорает от ультрафиолета;

- паропроницаемость материала исключает возможность появления грибка.

Стоит отметить, что в составе штукатурки имеются мраморные и гранитные крошки, которые и создают декоративный эффект. В данном случае номенклатура завода может быть дополнена следующими видами товаров: Измельченный известняк с добавлением пластификаторов, мраморная и гранитная крошка.

Такое производство позволит обновить продуктовый портфель завода, а также сохранить и укрепить свои позиции на рынке, что, в свою очередь, приведет к значительному увеличению конкурентоспособности предприятия.

* * * *

¹ Ф. А. Керженцев, Ф. Т. Бетанели. Обеспечение финансово-экономической устойчивости предприятия в условиях пандемии (2020) // Финансы, денежное обращение и кредит.

² Анастасия Короткова. Экономике Самарской области ждут структурные изменения: по какому пути идет регион (2022) // ДЕЛО. Проекты. URL: <https://oboz.info/>

³ Надежда Галимуллина. «Дело» назвало 200 крупнейших частных компаний Самарской области. (2023) // Дзен. URL: <https://dzen.ru/a/ZT9LHGD4DiiFACut>

DEVELOPMENT OF THE COMMODITY POLICY OF THE CONSTRUCTION SECTOR ENTERPRISE

© 2023 **Nikitina Natalia Vladislavovna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: Nikitina_nv@mail.ru

© 2023 **Kulikova Alica Arsenyevna**

Student
Samara State University of Economics
E-mail: super.alisakuliko@yandex.ru

The research of the construction products market made it possible, using the example of the largest plant in the Volga Federal District, to identify negative and positive factors affecting the development of the enterprise, the formation of commodity policy and ensuring competitiveness in the Russian market.

Keywords: commodity policy, performance indicators, competitiveness, assortment expansion.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**© 2023 Пигалкина Александра Сергеевна**

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alexandrapigalkina1610@gmail.com

© 2023 Стрельцов Алексей Викторович

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: a.strelzov@inbox.ru

В современных реалиях часто возникает вопрос о необходимости формирования промышленной политики. В статье рассмотрено понятие промышленной политики, ее виды, особенности, положительные и отрицательные черты, а также сделан вывод о целесообразности ее формирования в Российской Федерации.

Ключевые слова: промышленная политика, горизонтальная промышленная политика, вертикальная промышленная политика, государственное регулирование.

Целью любого государства является обеспечение нормального функционирования общества, в связи с этим руководства стран прикладывают усилия к процветанию и развитию отлаженной экономической системы внутри государства, увеличению его значимости на международной арене, а также выполнению запроса общества на увеличение уровня благосостояния и жизни населения.

В Российской Федерации установлены задачи, позволяющие достичь вышеперечисленные цели, среди них: устойчивый рост реальных доходов граждан, а также уровня пенсионного обеспечения выше уровня инфляции; снижение в два раза уровня бедности; ускорение технологического развития страны, увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50% от их общего числа и др¹. Достижение указанных целей невозможно без устойчивого развития экономики страны, поскольку данная сфера пронизывает большую часть отношений между индивидами, институтами, государствами, поэтому является важным элементом, влияющим на функционирование указанных ранее субъектов.

Создание эффективной экономической политики должно корреспондировать с установленными национальными целями, а ее составляющие и последствия, к которым они приводят, не должны быть в состоянии коллизии с поставленными на нормативно-правовом уровне задачами.

Одной из важных составляющих экономической политики является промышленная политика, поскольку объем ВВП, производимый в промышленном секторе России, по результатам 2022 г. составил 32,8% от общего уровня ВВП², что свидетельствует о значительном влиянии данной сферы на экономику страны и заставляет сконцентри-

ровать внимание на тщательной проработке политики, связанной с функционированием указанной совокупности отраслей.

Под промышленной политикой понимают комплекс правовых, экономических, организационных и иных мер, направленных на развитие промышленного потенциала Российской Федерации, обеспечение производства конкурентоспособной промышленной продукции³. Разработка такой совокупности мер требует значительных ресурсов и полномочий, а также видение полной экономической ситуации, вследствие таких особенностей созданием промышленной политики занимаются органы государственной власти РФ.

Как отмечалось ранее, промышленная политика является составляющей экономической политики, вследствие этого наблюдается зависимость комплекса мер, применяемых в промышленной политике, от степени участия государства в экономической сфере.

Если руководство страны помимо реформаторской деятельности активно участвует в экономике как субъект, предприниматель или инвестор, то имеет место дирижистская (жесткая) модель экономической политики, а, следовательно, применяется вертикальный тип промышленной политики.

Если государство наоборот принимает минимальное участие в экономической деятельности общества и в большей степени все зависит от действия рыночного механизма, то в таком случае речь идет о либеральной модели экономической политики, для которой характерно применение горизонтального (мягкого) вида промышленной политики или ее отсутствие как таковой.

На протяжении долгого времени какая-либо осмысленная системная промышленная политика в Российской Федерации не проводилась, однако в настоящее время применяются элементы вертикальной политики, поскольку государство активно участвует в национальной экономической деятельности в качестве реформатора и предпринимателя.

Формирование промышленной политики РФ регулируется нормативно-правовыми актами, в частности Федеральный закон от 31.12.2014 N 488-ФЗ (ред. от 24.07.2023) "О промышленной политике в Российской Федерации" устанавливает цели, задачи и принципы промышленной политики, определяет ее участников, полномочия органов государственной власти, меры стимулирования промышленности и др.

В текущих условиях реализация промышленной политики затруднена в связи с введенными против РФ санкциями – ограничен импорт не только товаров потребления, но технологий и высокотехнологичной продукции, не выпускаемой в Российской Федерации. Отсутствие возможности применения передовых технологий значительно затрудняет деятельность предприятий – вместо использования уже существующих эффективных технологий появляется необходимость разрабатывать собственные, что является капиталоемким и трудоемким процессом.

Государство реализует ряд мер поддержки, позволяющих преодолеть трудности, связанные с отсутствием некоторых технологий. Одним из главных источников финансирования предприятий отечественной промышленности является Фонд развития промышленности – государственное учреждение, позволяющее получить займы компаниям под льготные проценты.

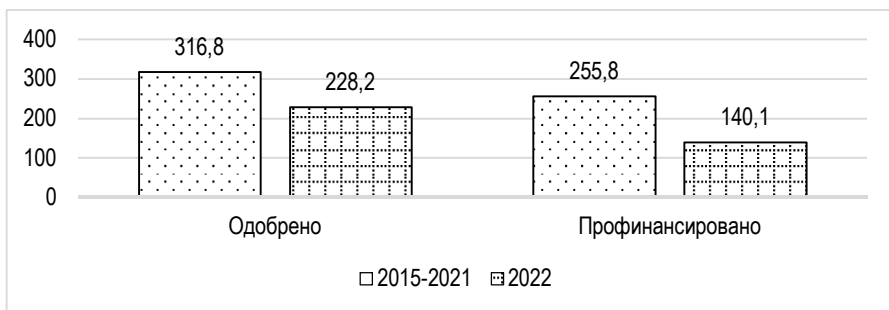


Рис. Динамика одобренных и профинансированных ФРП проектов за 2015-2022 гг., млрд руб.*

* Фонд Развития Промышленности : [сайт]. URL: <https://frprf.ru>.

Согласно данным рисунка более половины денежных средств было инвестировано в проекты 2022 года, что свидетельствует об увеличении объема необходимых ресурсов, а также количества самих проектов по сравнению с суммарным количеством 2015-2021 годов. Резкая нужда в большом объеме денежных средств связана, прежде всего, с введением программы импортозамещения, которая является капиталоемкой. Промышленные предприятия обращаются в ФРП вследствие дешевизны выдаваемых займов, а также наличия льготных программ в некоторых субъектах РФ.

Однако органы государственной власти не ограничиваются поддержкой, связанной с выдачей льготных займов, принято большое количество мер, связанное с субсидированием⁴, стимулированием спроса в конкретных отраслях промышленности.

Стоит выделить достоинства и недостатки промышленной политики для формирования обобщенного вывода о целесообразности ее применения в текущих реалиях.

В качестве положительных сторон стоит выделить:

1. Устойчивое экономическое развитие, обеспечиваемое следованием планам, включающим определенные векторы и тенденции развития;
2. Обеспечение модернизации экономики за счет проведения политики, напрямую касающейся промышленного сектора и инноваций в нем;
3. Учет особенностей цикличного развития экономики для недопущения ее «перегревов» и «чрезмерных падений»;
4. Стимулирование инновационной деятельности – без проведения конкретной промышленной политики инвестиционная привлекательность реального сектора экономики низкая, поскольку срок окупаемости вложенного капитала и риски выше относительно других сфер деятельности (например, торговли);

5. Высокая степень монополизации экономики

К недостаткам проведения промышленной политики следует отнести:

1. Сложность планирования существенных изменений в структуре экономики ввиду высокой изменчивости окружающей среды;
2. Планы и прогнозы в современных условиях не точны, а горизонт прогнозирования резко сужается, что не позволяет в точности следовать промышленной политике;

3. Государство создает «тепличные» неконкурентные условия для отдельных отраслей и предприятий, что в условиях рыночных отношений негативно сказывается на отраслевой структуре экономики страны, поскольку с рыночной точки зрения капитал используется неэффективно, а у организаций снижаются или отсутствуют стимулы к развитию.

Стоит отметить и современные условия для проведения промышленной политики в Российской Федерации. Во-первых, введение многими промышленно развитыми странами нерыночных ограничений на ведение предпринимательской деятельности в конкурентных условиях существенно снижает возможности отечественного бизнеса для полноценного и эффективного функционирования. Во-вторых, нестабильность глобальной экономики сигнализирует о необходимости проведения планомерной промышленной политики, устанавливающей четкие границы и тенденции развития и поддержания отечественных предприятий для повышения их конкурентоспособности, а также конкурентоспособности выпускаемой продукции. В-третьих, курс на проведение политики импортозамещения, в частности, в сфере высоких технологий, вызывает потребность в уделении особого внимания средствам производства, позволяющим наиболее эффективно организовать производственный процесс. В-четвертых, резкая смена рынков сбыта порождает необходимость проработки определенного комплекса действий, направленного на установление новых партнерских связей, а также налаживания логистических цепочек.

Учитывая все положительные и отрицательные стороны проведения промышленной политики, а также современные условия и изменения в них, наблюдаемые в настоящий момент, следует сделать вывод о необходимости проведения вертикальной промышленной политики, которая является необходимостью в текущих реалиях ввиду растущей неопределенности и ограниченности возможной функционирования предприятий, именно она позволит увеличить конкурентоспособность и эффективность функционирования компаний в условиях неопределенности и недоступности многих технологий.

* * * *

¹ Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года"

² Национальные счета [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики [сайт]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts>

³ Федеральный закон от 31.12.2014 N 488-ФЗ (ред. от 24.07.2023) "О промышленной политике в Российской Федерации"

⁴ Федеральные меры поддержки [Электронный ресурс] // Агентство городского развития [сайт]. URL: <https://agr-city.ru/vidy-podderzhki/mery-podderzhki/federalnye-mery-podderzhki/mery-podderzhki-minpromtorga-rossii/>

⁵ Терехина, Д. Г. Рискоустойчивость организаций реального сектора экономики / Д. Г. Терехина, Н. В. Никитина // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. – 2021. – № 1. – С. 58-64. – DOI 10.46554/OP-MIE-2021.1-pp.58. – EDN UHSSIG.

FORMATION OF INDUSTRIAL POLICY IN MODERN CONDITIONS

© 2023 **Pigalkina Alexandra Sergeevna**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: alexandrapigalkina1610@gmail.com

© 2023 **Streltsov Alexey Viktorovich**

Doctor of Economics, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: a.strelzov@inbox.ru

In modern realities, the question of the need to formulate an industrial policy often arises. The article examines the concept of industrial policy, its types, features, positive and negative features, and also draws a conclusion about the advisability of its formation in the Russian Federation.

Keywords: industrial policy, horizontal industrial policy, vertical industrial policy, state regulation.

К ВОПРОСУ ОБОСНОВАНИЯ НОРМЫ ДОХОДА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В РЕАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2023 Пигалкина Александра Сергеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alexandrapigalkina1610@gmail.com

© 2023 Чудаева Александра Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: chudaeva@inbox.ru

В современных условиях, когда уровень неопределенности очень высок, вопрос целесообразности и эффективности вложения капитала в реальном секторе экономики встает особенно остро, ведь инвестор измеряет уровень желаемой доходности показателем, в котором учитываются риски, - нормой дохода. В статье освещены аспекты ее обоснования с учетом тех обстоятельств, в которых функционируют предприятия в настоящее время.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, норма дохода, риск, неопределенность, инвестиционный проект, показатели экономической эффективности.

В современных реалиях, характеризующихся нестабильностью экономической ситуации ввиду увеличения темпа инфляции в 2022 г. относительно 2021 г.¹, ослабления курса рубля по отношению к доллару США в период 2022-2023 гг.², введения санкций, снизивших импорт на 11,7%³, уменьшения прямых инвестиций на 167,8 млрд. долларов США⁴, компании сталкиваются с трудностями, возникающими вследствие влияния указанных факторов на стабильное ведение предпринимательской деятельности. К таким сложностям можно отнести падение спроса со стороны потребителей⁵, проблемы с получением некоторых видов сырья, материалов и комплектующих, необходимых для производства, в связи с нарушением логистических цепочек, ограничение импорта технологий. Для преодоления перечисленных препятствий необходимо поддерживать инвестиционную активность внутри страны, благодаря чему будут создаваться производственные мощности и развиваться предприятия.

В силу большой капиталоемкости и трудоемкости процессов создания организаций и проведения масштабных изменений на них функционирование любого предприятия реального сектора экономики связано с инвестиционной деятельностью, которая представляет собой комплекс практических действий по вложению капитала в различные объекты с целью получения прибыли или достижения иного полезного эффекта.

Важным аспектом инвестиционной деятельности является выбор предпочтительного для вложений инвестиционного проекта с точки зрения удовлетворения потребностей инвестора. Для этого используется категория «экономическая эффективность»,

которая представляет собой показатель соответствия проекта, заложенных в нем технико-технологических, организационных, маркетинговых, финансовых решений целям и интересам инвестора. Критерием определения экономической эффективности инвестиционного проекта является прибыль⁶.

На основе данного утверждения формируется параметр, выражающий превышение полученной прибыли над вложенными средствами, он называется нормой дохода, и применяется для определения таких показателей экономической эффективности, как: чистый дисконтированный доход, дисконтированный срок окупаемости и индекс доходности дисконтированных инвестиций, - посредством ее включения в расчет коэффициента дисконтирования. Норма дохода используется и для расчета внутренней нормы дохода (ВНД), характеризующей уровень доходности, при котором будут покрыты все расходы проекта за счет доходов и при этом прибыль будет отсутствовать. Полученное значение ВНД проекта сравнивается с нормой дохода, предьявленной инвестором.

Норма дохода рассчитывается из соображения, что природой капитала должен быть достаточным для того, чтобы, во-первых, компенсировать инвестору отказ от использования имеющихся средств на потребление в текущем периоде в минимально приемлемом для него размере, во-вторых, компенсировать обесценивание денежных средств в связи с предстоящей инфляцией, в-третьих, гарантировать возмещение возможных потерь в связи с наступлением инвестиционных рисков⁷.

Значение минимальной реальной нормы дохода может быть сформировано на основе различных информационных источников и собственных представлений инвестора, зачастую, величина данного показателя определяется на уровне доходности облигаций федерального займа или процентной ставки по банковским вкладам, то есть на основе прибыльности по наименее рисковому финансовому вложению⁸.

Темп инфляции представляет собой обесценение денежных средств с течением времени, данная составляющая необходима для приведения денежных потоков к текущей стоимости и недопущения необоснованного завышения показателей экономической эффективности. Величина будущего темпа инфляции может быть определена с помощью метода экстраполяции на базе предыдущих значений, а также взята из прогнозов различных федеральных (ЦБ РФ, Минэкономразвития) и частных организаций, например, АПЭКОН⁹.

Необходимость включения коэффициента, учитывающего уровень инвестиционного риска, трактуемого как событие, которое может произойти в условиях неопределенности (неполноты и неточности используемой при расчетах будущих доходов и расходов компании информации о внутренних и внешних условиях реализации проекта) с какой-то вероятностью и влечет за собой разные по характеру экономические результаты, чья величина может изменяться в большей или меньшей степени¹⁰.

Согласно данным Росстата, в 2022 году по сравнению с 2021 годом инвестиции в основной капитал (в фактически действовавших ценах) увеличились на 23,3%¹¹. Причинами увеличения инвестиций в основной капитал является ряд факторов, в частности, введение значительных мер государственной поддержки реального сектора экономики. В 2022 г. по результатам деятельности Фонда развития промышленности по льготным процентным ставкам получили займы на сумму 140,1 млрд. руб. проекты, реализуемые промышленными компаниями РФ, что занимает долю 35% от всех проектов,

профинансированных за 2015-2022 г.¹². Это свидетельствует о резко увеличившейся поддержке со стороны государства и является причиной роста вкладываемых предприятиями средств в основной капитал.

Стоит отметить, что увеличение инвестируемых средств связано и с ростом числа инвестиционных проектов. В 2022 г. по сравнению с 2021 г. количество инвестиционных проектов возросло на 111,4%¹³. Резкий рост числа инвестиционных проектов связан с освобождением некоторых ниш иностранными производителями, а также ослаблением конкуренции в ряде видов деятельности вследствие их ухода с российского рынка. Влияние оказали и действующие меры поддержки предпринимателей, стимулирующие их деловую активность. Так, на государственном уровне разработаны финансовые механизмы, позволяющие брать займы предпринимателям по льготным ставкам (инфраструктурные облигации в строительной сфере¹⁴) и организовано стимулирование спроса (льготное автокредитование и лизинг для потребителей¹⁵). Такого рода меры оказывают прямое влияние на увеличение количества инвестиционных проектов, а, значит, приводит к росту числа вариантов, из которых инвесторы могут выбрать наиболее предпочтительный. В этом вопросе важным является грамотная оценка рисков составляющей в норме дохода, для чего может быть применен один из двух методов ее обоснования: статистический (расчетно-аналитический) и экспертный.

Статистический метод применим в тех случаях, когда у рассматриваемого явления (например, частота возникновения отказов в работе оборудования на предприятиях определенного типа) существует некоторая закономерность, позволяющая рассчитать вероятность возникновения рисков события. Для измерения риска в представленном методе применяют следующие показатели: дисперсия, характеризующая степень колебания показателя относительно его среднего значения; стандартное отклонение, вычисляемое как корень из дисперсии; коэффициент вариации, представляющий собой отношение стандартного отклонения и среднего ожидаемого результата. Чем ближе к 0 представленный показатель, тем менее подверженным рискам будет инвестиционный проект¹⁶. Данный способ позволяет точно рассчитать величину рисковой премии, что является положительным фактором, поскольку значения нормы дохода будут получены с учетом динамики анализируемых явлений в прошлом. Статистический метод имеет и недостатки: он применим только к тем величинам, по которым есть большой массив данных, наиболее точно отражающий особенности и частоту возникновения тех или иных событий. При этом данный способ не лишен субъективизма, так как факторы для построения зависимостей выбираются специалистами.

Экспертный метод представляет собой проведение анализа и оценки одним или несколькими экспертами величин вероятности возникновения отдельных рисков или размере рискованной премии в целом. К достоинствам данного способа можно отнести многообразие взглядов и оценок, а также возможность учета рисков, которые в статистическом методе не имеют особого веса в силу редкости их проявления. К недостаткам данного метода следует отнести субъективизм экспертов, именно на основе мнения людей выбираются факторы, которые будут учитываться при расчете рискованной премии, что может привести к выбору неэффективных проектов или, наоборот, исключению экономически эффективных проектов.

Вследствие особенностей рассмотренных методов предлагается их комбинирование с целью повышения эффективности и точности определения значения вероятности возникновения каких-либо неблагоприятных событий. По мнению авторов статьи, следует применять расчетно-аналитический и экспертный методы в тесной взаимосвязи: необходимо исследовать массивы статистических данных по различным видам риска (когда имеется доступ к такой информации), а также по предприятиям с аналогичными видами деятельности и условиями функционирования. На основе рассчитанных апостериорных вероятностей эксперты должны скорректировать полученные значения, используя свой опыт, затем добавить (исключить) те факторы, которые, по их мнению, могут значительно влиять (не иметь значения) в конкретном инвестиционном проекте. Таким образом, комбинирование двух выше приведенных методов обоснования рискованной премии в составе нормы дохода позволит наиболее точно оценить вероятность возникновения тех или иных событий, что приведет к верной оценке нормы дохода и получению справедливых значений показателей экономической эффективности, ориентируясь на которые, инвесторы будут принимать решения о вложении капитала в те или иные инвестиционные проекты.

* * * *

¹ Цены, инфляция [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики [сайт]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price>

² Динамика официального курса заданной валюты [Электронный ресурс] // Банк России [сайт]. URL: https://cbr.ru/currency_base/dynamics/?UniDbQuery.Posted=True&UniDbQuery.so=1&UniDbQuery.mode=2&UniDbQuery.date_req1=&UniDbQuery.date_req2=&UniDbQuery.VAL_NM_RQ=R01235&UniDbQuery.From=01.01.2021&UniDbQuery.To=14.10.2023

³ Справочные и аналитические материалы [Электронный ресурс] // Федеральная таможенная служба [сайт]. URL: <https://customs.gov.ru/statistic>

⁴ Статистика внешнего сектора [Электронный ресурс] // Банк России [сайт]. URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/

⁵ Мартянов, К. П. Ключевые проблемы промышленных предприятий в современных геополитических условиях / К. П. Мартянов, Л. Д. Мартянова, И. А. Наугольнова // Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов : Сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции, Москва, 27 декабря 2022 года. – Москва: Печатный цех, 2022. – С. 338-342. – EDN ХТХЕСЕ.

⁶ Экономическая оценка инвестиций : учебник для вузов / М. И. Ример, Е. А. Кандрашина, Н. Н. Матиенко [и др.]. – 5-е издание. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 432 с. – ISBN 978-5-496-00764-1. – EDN SDTQNP.

⁷ Воробьев, С. Ю. Экономическое обоснование нормы дохода инвестора / С. Ю. Воробьев, А. Д. Кудряшов, И. А. Наугольнова // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. – 2016. – № 2. – С. 74. – EDN WYYMMF.

⁸ Воронина, Н.В. Ставка дисконтирования при расчете инвестиционных проектов: подходы и методы обоснования / Н.В. Воронина, В.Г. Зарецкая. - Текст : электронный // Вестник ТОГУ. - 2020. - № 1 (56) - С. 99-108 - URL: https://pnu.edu.ru/media/vestnik/articles-2020/099-108_%D0%92%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BD%D0%B0_%D0%9D_%D0%92_%D0%97%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%92_%D0%93.pdf (дата обращения 16.10.2023).

⁹ Агентство Прогнозирования Экономики : [сайт]. URL: <https://apecon.ru>

¹⁰ Чудаева, А. А. Отражение рисков в расчетах экономической эффективности инвестиционных проектов, направленных на развитие производства / А. А. Чудаева, Н. В. Никитина // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 9(98). – С. 959. – EDN YVFCCL.

¹¹ Инвестиции в нефинансовые активы [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики [сайт]. URL: https://rosstat.gov.ru/investment_nonfinancial

¹² Фонд Развития Промышленности : [сайт]. URL: <https://frprf.ru/>

¹³ Динамика развития инвестиционных проектов [Электронный ресурс] // Инвестиционные проекты. Цифровая платформа [сайт]. URL: <https://investprojects.info/regions/chart?s%5B%5D=8&s%5B%5D=13&s%5B%5D=3&s%5B%5D=308&s%5B%5D=309&s%5B%5D=14&s%5B%5D=22&s%5B%5D=17&s%5B%5D=6&s%5B%5D=303&s%5B%5D=9&s%5B%5D=226&s%5B%5D=213&s%5B%5D=215&s%5B%5D=305&s%5B%5D=4&s%5B%5D=328&s%5B%5D=145&s%5B%5D=11&s%5B%5D=16&ds=01.11.2011&de=24.09.2023&type=bar&p=year>

¹⁴ Новый инструмент: чем выгодны инфраструктурные облигации [Электронный ресурс] // Дом.рф: [сайт]. URL: <https://дом.рф/media/smi/Novy-instrument-chem-vygodny-infrastrukturmye-obligacii/>

¹⁵ Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2022 г. № 4261-п Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации до 2035 г.

¹⁶ Леванова, Т. А. Применение методов статистического анализа в системе риск-менеджмента/ Т.А. Леванова, Е.Ю. Леванова, Н.Ю. Абрамова. - Текст : электронный // Вестник РУК. - 2022. - №1 (47). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-metodov-statisticheskogo-analiza-v-sisteme-risk-menedzhmenta> (дата обращения: 16.10.2023).

ON THE ISSUE OF JUSTIFICATION OF THE RATE OF INCOME FOR THE PURPOSES OF EVALUATING INVESTMENT PROJECTS IN THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY IN MODERN CONDITIONS

© 2023 Pigalkina Alexandra Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: alexandrapigalkina1610@gmail.com

© 2023 Chudaeva Alexandra Alexandrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: chudaeva@inbox.ru

In modern conditions, when the level of uncertainty is very high, the question of the appropriateness and efficiency of capital investment in the real sector of the economy is particularly acute, because an investor measures the level of desired profitability by an indicator that takes into account risks - the rate of return. The article highlights the aspects of its justification, taking into account the circumstances in which enterprises currently operate.

Keywords: investment activity, rate of return, risk, uncertainty, investment project, economic efficiency indicators.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

© 2023 Пименова Елена Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: pimenova-elena@rambler.ru

© 2023 Усеинов Дмитрий Вадимович

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: 6514951@mail.ru

В статье исследована сущность терминов «платежеспособность» и «ликвидность», а также рассмотрены системы показателей оценки данных экономических категорий. Проведена оценка платежеспособности и ликвидности конкретного российского предприятия с помощью абсолютных и относительных показателей.

Ключевые слова: эффективность, прибыльность, платежеспособность, ликвидность, конкурентоустойчивость.

Эффективность работы предприятия является фундаментальной целью для любого прибыльного бизнеса, который ведется на современном этапе развития рынка¹. Любому субъекту хозяйствования необходимо стать платежеспособным и ликвидным, чтобы обосновать ценность своих первоначальных инвестиций, продолжать создавать ценность для своих клиентов (покупателей) с помощью продуктов и/или услуг, выжить в долгосрочной перспективе в условиях жесткой конкуренции. Неспособность покрыть расходы за счет выручки компании и, таким образом, получить долгосрочную прибыль, в конечном итоге, приведет к исчезновению компании из делового мира².

Основными показателями финансовых показателей юридических лиц являются ликвидность, платежеспособность и прибыльность³. Управление ликвидностью и платежеспособностью очень важно для каждой организации, что означает выполнение текущих и долгосрочных обязательств по бизнесу. Текущие платежные обязательства включают операционные и финансовые расходы, которые являются краткосрочными, в то время как долгосрочные обязательства включают долги за длительный период. Ликвидность и платежеспособность могут повлиять на результаты деятельности предприятия. Это объясняется тем фактом, что заинтересованные стороны заинтересованы в показателях ликвидности и платежеспособности компаний, поэтому они по-разному реагируют, когда эти показатели показывают растущие риски. Инвесторы, например, интересуются состоянием платежеспособности фирмы, чтобы знать, стоит ли продолжать реализацию своих инвестиционных планов. Поставщики проверяют платежеспособность компаний перед поставкой товара. Таким образом, управление этими рис-

ками является важным фактором, на который предприятия должны обратить внимание, если они хотят оставаться финансово здоровыми.

Ликвидность относится к наличным средствам, имеющимся у предприятия в кассе, на расчетном (валютном) счетах на ближайшее будущее, после учета финансовых обязательств, соответствующих этому периоду. Это сумма капитала (наличных денег, кредитов и собственного капитала), доступная для инвестиций и расходов⁴. Неликвидность компании означает, что она не может получить достаточных средств ни за счет увеличения обязательств, ни за счет быстрой конвертации активов по разумной цене. В периоды, в течение которых фирмы не обладают достаточной ликвидностью, они не могут обеспечить требуемые ресурсы за счет долга без преобразования актива в ликвидный – считается, что на этом этапе компания испытывает риск ликвидности. Риск ликвидности – это вероятность того, что организация не сможет произвести свои платежи кредиторам в результате изменений в соотношении долгосрочных и краткосрочных кредитов и корреляции со структурой обязательств организации⁵.

Платежеспособность определяется как способность предприятия выполнять свои кратко-, средне- и долгосрочные финансовые обязательства. Это способность бизнеса выполнять свои обязательства в случае прекращения деятельности или ликвидации. Предприятие считается платежеспособным, если его активы превышают совокупные обязательства или равны им. Однако, если совокупные активы ниже текущих обязательств, фирма сталкивается с риском неплатежеспособности и не может погасить свои долги⁶.

Исследование показало, что очень многие экономисты отождествляют термины «платежеспособность» и «ликвидность», предлагая платежеспособность предприятия оценивать с помощью показателей (коэффициентов) ликвидности. Между тем необходимо помнить, что это разные термины, и системы показателей ликвидности и платежеспособности различаются: платежеспособность оценивается по абсолютным показателям собственных оборотных средств и чистых активов, а ликвидность – с помощью относительных показателей (коэффициентов) ликвидности. Рассмотрим данный факт на примере ПАО «ОДК-Кузнецов» – это российское машиностроительное предприятие авиационного и космического двигателестроения. Юридический адрес: Россия, 443022, г. Самара, Заводское шоссе, 29. До апреля 2010 года носило название ОАО «Моторостроитель».

Динамика основных финансово-экономических показателей ПАО «ОДК-Кузнецов» представлена в таблице. Как видно из таблицы, начиная с 2019 года на предприятии наблюдается рост выручки. Данный факт обусловлен тем, что в 2020-2021 гг. Обществом было обеспечено выполнение ГОЗ по ремонтам в полном объеме. Рост выручки наблюдался в основном за счет отгрузки новых двигателей НК-32 сер. 02 и завершения очередного этапа НИОКР для боевой авиации.

Положительная тенденция наблюдается для валовой прибыли Общества, которая за отчетный год возросла почти в 5 раз, что связано с отгрузкой установочной партии двигателей для боевой авиации.

Отрицательный финансовый результат деятельности предприятия (убыток от продажи) связан с ростом управленческой себестоимости, съёмов двигателей с испытаний и, как следствием, необходимостью их пересборки, повторных испытаний.

Основные финансово-экономические показатели ПАО «ОДК-Кузнецов» за 2018-2022 гг.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021	2022
1. Выручка, тыс. руб.	9704026	9592617	13231173	15540869	19244954
2. Полная себестоимость продаж	10712725	10976382	13860366	17093044	20727089
3. Затраты на 1 руб. реализации продукции, коп. (с.2:с.1)	110,39	114,25	104,76	109,99	107,7
4. Средняя численность персонала, чел.	9843	10538	10 756	9 887	10 083
5. Выработка на 1 сотрудника, тыс. руб. (с.1:с.4)	985,8809	910,2882	1230,12	1571,85	1908,654
6. Валовая прибыль, тыс. руб.	1194436	613715	1401411	68175	364283
7. Прибыль (убыток) от продажи	-1008699	-1383765	-629193	-1552175	-1482135
8. Чистая прибыль (убыток)	-2797516	-3844560	-3013046	-3744822	-2544356

Говоря о численности персонала, можно сказать следующее: в отчетном году на ПАО «ОДК-Кузнецов» были проведены мероприятия, связанные с оптимизацией организационной структуры и численности персонала (централизация функций табельного учета, кадровой документации, функций службы главного механика, энергетика, уборки и озеленения территории), в рамках данных мероприятий проводилась оптимизация численности вспомогательного и административно-управленческого персонала. Также была проведена работа по выводу непрофильных функций в аутсорсинг: клининговые услуги, организация питания, производство газов, типографские услуги, социально-бытовые услуги (база отдыха «Тополя», ГК «У Сокольных гор»)

Таким образом, в 2021 году наблюдается рост численности по сравнению с 2020 годом, что обусловлено вводом в эксплуатацию новых производственных мощностей (были введены в эксплуатацию новые производственные площадки, проведена модернизация производства). Благодаря модернизации производства ПАО «ОДК-Кузнецов» впервые за долгое время начало интенсивный набор сотрудников рабочих специальностей. Открытие новых производств создало на ПАО «ОДК-Кузнецов» 500 новых рабочих мест. Рост производственных показателей и ввод в эксплуатацию новых активов сопровождается значительным повышением эффективности работы предприятия, в частности за 2022 год рост производительности труда составил более 21,43%.

Средний возраст работников на конец 2021 года составил 45 лет, происходит постепенное омоложение коллектива (для сравнения в 2011 году средний возраст составлял 47 лет) Более 35% сотрудников имеют высшее образование.

Как видно на рис. 1, на ПАО «ОДК-Кузнецов» есть собственные оборотные средства, причем в отчетном году по сравнению с предшествующим годом их величина возросла на 21,06%. Это произошло в результате того, что в 2022 году стоимость оборотных активов возросла, а краткосрочные обязательства уменьшились.

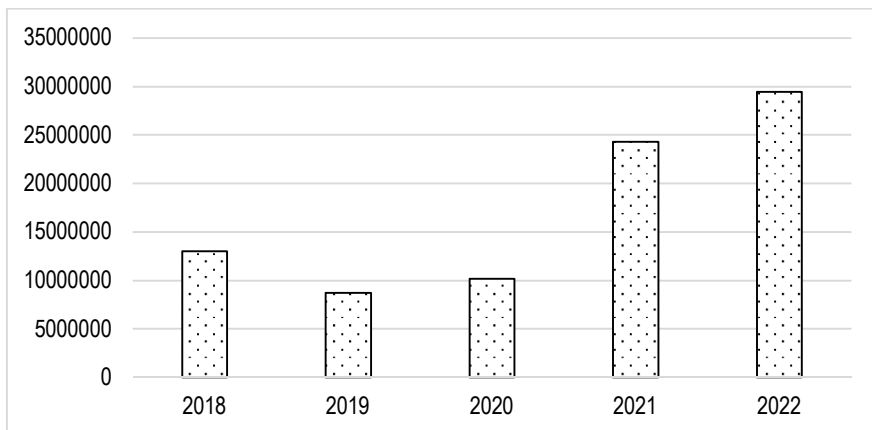


Рис. 1. Динамика собственных оборотных средств ПАО «ОДК-Кузнецов»

На ПАО «ОДК-Кузнецов» есть чистые активы, их величина возросла за отчетный год на 20,06% и значительно превышает величину уставного капитала предприятия (рис. 2). Таким образом, согласно ГК РФ, ПАО «ОДК-Кузнецов» может быть признано платежеспособным.

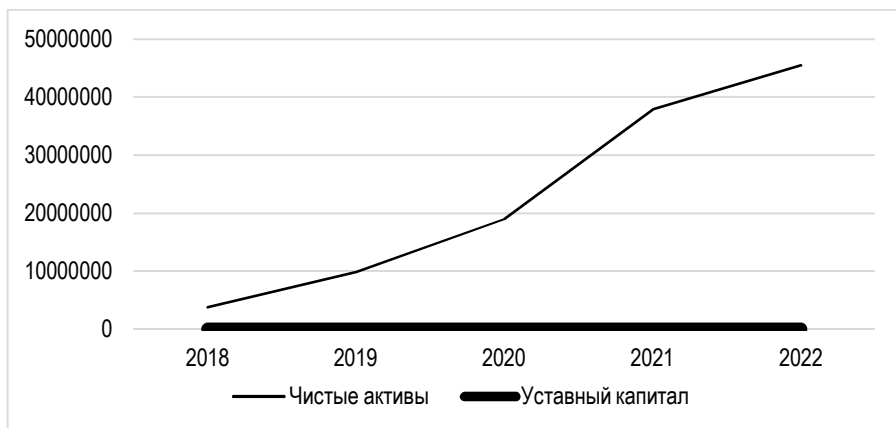


Рис. 2. Соотношение чистых активов и уставного капитала ПАО «ОДК-Кузнецов»

Как показывают данные рис. 3, активы ПАО «ОДК-Кузнецов» достаточно ликвидны:

- все соответствующие коэффициенты за отчетный 2022 год возросли;
- значения коэффициентов ликвидности удовлетворяют нормативным ограничениям в 2021-2022 гг., поэтому ПАО «ОДК-Кузнецов» можно признать ликвидным.

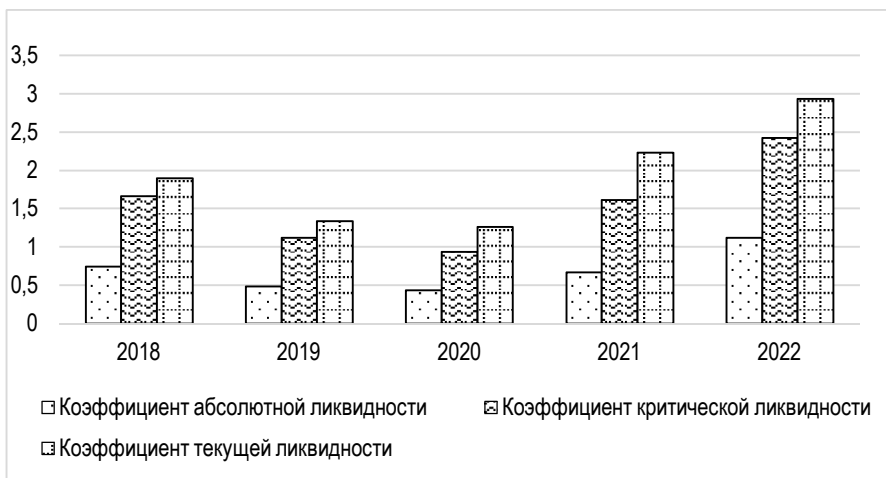


Рис. 3. Динамика коэффициентов ликвидности ПАО «ОДК-Кузнецов» за 2018-2022 гг.

Таким образом, ПАО «ОДК-Кузнецов» можно признать ликвидным и платежеспособным предприятием.

Подводя итог сказанному выше, следует отметить: в целях формирования объективной информации для целей управления необходимо различать термины «ликвидность» и «платежеспособность» предприятия и проводить их оценку с помощью соответствующих систем показателей, что позволит получить максимально объективные аналитические результаты, отражающие реальную действительность.

* * * *

¹ Valášková, K.; Gavurová, B.; Ďurana, P.; Kováčová, M. (2020). Alter ego only four times? The case study of business profits in the Visegrad group. *E M Econ. Manag.* 2020, 23, 101–110.

² Batrancea, L. (2021) The Influence of Liquidity and Solvency on Performance within the Healthcare Industry: Evidence from Publicly Listed Companies. *Mathematics* 2021, 9, 2231. <https://doi.org/10.3390/math9182231>.

³ Banafa, A. S, Muturi, W. & Ngugi, K. (2015). The liquidity factor in the financial performance of non-listed financial firms in Kenya. *International Journal of Finance and Accounting*. Vol.4 (7). 1112-118.

⁴ Qasim, S., & Ramiz, R. (2011). Impacts of liquidity ratios on profitability. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*. Vol. 1, Issue 7.

⁵ Nyabwanga, R. N. (2013). An Empirical Analysis of the Liquidity, Solvency and Financial Health of Small and Medium Sized Enterprises in Kisii Municipality, Kenya. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, №8.

⁶ Jackson, P., Perraudin, W., & Saporta, V. (2002). Regulatory and Economic Solvency Standards for Internationally Active Banks. *Bank of England working papers*, No. 161.

SOME ASPECTS OF ASSESSING THE SOLVENCY AND LIQUIDITY OF AN ENTERPRISE IN MARKET CONDITIONS

© 2023 Pimenova Elena Mikhailovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: pimenova-elena@rambler.ru

© 2023 Useinov Dmitriy Vadimovich

Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: 6514951@mail.ru

The article examines the essence of the terms «solvency» and «liquidity», as well as the systems of indicators for assessing these economic categories. The assessment of the solvency and liquidity of a particular Russian enterprise was carried out using absolute and relative indicators.

Keywords: efficiency, profitability, solvency, liquidity, competitiveness.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

© 2023 **Пытьев Николай Николаевич**

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nikolay.pytiev@yandex.ru

© 2023 **Яковлев Геннадий Иванович**

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: dmms7@rambler.ru

Рассматриваются актуальные вопросы организации эффективной деятельности производственных структур в современной рискованной и непредсказуемой бизнес-среде. Показано, что добиться устойчивого развития предприятий возможно путем внедрения методов оптимизации бизнес-процессов, разработанных отечественными и зарубежными специалистами, направленными на устранение потерь в производственно-сбытовой деятельности.

Ключевые слова: бережливое производство, эффективность, предприятия, технологии, продукция, Индустрия 4.0.

В настоящее время в обеспечении успешной профильной деятельности организаций в большинстве сфер деятельности вновь важное место стали занимать такие категории, такие как качество, конкурентоспособность продукции/услуг, конкурентоспособные системы производства, конкурентоспособность организации. Эти категории взаимосвязаны и поэтому общий уровень конкурентоспособности организации имеет многоуровневый характер, опирающийся во-многом на достигнутый уровень производительности труда и эффективности использования ресурсов. В условиях, когда в целом производительность труда в РФ существенно отстает от уровня развитых стран, имеются разрывы, доходящие до 2-4 раз ниже ведущих компаний мира, задача обеспечения конкурентоспособности переходит в разряд достаточно трудных, уровня национальной безопасности, уже отмечали авторы¹. Отмечается, что разрыв в производительности на отечественных предприятиях значительно увеличился от ухода высокопроизводительных иностранных компаний вследствие непродуманной политики западных стран, которые также, в свою очередь, понесли ущерб на сотни миллиардов долларов от разрыва кооперационных связей с отечественными предприятиями.

С 2017 года принята и действует федеральная программа повышения производительности труда на российских предприятиях. Серьезный российский бизнес со всей основательностью приступает к освоению проектов повышения производительности, внедрению доказавших свою эффективность новых организационных идей, ранее преимущественно реализованных в практике деятельности японских и европейских компаний².

Особое внимание менеджмента предприятий обращается к знаменитой философии Кайдзен, нацеливающей деятельность вверенного персонала на непрерывное совершенствование. В российских условиях, когда доступ к дешевым и длинным финансовым ресурсам крайне ограничен, что делает практически невозможным внедрение капиталоемких кардинальных инноваций, именно постепенное улучшение производственно-операционной деятельности обеспечивает естественное развитие с минимальными затратами. При этом следует вспомнить, что в свое время сами японские менеджеры переняли много идей из российской комплексной системы управления качеством производства (КСУКП), систем бездефектного изготовления продукции (БИП), планово-предупредительного ремонта (ППР), системы внесения рационализаторских предложений рабочими и инженерами.

В результате творческого развития доказавших свою эффективность подходов к организации производственных процессов сформировалась комплексность и целостность системы Кайдзен, включающий всеобщий контроль качества, логистическая система точно-вовремя, всеобщий уход за оборудованием, проектная работа в малых группах, подача рационализаторских предложений, развертывание функции качества. При этом в реализации всеобщего контроля качества важно обеспечить его применение по всей цепочке создания стоимости, с учетом не только руководства, производственных рабочих (врачей обще практики, узких специалистов), но и субподрядчиков и сбытовых каналов. Этот подход должен учитываться и в таких функциональных областях, как производственное обучение, профессиональное образование, управление затратами, сертификацию и стандартизацию. При этом эффективно решается т.н. «проблема опыта», наблюдаемая в повседневной практике деятельности отечественных организаций, когда непосредственно на рабочих местах ведется подготовка к самостоятельному освоению необходимых профессиональных навыков и приемов, чего не хватает вчерашним выпускникам образовательных учреждений.

Эффективная система подачи предложений должна учитывать не только соображения материальной выгоды, но и вовлечения рабочего-инициатора в процесс принятия решений, что оправдывает интерес к повышению производительности труда на рабочем месте³. На российских предприятиях, системно решающих проблему производительности труда и повышения качества, при внедрении политики вовлеченности работников в совершенствование производственных процессов, начинают поступать тысячи заявок, и лучшие из них рекомендуются к внедрению. Так, в сфере производства чая, продуктов питания внедрение передовых методов и принципов организации труда с учетом специфики политики позволяет ежегодно поднимать производительность труда до семи процентов.

Интересен японский опыт экспертизы лучших профессиональных навыков под названием «сю-ха-ри» - изучай, адаптируй, применяй. На этапе «сю» изучается новый рабочий прием, на «ха» - адаптация и импровизация, на «ри» - творческое применение и развитие данного передового приема. Этот подход предоставляет понимание возможности для совершенствования своей деятельности на системной основе. Конечно, современный высокий динамизм требует творческого применения традиционных японских концепций производственно-инновационной деятельности, отличающихся консерватизмом, долгим процессом принятия решений. Нужно творческое переосмысление

устоявшихся тенденций и выработка высокой готовности к совершению перемен. Требования эффективности диктуют необходимость повышать качество продукции лишь до необходимого уровня, понимаемого потребителем его разумного предела. Излишнее высокое качество никак не воспринимается потребителем, если требует платы несоизмеримо высокой цены особенно при наличии излишних функциональных характеристик продукции.

Далее значимыми для конкурентоспособности предприятия являются промышленный дизайн, инновационность, удобство и комфорт в использовании, приемлемая цена изделия. На действующих отечественных предприятиях, внедряющих новые концепции операционной деятельности, русская смекалка в решении производственных вопросов, дополненная и проверенная японской философией качества и постоянных улучшений, может стать реальной основой радикального повышения производительности, чтобы преодолеть существующее отставание от фирм развитых стран⁴.

В настоящее время концепция Бережливого производства (БП) является общепризнанным инструментом повышения результативности бизнес-процессов, что подтверждается результатами его повсеместно успешного применения на ландшафте мировой экономики. При этом особый интерес представляет возможность повышения результативности использования инструментов БП средствами современных сквозных технологий индустрии 4.0. В таблице проводится сопоставление инструментов Бережливого производства и Индустрии 4.0, которые могут способствовать устранению потерь в цепочке создания потребительской ценности.

Преимущества применения технологий Индустрии 4.0 для устранения потерь

Тип потерь	Инструмент БП	Технология Индустрии 4.0
Транспортировка	Карта потока процесса, канбан	Интернет вещей Расширенная аналитика Автономные транспортные средства
Запасы	Канбан, ABC-анализ	Технология RFID
Движения	Стандартизация работ, 5S	Роботизация и автоматизация Дополненная реальность
Ожидание	Быстрая переналадка, карта потока процесса	Анализ данных в «реальном времени»
Перепроизводство	Система вытягивания, канбан	Прогнозирующая аналитика
Излишняя обработка	Стандартизация работ	Цифровое моделирование
Дефекты	Защита от ошибок	Машинное обучение
Неиспользованный потенциал работника	Система предложений	Дополненная реальность

Отметим возможности более эффективного достижения целей Бережливого производства средствами Индустрии 4.0.⁵ Потери на необходимую транспортировку могут быть снижены путем высокого уровня контроля за процессом. Например, использование технологий определения положения можно в реальном времени получать инфор-

мацию о местонахождении интересующего объекта и принимать оперативные решения в случае выявления отклонений от ожиданий. Другая возможность – использование автономных транспортных средств, которое может позволить сократить время и затраты на транспортировку.

Технология радиочастотной идентификации может позволить повысить результативность управления запасами и в том числе создать условия для их снижения за счет однозначного определения потоков движения материалов и понимания распределения всех запасов по их категории/статусу, таких как «в производстве», «в процессе транспортировки», «на складе/хранение».

Потери на неэффективные движения работников могут быть снижены за счет роботизации и автоматизации процессов, что может позволить ускорить процесс и сократить число ошибок.

Продолжительность времени ожидания может быть уменьшена благодаря достоверной аналитике, основанной на оперативных данных с производственных процессов. Это становится возможным при онлайн-мониторинге ключевых показателей работы.

При использовании систем контроля процесса возможен контроль в соответствии с заданными параметрами, что в определенных случаях может однозначно гарантировать отсутствие возможности перепроизводства, например, путем автоматической остановки процесса по достижении заданного объема производства. То же самое применимо и к исключению потерь на излишней обработке, которая может быть предотвращена при помощи программного контроля изделия на соответствие цифровой модели.

Снижение уровня дефектности и так называемое «встроенное качество» может быть достигнуто применением компьютеризированных систем, которые автоматически останавливаются в случае изготовления дефектных изделий, либо не позволяют им быть смешанными с годной продукцией.

И, наконец, необходимо отметить, что при использовании такой технологии, как «дополненная реальность», появляется возможность существенно расширить возможности работника путем добавления вспомогательных объектов либо онлайн-инструкций, необходимых для эффективного процесса, но доступ к которым в конкретный момент времени может быть ограничен.

Управление качеством производственной деятельности подразумевает, что данный процесс должен быть организован циклическим образом и постоянен, без временных ограничений, на весь прогнозный горизонт устойчивого существования организации. В нем участвуют все (от министров до рабочих, контролеров и вахтеров, заводской столовой, служб охраны и клининга). Решения должны носить системный характер, взаимоувязывающие в едином контуре, механизме нацеленность на высокий конечный результат деятельности всех цехов основного и вспомогательного производства, систем и структур предприятия.

* * * *

¹ Пытьев Н.Н., Яковлев Г.И. Фактор ресурсосбережения в системе экономической безопасности предприятий. В сб. «Наука XXI века: актуальные направления развития». 2023. № 2-2. С. 70-74. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54768355>

² Федеральный проект «Системные меры по повышению производительности труда»/ Министерство экономического развития Российской Федерации. Режим доступа: https://производительность.рф/national-project/system_measures. Дата обращения: 09.11.2023.

³ Голубева Т.В. Производственные ресурсы предприятия. Самара: Издательство Самарского университета, 2021. – 80 с.

⁴ Стрельцов А.В., Яковлев Г.И. Повышение эффективности деятельности предприятий в приоритетах промышленной политики//Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 2 (220). С. 35-43.

⁵ Вумек Дж., Джонс Д. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании/Пер. с англ. -2-е изд. -М.: Альпина Бизнес Букс, 2018. – 473 с.

METHODOLOGICAL ISSUES IMPROVING THE QUALITY AND COMPETITIVENESS OF PRODUCTS IN THE DIGITAL ECONOMY

© 2023 Pytyev Nikolay Nikolaevich

PhD student

Samara State University of Economics

E-mail: nikolay.pytiev@yandex.ru

© 2023 Yakovlev Gennady Ivanovich

Doctor of Economics, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: dmms7@rambler.ru

Topical issues of organizing the effective operation of production structures in today's risky and unpredictable business environment are considered. It is shown that it is possible to achieve sustainable development of enterprises by introducing methods for optimizing business processes developed by domestic and foreign specialists aimed at eliminating losses in production and sales activities.

Keywords: lean manufacturing, efficiency, enterprises, technologies, products, Industry 4.0.

ОБ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2023 Сапова Ольга Александровна

старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет

E-mail: loli_air@mail.ru

© 2023 Сапов Антон Юрьевич

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Anton-@rambler.ru

Статья посвящена направлениям государственной поддержки инновационных проектов в Самарской области. В современных условиях, когда уровень неопределенности очень высок, вопрос целесообразности и эффективности вложения капитала в реальном секторе экономики встает особенно остро, возникают риски, что приводит к снижению привлекательности реализации предприятиями инновационных проектов в нестабильных условиях. В статье описаны основные направления поддержки инновационных проектов в Самарской области, а также освещены аспекты их обоснования с учетом тех обстоятельств, в которых функционируют предприятия в настоящее время.

Ключевые слова: инновационный проект, неопределенность, риски, меры поддержки, технопарк "Жигулевская Долина", гранты, стимулы, финансирование.

Неопределенность и недостаточность финансирования являются одними из ключевых факторов, ограничивающих деятельность предприятий в современных условиях¹. Неопределенность порождает риски², что, в свою очередь, приводит к снижению привлекательности реализации предприятиями инновационных проектов в нестабильных условиях. С целью повышения заинтересованности компаний в воплощении в жизнь таких проектов на государственном и региональном уровнях разработаны различные меры поддержки.

В Самарском регионе ядром инноваций и институтом, реализующем такие меры, является технопарк в сфере высоких технологий «Жигулевская долина». В нем резидентам оказываются имущественная, информационная и организационная, сервисная, финансовая, образовательная меры поддержки.

Имущественная поддержка реализуется посредством материальных атрибутов, воплощенных в современной инфраструктуре, необходимой для разработки и реализации инновационных проектов. Это оборудованные офисные помещения, региональный центр инжиниринга, центр обработки данных, центр коллективного пользования оборудованием, лабораторные помещения, конгресс-центр, гостиница, ресторация.

Резиденты «Жигулевской долины» (294 по состоянию на 30.09.2023 г.³) и их проекты (297 по состоянию на 30.09.2023 г.³) представлены в таких сферах, как:

- информационные и телекоммуникационные технологии,
- транспорт и космические технологии,
- биотехнологии и медицина,
- энергоэффективность и энергосбережение,
- химия и разработка новых материалов.
- экология.

В Самарской области осуществляется поддержка инновационных проектов по линии Фонда содействия инновациям. Это такие программы данного фонда как:

- «Умник», ориентированная на молодых инноваторов, - в рамках нее предоставляются гранты в размере до пятисот тысяч руб.,
- «Старт» для стартапов, которые могут получить до 24 млн. руб.,
- «Развитие», предназначенная для предпрятий, - в соответствии с этой программой выдаются гранты объемом до 20 млн руб.,
- «Коммерциализация» - предприятиям, которые могут претендовать на получение грантов в размере до 30 млн. руб..

Результаты работы Фонда содействия инновациям в Самарской области за 2018-2022 гг. выглядят следующим образом: 2200 заявок на участие в конкурсах, 328 подержанных проектов, 1,3 млрд руб. - сумма привлеченного финансирования.

В Самарской области действует поддержка по линии фонда «Сколково» для его участников. Реализуется это так:

- 1) получение статуса участника Сколково и возможность размещения в технопарке «Жигулевская долина», являющегося с 2018 г. региональным оператором фонда «Сколково» на территории региона⁴,
- 2) предоставление микрогрантовой поддержки и доступа к центру коллективного пользования и исследовательским мощностям, поддержка ангельских инвестиций, информирование,
- 3) привлечение российских и международных заказчиков, промышленные внедрения решений, привлечение инвестиций стратегических инвесторов,
- 4) поддержка пилотных внедрений и продаж, структурирование сделок, инвестирование из венчурных фондов под управлением фирмы венчурного капитала (SV).

Для участников фонда «Сколково» действуют налоговые льготы:

- страховые взносы - 14 %,
- налог на прибыль, льгота на НДС, налог на имущество, таможенные пошлины-0%.

Результаты работы за 2022 год по линии поддержки фонда «Сколково» – это:

- 39 компаний Самарской области, в том числе 18 из них – это резиденты технопарка «Жигулевская долина», а 20 - компании из других регионов,
- создано 832 рабочих места,
- 79 млн. руб. инвестиций.

Поддержка инновационных проектов в Самарской области реализуется также по линии агентства по технологическому развитию (АНО «АТР»). Ориентирована эта мера поддержки для компаний, которые есть в ГИСП (Государственная информационная система промышленности⁵). Основанием служит Постановление Правительства Российской Федерации от 18.02.2022 № 2008⁶, в соответствии с которым производители гото-

вой продукции различных отраслей экономики, которые осуществляют импортозамещение критически важных комплектующих, могут получить грант через АНО «АТР», региональным партнером которого выступает «Жигулевская долина», на их реинжиниринг.

Поддержка по линии АНО «АТР» осуществляется следующим образом: потребитель критически важных комплектующих, производитель готовой продукции направляет заявку на изделие оператору программы поддержки, в роли которого выступает формирующее реестр потенциальных исполнителей и потенциальных производителей Агентство по технологическому развитию. Оператор проводит конкурс и формирует техническое задание, служащее основанием для исполнителя (инжиниринговый центр, который будет проводить реинжиниринг, получатель гранта), готовящего и предоставляющего конструкторскую документацию в АНО «АТР». Производитель (организация из числа входящих в реестр потенциальных производителей) будет производить критически важные комплектующие по разработанной исполнителем для потребителя конструкторской документации⁷.

Результатами реализации поддержки инновационных проектов в Самарском регионе по линии Агентства по технологическому развитию инновационных проектов в 2022 году являются: 53 заявки от Самарской области, 17 из них включены в реестр разработчиков конструкторской документации, а 15 вошли в реестр производителей.

Поддержка по линии Российского фонда развития информационных технологий находит воплощение по следующим направлениям:

- поддержка проектов по разработке и внедрению российских решений в сфере информационных технологий посредством предоставления гранта на внедрение российских ИТ-решений сумма гранта в размере от 10 млн до 6 млрд руб., а также грант на разработку отечественных ИТ-решений в размере от 20 млн руб. до 500 млн руб.,

- программа поддержки цифровизации малого и среднего бизнеса, реализуемая посредством отбора малых и средних предприятий на приобретение российского программного обеспечения (ПО), включенного в реестр российского ПО, со скидкой в 50% (при этом разработчикам программного обеспечения должна быть российская компания с численностью от 15 человек и выручкой от 10 млн руб.)

- стимулирование перехода предприятий и организаций на использование российских ИТ-решений посредством возмещения ИТ-компаниями до 80% понесенных расходов на онлайн рекламу своего ПО или услуг сети Интернет посредством выделения им гранта от 100 тыс. до 1 млн. руб.

По результатам работы за 2022 год в рамках мер поддержки в контуре Российского фонда развития информационных технологий было 3 компании победителя от Самарской области, общий объем финансирования составил 255 млн руб., 4634 субъекта малого и среднего предпринимательства (СМСП) Самарской области приобрели программное обеспечение со скидкой 50%.

Инновационный фонд Самарской области осуществляет отбор и поддержку перспективных инновационных проектов, реализуемых на территории нашего региона:

- юридическими лицами, осуществляющими научные исследования и разработки (вузы и юридические лица, созданные с участием вузов) по приоритетным направлениям,

- направленных на научно-технологическое и инновационное развитие промышленных отраслей совместно с индустриальными партнерами-крупными компаниями,
- реализуемых резидентами фонда «Сколково» на территории Самарской области и резидентами технопарков Самарской области.

В рамках меры поддержки по линии Инновационного фонда Самарской области является обязательным софинансирование от индустриальных партнеров. На 2023 год на гранты этого фонда предусмотрен 65,1 млн.руб.. По итогам 2022 года было профинансировано 27 инновационных проектов на сумму 65,1 млн.руб. в виде грантов.

В 2023 г. в регионе реализуется практика проведения региональных конкурсов совместно с индустриальными партнерами. Условия конкурсов, в которых могли участвовать только резиденты Самарского региона: софинансирование со стороны региона 50% и со стороны индустриального партнера, в роли которого могли выступать не только резиденты Самарской области, - 50 %. В рамках таких конкурсов в 2020-2022 гг. было профинансировано 25 инновационных проектов общей стоимостью 76 млн.руб.

В Самарской области осуществляется развитие корпоративных инноваций в среднем и крупном бизнесе посредством онлайн-программы «ШКОЛА ЧЕМПИОНОВ», ориентированной на владельцев и руководителей такого бизнеса и позволяющей:

- повысить компетенций профильных сотрудников, отвечающих за инновации
- интегрировать цифровые технологии в бизнес-процессы компании,
- создать в компании комфортную среду для развития внутреннего предпринимательства,
- осуществить поиск точек роста для увеличения прибыли компании.

Реализуемые меры поддержки инновационных проектов в Самарской области и результаты их применения дают основания считать, что в компаниях, которые используют различные варианты помощи со стороны государства, будут рождаться сервисы и продукты с применением инновационных технологий, позволяющих воплощать в жизнь новые концепции управления⁸. Это, в свою очередь, приводит к необходимости трансформировать подготовку кадров для предприятий. И опыт реального сектора экономики следует использовать в этом вопросе⁹.

* * * *

¹ Мартъянов, К. П. Ключевые проблемы промышленных предприятий в современных геополитических условиях / К. П. Мартъянов, Л. Д. Мартъянова, И. А. Наугольнова // Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов : Сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции, Москва, 27 декабря 2022 года. – Москва: Печатный цех, 2022. – С. 338-342. – EDN ХТХЕСЕ. – С. 5.

² Чудаева, А. А. Отражение рисков в расчетах экономической эффективности инвестиционных проектов, направленных на развитие производства / А. А. Чудаева, Н. В. Никитина // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 9(98). – С. 959. – EDN YVFCCL. – С. 959.

³ Реестр резидентов технопарков на территории Самарской области по состоянию на 30.09.2023 г. [Электронный ресурс] // Технопарк в сфере высоких технологий "Жигулевская долина" [сайт]. URL: <https://dolinatit.ru/wp-content/uploads/2023/10/Reestr-dlya-sajta-30-09-2023.pdf>

⁴ Технопарку «Жигулевская долина» присвоен статус регионального оператора Фонда «Сколково» [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития и инвестиций Са-

марской области [сайт]. URL: <https://economy.samregion.ru/press-center/sobytiya/tekhnoparku-zhigulevskaya-dolina-prisvoen-status-regionalnogo-operatora-fonda-skolkovo/>

⁵ Государственная информационная система промышленности [Электронный ресурс]. URL: <https://gisp.gov.ru/mainpage>

⁶ Постановление Правительства Российской Федерации от 18.02.2022 № 208 "О предоставлении субсидии из федерального бюджета автономной некоммерческой организации "Агентство по технологическому развитию" на поддержку проектов, предусматривающих разработку конструкторской документации на комплектующие изделия, необходимые для отраслей промышленности" [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации [сайт]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202202220039>

⁷ Экосистема инноваций в Самарской области [Электронный ресурс] // Технопарк в сфере высоких технологий "Жигулевская долина" [сайт]. URL: <https://dolinatit.ru/wp-content/uploads/2023/06/Ekosistema-innovatsij-SO-dlya-sajta.pdf>

⁸ Наугольнова, И. А. Менеджмент 4.0: эволюция и инновации в управлении организацией в цифровую эпоху / И. А. Наугольнова // Теория и практика общественного развития. – 2023. – № 6(182). – С. 220-226. – DOI 10.24158/tpor.2023.6.28. – EDN KESNPN. – С. 225.

⁹ Чудаева, А. А. Внедрение цифровых технологий в деятельность российских предприятий и роль вузов в этом процессе / А. А. Чудаева // Проблемы развития предприятий: теория и практика. – 2020. – № 1-1. – С. 211-215. – EDN AXQUGA. – С. 215.

ON THE MAIN DIRECTIONS OF STATE SUPPORT FOR INNOVATION PROJECTS IN THE SAMARA REGION

© 2023 Sapova Olga Aleksandrovna

Senior Teacher

Samara State University of Economics

E-mail: sapovao.a@sseu.ru

© 2023 Sapov Anton Yurievich

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: anton-@rambler.ru

In modern conditions, when the level of uncertainty is very high, the issue of efficiency of capital investment in the real sector of the economy is particularly urgent, risks arise, which results in decrease of the attractiveness of enterprises' innovative projects in unstable conditions. The article describes the main directions of support of innovation projects in the Samara region, as well as highlights aspects of their justification, taking into account the circumstances in which enterprises are currently operating.

Keywords: innovation project, uncertainty, risks, support measures, Zhigulevskaya Dolina Technopark, grants, incentives, financing.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КОМПАНИЙ СТРАХОВОГО СЕКТОРА

© 2023 Тарасова Татьяна Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tarasova2004@inbox.ru

© 2023 Васильева Дарья Александровна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: dashaiiii02@mail.ru

© 2023 Тимралиева Рената Закаевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: r.timralieva@yandex.ru

Страховые организации занимаются достаточно уникальным видом деятельности, который также имеет различные риски экономической безопасности. В связи с этим в работе рассмотрена классификация факторов влияния на компании данного сектора, а также основные угрозы деятельности.

Ключевые слова: страховая компания, экономическая безопасность, факторы, угрозы.

В современных условиях рыночной системы экономики существует множество рисков и угроз, которые оказывают прямое влияние на деятельность организации. Данные риски могут возникать как внутри предприятия, так и во внешней среде. Последние предвидеть экономическому субъекту особенно тяжело, так как повлиять на них организация не может. Для решения такого рода проблем существует страховой бизнес, который выполняет важную функцию – осуществляет страхование юридических и физических лиц.

Однако выполняя основную функцию своей деятельности страховые компании не должны забывать о безопасности собственного бизнеса, так как он тоже подвержен всевозможным угрозам. Поэтому большое значение имеет уровень экономической безопасности страхового предприятия.

При осуществлении экономической безопасности предприятий в сфере страхования необходимо учитывать ряд особенностей характерных для данного бизнеса, к которым можно отнести следующие:

- Правовое положение, отличное от других экономических субъектов;
- Особый вид предпринимательской деятельности;
- Жесткий контроль со стороны законодательных органов.

Важно выделить методы, используемые руководством страховых организаций для поддержания экономической безопасности. Эти стратегии охватывают:

- Внесение изменений и внедрение новых локальных нормативных актов внутри организации.
- Использование финансовых и экономических мер, таких как мониторинг нормативных показателей и ресурсосбережение.
- Поощрение и обеспечение оптимальных условий труда для сотрудников организации¹.

СВК страховой компании играет решающую роль в обеспечении безопасности организации. Это включает в себя проведение анализа факторов, влияющих на уровень безопасности организации. Факторы влияния могут быть разные. Классифицируют их по разным направлениям и особенностям. Можно выделить наиболее традиционную систему их распределения (см. таблицу)².

Факторы влияния на экономическую безопасность предприятия

Факторы	Характеристика
Внутренние/внешние	Внутренние – возникают внутри предприятия, как правило компания способна на них повлиять. Внешние – возникают во внешней среде компании, по независящим от нее причинам
Реальные/потенциальные	Реальные – представляют собой факторы, которые уже возникли и на которые необходимо повлиять в настоящее время. Потенциальные – прогнозируемые факторы, которые компания вычисляет за счет проведения анализа работы предприятия и исследования внешней среды
Криминальные, экономические, политические, социальные	Зависят от источника своего возникновения
Значительные/незначительные	Зависят от величины причиненного ущерба организации

Основываясь на предоставленной информации, важно признать, что как внешние, так и внутренние факторы оказывают наиболее существенное влияние на сотрудников отдела экономической безопасности страховой компании.

В каждом секторе экономики особое значение приобретает система риск-менеджмента, которая основывается на работе с различными факторами. В страховой деятельности существует множество угроз, поэтому стоит их классифицировать на внутренние и внешние. К внешним относятся: Политические, рыночные, судебные, партнерские. Среди внутренних выделяют: кадровые, финансовые и информационные. Более детально с ними можно ознакомиться на рисунке.

Опираясь на вышеприведенные данные, важно сказать, что страховые компании представляют собой важные компоненты финансовой системы Российской Федерации. Для защиты своих активов и интересов этим компаниям крайне важно разработать собственные стратегии, учитывающие различные факторы и отслеживающие ключевые показатели.



Рис. Угрозы для страховой компании

* * * *

¹ Анисимов А. Ю. Страхование. – М.: ЮРАЙТ, 2018 – 218 с.

² Ермасов С.В. Страхование: Учебник для бакалавров / С.В. Ермасов, Н.Б. Ермасова. – 5 изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 791 с.

³ Уточнения Банка России особенностей взаимоотношений страховщиков с контрагентами, выполняющими функции страховых посредников. URL: <http://www.cbr.ru/press/event/?id=10918> (дата обращения: 20.10.2023).

⁴ Жабинец Ольга Иосифовна Кадровая безопасность в системе финансово-экономической безопасности страховых компаний // БИ. 2015. №5 (448). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kadrovaya-bezopasnost-v-sisteme-finansovo-ekonomicheskoy-bezopasnosti-strahovykh-kompaniy> (дата обращения: 20.10.2023).

⁵ Информационная безопасность страховых компаний. URL: <https://searchinform.ru/resheniya/otraslevye-resheniya/informatsionnaya-bezopasnost-strakhovykh-kompanij/>

ECONOMIC SECURITY OF INSURANCE SECTOR COMPANIES

© 2023 Tarasova Tatiana Mikhailovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: tarasova2004@inbox.ru

© 2023 Vasilyeva Darya Alexandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: dashaiiii02@mail.ru

© 2023 Timralieva Renata Zakaevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: r.timralieva@yandex.ru

Insurance organizations have a rather unique type of activity, which also has various risks of economic security. In this regard, the paper considers the classification of factors of influence on companies in this sector, as well as the main threats to activity.

Keywords: insurance company, economic security, factors, threats.

АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ ПОКАЗАТЕЛЯ СТРАХОВЫХ ВЫПЛАТ В РОССИИ

© 2023 Тарасова Татьяна Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tarasova2004@inbox.ru

© 2023 Колбина Анна Васильевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: colbina.anya@yandex.ru

© 2023 Докудовская Екатерина Олеговна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: colbina.anya@yandex.ru

В работе рассматривается понятие страхового рынка, элементом которого являются страховые выплаты и страховые премии. Определение страховых выплат дается исходя из их общих и отличительных характеристик в сравнении со страховыми премиями, также описывается разница между обязательным и добровольным страхованием как традиционными формами страхования. Анализируется динамика показателя страховых выплат в зависимости от их формы, отображается соотношение их удельного веса. Выявляются наиболее популярные статьи страховых выплат в 2022 году.

Ключевые слова: страхование, страховая премия, страховая выплата, платежеспособность, добровольное страхование, страхование жизни, убыточность.

Рынок страхования является неотъемлемой частью финансового рынка, с устойчивостью которого неразрывно связана общая макроэкономическая эффективность. Особое значение страховой рынок приобретает в условиях становления рыночной экономики в Российской Федерации, так как выступает одним из основополагающих драйверов ее развития благодаря осуществлению стабилизационной функции процесса общественного воспроизводства. В связи с этим исследование состояния рынка страхования, его основополагающих элементов, их динамики и структуры является необходимым условием оценки финансового рынка в целом, выявления тенденций его преобразования.

Страховой рынок, прежде всего, представляет собой систему экономических отношений, в рамках которой объектом купли-продажи выступает страховая защита, спрос на которую формируется страхователем, а предложение – страховщиком. Современный страховой рынок представляет собой сложную интегрированную систему,

включающую в себя различные элементы, механизмы и инструменты их взаимодействия.

В рамках изучения страхового рынка особое внимание уделяется таким основополагающим элементам, как страховые премии и выплаты. Величина данных показателей характеризует платежеспособность страховой компании, позволяет оценить ее финансовую устойчивость и деловую активность. Их соотношение во многом определяет ситуацию на рынке страхования, позволяет выявить основные тенденции.

Под страховой премией понимается стоимостное выражение услуг страховщика, то есть плата за оказание услуг страхования, которую страхователь обязан внести страховой компании в виде периодических платежей. Неразрывная связь показателей страховых взносов и выплат обеспечивается, непосредственно, участием премиальных платежей в формировании фонда возмещения.

Благодаря этому данный показатель может использоваться для прогнозирования платежеспособности страховых компаний, так как его оценка позволяет соотнести приток средств от оказываемых услуг с возможными суммами покрытия. Однако рост страховых премий в стране не всегда может оцениваться, как положительный фактор. В этом случае большую роль играет уровень инфляции и социальной напряженности.

Страховыми выплатами называют сумму денежных средств, определяющую размер возмещения страховщиком страхователю при наступлении страхового случая. Согласно законодательству Российской Федерации, страховая выплата может быть осуществлена как в наличной, так и безналичной форме¹.

Помимо этого, страховые выплаты различаются в зависимости от формы страхования:

1. обязательное страхование;
2. добровольное страхование.

Важно понимать, что в данном случае компенсационная функция страховой выплаты остается неизменной, но существенно различаются основания заключения договора страхования. Для добровольного страхования необходимо лишь желание физического или юридического лица, в то время как обязательное базируется на вменении обязанности страхователю государством.

В рамках данной работы более детальному анализу подвергается показатель страховых выплат в современных условиях. Актуальность его оценки объясняется функционированием страховых компаний в условиях неустойчивого финансового развития, сопровождающегося внешнеполитической нестабильностью. В связи с этим анализ изменений данного показателя становится более актуальным, так как позволяет отслеживать основную графу их расходов, влияющих на общую прибыльность на рынке страхования.

Изменение уровня страховых выплат в России в зависимости от формы страхования с 2020 г. по 2022 г. представлено ниже (см. таблицу).

Из таблицы видно, что увеличение суммы страховых выплат происходит ежегодно, в среднем это значение составляет около 16% в год. В абсолютном выражении показатель возрастает более, чем на 231 млн. руб. (или 35%) за анализируемый период. Такое увеличение может свидетельствовать о возрастающем риске убыточности

страхового бизнеса, несмотря на рост премий. Такая тенденция свидетельствует о необходимости совершенствования процессов контроля убыточности.

Динамика показателя страховых выплат в России за 2020-2022 гг.*

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Отклонение 2022/2020	
	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Относительное отклонение, %
Страховые выплаты по всем формам страхования	664717,4	804933,9	896450,1	231732,7	134,9%
Страховые выплаты по договорам добровольного страхования	507615,9	635876,1	733488,6	225872,7	144,5%
Страховые выплаты по договорам обязательного страхования	157101,5	169057,8	162961,5	5860	103,7%

* Составлено автором на основе: Обзор деятельности страховщиков (по результатам федерального статистического наблюдения по форме № 1-СК «Сведения о деятельности страховщика») за 2020-2022 гг.

Вано отметить, что обозначенный выше рост сопровождается преимущественно увеличением страховых выплат по договорам добровольного страхования, он обуславливает около 97% общего абсолютного отклонения, что говорит о постоянно растущем спросе у граждан и организаций на получение страховых услуг. Это может быть объяснено функционированием экономических агентов в условиях высокой неопределенности, характеризующихся внешнеэкономической и внутригосударственной нестабильностью. При этом важно отметить, что увеличение страховых выплат не связано с ростом числа страховщиков, так как в 2022 г. было отмечено их снижение: с 170 до 162 организаций.

Наиболее незначительным представляется рост страховых выплат по обязательным договорам, к концу 2022 г. он составляет около 4%, при этом фиксируется снижение показателя по сравнению с 2021 г. Наибольшее превышение выплат по договорам добровольного страхования фиксируется в 2022г., соотношение показателей составляет 4,5².

Оценка удельного веса показателей добровольного и обязательного страхования подтверждает обозначенные выше положения, в графической форме она представлена на рисунке.

Исходя из рисунка, можно сделать вывод о том, что наибольшее значение страховых выплат по договорам обязательного страхования достигается в 2020 г. Это может быть связано с ростом страховых выплат в 2020 г. по обязательному медицинскому страхованию. Важно отметить, что данный вид страхования вне зависимости от его

формы является одним из лидирующим. По данным органов государственной статистики, в 2022 г. выделяются 3 наиболее популярных вида получения страховых выплат:

1. страхование жизни (39,3%);
2. имущественное страхование (17,9%);
3. медицинское страхование (17,5%)³.

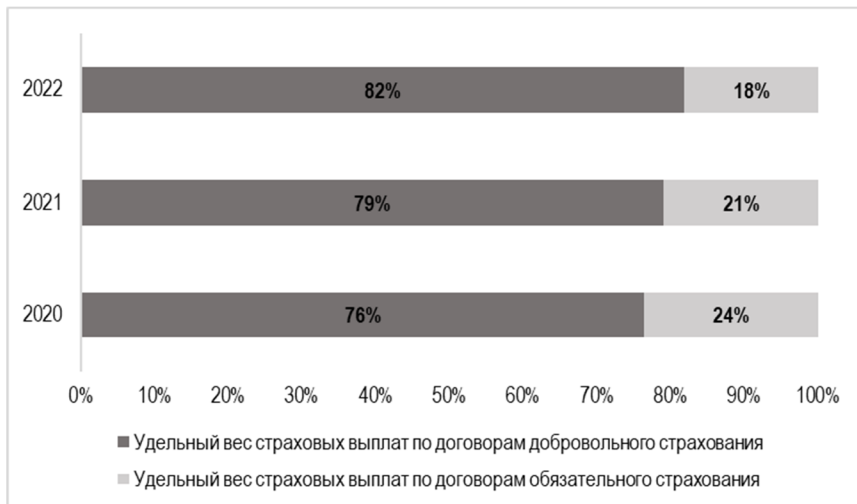


Рис. Соотношение удельного веса страховых выплат в зависимости от формы страхования*

* Обзор деятельности страховщиков (по результатам федерального статистического наблюдения по форме № 1-СК «Сведения о деятельности страховщика») за 2020-2022 гг.

Наименьшей величиной выплат обладают следующие направления: личное страхование, страхование предпринимательских рисков, а также страхование гражданской ответственности.

Таким образом, можно сделать вывод, что показатель страховых выплат ежегодно возрастает, хоть и не превышает 50% от величины страховых премий. Также важно отметить, что наибольшим удельным весом обладает форма добровольного страхования, увеличиваясь за 3 года на 44,5%. Величина страховых выплат изменяется не только в зависимости от формы страхования, но и от его объекта, наиболее часто страховые выплаты осуществляются по договорам страхования жизни, помимо этого, стоит учесть и влияние пандемии коронавирусной инфекции, стимулирующей рост выплат по ДМС. Это свидетельствует о необходимости регулярного контроля и поддержания платежеспособности страховых организаций в связи с повышенной нагрузкой по возмещению страхователям.

* * * *

¹ Федеральный закон от 27.07.2010 N 225-ФЗ (ред. от 29.12.2022) "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2023)

² Обзор деятельности страховщиков в 2022 году (По результатам федерального статистического наблюдения по форме № 1-СК «Сведения о деятельности страховщика». Без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям). 2022. 31 с.

³ Страховщики фиксируют рост убыточности ДМС // Ведомости URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2022/10/27/947559-strahovschiki-fiksiryut-rost-ubitochnosti-dms> (дата обращения: 25.10.2023).

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF INSURANCE PAYMENT INDICATOR IN RUSSIA

© 2023 Tarasova Tatyana Mikhailovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: tarasova2004@inbox.ru

© 2023 Kolbina Anna Vasilevna

Student
Samara State University of Economics
E-mail: colbina.anya@yandex.ru

© 2023 Dokudovskaya Ekaterina Olegovna

Student
Samara State University of Economics
E-mail: colbina.anya@yandex.ru

This paper examines the concept of the insurance market, an element of which is insurance payments and insurance premiums. The definition of insurance payments is given based on their general and distinctive characteristics in comparison with insurance premiums, and the difference between compulsory and voluntary insurance, both traditional forms of insurance, is also described. The author analyzes the dynamics of the indicator of insurance payments depending on their form, and displays the ratio of their specific weight. The most popular items of insurance payments in 2022 are revealed.

Keywords: insurance, insurance premium, insurance payment, solvency, voluntary insurance, life insurance, unprofitability.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2023 Тарасова Татьяна Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tarasova2004@inbox.ru

© 2023 Сердюк Дарина Михайловна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: serdyuk.darina@mail.ru

В статье рассматривается специфика деятельности российских НПЗ на фоне мировых экономических и иных факторов. Сопоставляется характеристика деятельности российских и европейских НПЗ с точки зрения экономической безопасности предприятий обозначенной отрасли. Разъясняется необходимость стабилизации экономических отношений для европейских НПЗ и причины благоприятных предпосылок для российских НПЗ.

Ключевые слова: экономическая безопасность, нефтеперерабатывающий завод, нефтепродукт, поставка нефти, ограничительные меры.

Согласно оценке Института развития технологий топливно-энергетического комплекса (ИРТТЭК), география экономического положения нефтеперерабатывающих заводов (НПЗ) в значительной степени неоднородна. В европейских странах, в частности, в Болгарии местные НПЗ испытывают сложности с поставками сырья, так как продолжительное время основным поставщиком нефти была и пока остается Российская Федерация (РФ). В качестве альтернативного решения Болгария рассматривает сырье из Казахстана, однако существуют другие ограничительные факторы, которые до сих пор вызывают сложности с реализацией предписаний Европейского Союза, являющиеся для Болгарии обязательными. В тоже время в РФ наблюдается иная ситуация, а именно летом-осенью 2023 года многие российские НПЗ приостанавливали свою деятельность в связи с ремонтными работами. Данные ремонтные работы для российских НПЗ являются плановыми, что для экономической безопасности соответствующих предприятий означает не существенный ущерб¹.

Актуальность настоящей статьи определена мировой ситуацией в отношении транспортировки нефти и ее переработки как российскими НПЗ, так и европейскими заводами. Целью статьи является выявление факторов экономической безопасности в отношении российских и европейских НПЗ.

Относительная экономическая безопасность для российских НПЗ, по состоянию на сентябрь 2023 года, подтверждается также повышенным спросом на дизельное топливо в мире и другие нефтепродукты. Кроме того, наблюдающаяся длительное время повышенная маржа на нефтепродукты позволяет российским НПЗ ограничивать объ-

емы переработки сырья и производить сезонные технические работы в необходимом интервальном периоде. Однако экономическая безопасность европейских НПЗ в настоящее время перешла от стадии рисков к стадии вызовов и имеет тенденции к переходу к опасной фазе².

Следует отметить, что под экономической безопасностью подразумевается создание условий с целью обеспечения устойчивого развития предприятия, отрасли или национальной экономики, которые позволяют стабилизировать доходы и выполнять все финансовые обязательства. Различают четыре стадии экономической безопасности, в соответствии с которыми осуществляется оценка текущей экономической ситуации. К первой стадии относятся риски, которые вероятны для объекта, однако не обязательны и не существенны. Ко второй стадии относятся вызовы, которые означают, что имеются тенденции и предпосылки к дестабилизации экономической ситуации на предприятии, в отрасли или национальной экономике. Третья стадия означает, что имеющиеся предпосылки дестабилизации экономической ситуации трансформируются в факторы, приводящие к опасности для экономической безопасности объекта. Четвертая, наиболее чрезвычайная стадия, относится к угрозам, подразумевающим немедленное реагирование и принятие экстренных решений руководством предприятия или государства в целях отражения существенных факторов, дестабилизирующих экономическое благополучие.

Возвращаясь к НПЗ европейских стран, следует отметить, что они находятся на стадии вызовов и опасностей. Сложности с логистикой и достаточно высокая цена за баррель нефти существенно замедляют переговорный процесс, к примеру, с руководством Казахстана³. Ввиду имеющихся ограничений в отношении РФ, многие европейские страны стремятся договориться с небольшими нефтяными российскими компаниями в целях обеспечения «серых» схем поставки сырья из РФ. Данным вопросом в настоящее время усиленно занимается Министерство энергетики РФ (Минэнерго РФ), которое в сентябре 2023 года запросило у всех отраслевых компаний уточненную информацию относительно объемов производства и поставок сырья в другие страны. Таким образом, ведомство обеспечивает финансовую устойчивость российским НПЗ за счет ограничения объемов поставок на территорию других государств⁴.

Представляется возможным отметить, что в настоящее время для многих российских НПЗ наблюдается наиболее благоприятная экономическая ситуация, что позволяет в условиях повышенной маржи обеспечивать внутренний рынок дизельным топливом и бензином, а также удерживать ценообразование за литр бензина на внутреннем рынке. В целях усиления экономической безопасности для российских НПЗ и предприятий добывающей отрасли Минэнерго РФ планирует ввести лицензионную политику в отношении экспорта сырья, а также утвердить список компаний, которым разрешено поставлять нефть в другие страны. Несмотря на то, что для экономической безопасности нефтяных компаний, занимающихся реализацией нефти за рубеж, данные меры означают существенное снижение доходов на фоне оптимальной мировой ситуации в отношении стоимости барреля нефти. Для российских НПЗ данная мера означает предпосылки существенного укрепления экономической устойчивости предприятий⁵.

В настоящее время ведутся дискуссии относительно ограничения объемов добычи нефти по причине снижения объемов переработки сырья, вызванными ремонтными работами. Однако как для РФ, так и для российских НПЗ ограничение объемов добычи сырья не является фактором потенциального вызова или опасности в отношении экономической безопасности. Так как основным покупателем российской нефти является Индия, то у РФ и отдельно отрасли переработки нефти существует возможность перераспределения объемов сырья для дальнейшего применения в качестве нефтепродуктов.

Существуют иные факторы, которые отчасти провоцируются спецификой деятельности российских НПЗ. В частности, в августе 2023 года в субъектах РФ по неизвестным причинам распространился слух о дефиците топлива. Хотя по данным Росстата, в первой половине текущего года объем производства автомобильного топлива российскими НПЗ увеличился почти на 5 % по сравнению с аналогичным периодом в 2022 году. Непосредственно в июне 2023 года данный показатель был увеличен еще на 2 %. При этом экспорт нефтепродуктов в обозначенные периоды оставался в среднем стабильным⁶.

Риски для российских НПЗ состоят не в сбыте на внутреннем и внешнем рынках, а в неблагоприятных изменениях на автомобильном рынке. В частности, в РФ в 2023 году наблюдается заметный спад объема продаж автомобилей. Российский потребитель стал в три раза реже приобретать автомобиль⁷. Это означает, что если ситуация на автомобильном рынке не изменится, то объемы реализации нефтепродуктов в 2024-2025 годах на внутреннем рынке достигнуть своего пика. Данные предпосылки могут неизбежно привести к снижению стоимости литра бензина в случае, если российские НПЗ будут преследовать цель стабилизации объемов переработки сырья для поддержания добывающей отрасли. Если российские НПЗ выберут политику извлечения максимальной прибыли, то стоимость бензина на внутреннем рынке будет повышаться, однако данная ситуация представляется возможной на фоне послабления ограничительных мер в отношении РФ.

В настоящее время и в прогнозируемом будущем предпосылки к послаблению ограничительных мер в отношении РФ отсутствуют. Таким образом, вне зависимости от развития внутреннего топливного рынка российские НПЗ в обозримом будущем будут сохранять достаточно устойчивую экономическую безопасность, что потенциально отразится на всей инфраструктуре и смежных отраслях, которые затрагивает деятельность рассматриваемых заводов. В частности, остается устойчивой социальная и экономическая политика в отношении работников заводов отрасли и обслуживающих данные заводы предприятий. Имеются также предпосылки для сохранения устойчивых налоговых поступлений в Бюджет РФ.

Деятельность НПЗ во многом определяет экономическую устойчивость таких предприятий, как ПАО «Транснефть», которые специализируются на поставках сырья по трубопроводам⁸. Кроме того, экономическая устойчивость российских НПЗ благоприятно влияет на экономическую устойчивость транспортных компаний, в частности, специализирующихся на морских перевозках нефтепродуктов. Таким образом, Бюджет РФ гарантированно будет обеспечен налоговыми поступлениями от предприятий смежных отраслей и являющихся непосредственными налоговыми агентами.

На экономическую безопасность российских НПЗ также влияют дополнительные два фактора. Первый фактор относится к пожарам на некоторых иностранных НПЗ, которые имели место быть в 2023 году. Второй фактор, - базируется на рекордно минимальном запасе дизельного топлива в резервуарах всего мира. В частности, в странах северо-западной Европы запасы дизеля уже в настоящее время находятся на историческом минимуме. Данная ситуация была вызвана вынужденными простоями некоторых НПЗ, которые поставляли нефтепродукты в страны северо-западной Европы, а также коллективной договоренностью между РФ, Саудовской Аравией и другими странами-экспортерами, входящими в ОПЕК+⁹.

В приведенной таблице показана география основных поставщиков в европейские НПЗ в 2023 году.

**Основные поставки нефти странами-экспортерами в европейские НПЗ
с января по сентябрь 2023 года***

Объем поставок, %							
РФ	США	Норвегия	Саудовская Аравия	Казахстан	Ливия	Великобритания	Нигерия
5	13	11	11	8	6	6	5

* Составлено автором на основе показателей, опубликованных в издании «Ведомости» от 05.09.2023 года.

Данные таблицы наглядно показывают, что РФ не относится к основным поставщикам сырья в европейские НПЗ. Однако обозначенная ситуация для РФ не является драматичной, так как основной экспортный потенциал страна реализует на азиатском направлении. Кроме того, РФ выступает одним из крупнейших участников добывающей отрасли в других государствах, к примеру, в Нигерии. Таким образом, действительное участие в поставках нефти со стороны РФ варьируется не в пределах 5 % от общего объема, а как минимум – 10 %.

Поставки нефти в европейские НПЗ из США и Казахстана указывают на повышенные расходы поставки сырья по трубопроводам и посредством морских перевозок. Частично РФ также участвует в данном транзите сырья, так как имеет достаточно разветвленную трубопроводную сеть. Поставки Саудовской Аравии в европейские НПЗ осуществляются с учетом договоренностей с РФ в рамках ОПЕК+. Таким образом, в глобальном отношении РФ не испытывает существенных потерь, что также обеспечивает производственные мощности российским НПЗ за счет корректного перераспределения сырья добываемого сырья.

В отношении экономической безопасности российских НПЗ перераспределение сбыта добываемого сырья носит не существенный характер ввиду того, что поставки нефти по российским трубопроводам не означают перегруженность объемов сырья. В настоящее время российские трубопроводы не перегружены транспортируемым сырьем не по причине существенного влияния ограничительных мер, а по причине не задействованных максимальных возможностей транспортировки нефти по имеющимся трубопроводам.

Таким образом, основная нагрузка за перераспределение нефтепродуктов российских НПЗ лежит преимущественно на транспортных компаниях, что позволяет рассматриваемым заводам осуществлять непрерывную производственную деятельность в условиях меняющейся мировой экономики. В тоже время следует учитывать чрезвычайную важность обеспечения безопасности объектов, как со стороны государства, так и усилиями непосредственно заводов. Специфика внешней ситуации определяет необходимость и целесообразность усиления мер для охраны инфраструктуры всех российских НПЗ.

В заключение следует отметить, что в настоящее время экономическая безопасность российских НПЗ достаточно устойчива и обладает всеми благоприятными факторами для обеспечения искомой устойчивости в прогнозируемом будущем. Европейские НПЗ с точки зрения экономической безопасности переживают непростые времена и находятся на стадии между вызовами и опасностью. Одним из наиболее вероятных путей урегулирования экономической безопасности европейских НПЗ является смягчение ограничительных мер в отношении РФ и нормализация экономических отношений с российскими НПЗ, добывающими компаниями, а также организациями, осуществляющие посреднические услуги. Несмотря на наличие других стран-поставщиков сырья, поиски альтернативных источников для обеспечения деятельности европейских НПЗ сопряжены с высокими расходами на транспортировку нефти. Сотрудничество с РФ для стран Европы во многом смягчает финансовую нагрузку бюджетов государств и обеспечивает экономическую безопасность искомого уровня для всех предприятий, связанных с переработкой и перераспределением нефти и нефтепродуктов.

* * * * *

¹ В Европе не могут договориться о запрете российских энергоносителей. URL: https://irttek.org/articles/v-evrope-ne-mogut-dogovoritsya-o-zaprete-rossiyskikh-energonositeley.html?sphrase_id=2769

² В Минэнерго ожидают, что НПЗ скоро выйдут из ремонтов. URL: <https://www.gazeta.ru/business/news/2023/09/11/21259622.shtml?ysclid=lofxfvn0lb486993706>

³ Болгария запретит поставки российской нефти на местный НПЗ ЛУКОЙЛа. URL: <https://www.rbc.ru/politics/28/09/2023/651566319a79474db1d9b5be?ysclid=lo1g13bopm410172432>

⁴ На экспортеров собирают цифры. URL: <https://www.kommersant.ru/6196898?ysclid=olgzaxhi2892989009>

⁵ Стенников В.А. (2023) Устойчивое развитие энергетики: тенденции и вызовы // Энергетическая политика. № 2 (180). С. 32-39.

⁶ Бензин как будто испарился. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6173327?ysclid=lo1gagq0vi993180728>

⁷ Михайленко Д.И. (2023) Статистика и аналитика автомобильного рынка в России // Вестник науки. Т. 1. № 6 (63). С. 189-195.

⁸ Заменин Н.А., Абржина Л.Л. (2023) Экологическая безопасность на предприятиях нефтегазовой отрасли // Система управления экологической безопасностью. Екатеринбург. С. 163-169.

⁹ Reuters сообщил о падении прибыли европейских НПЗ из-за российской нефти. URL: <https://www.rbc.ru/economics/25/04/2023/64477bc89a79474f39509144?ysclid=lo1gj108au164333847>

ECONOMIC SECURITY OF OIL REFINING INDUSTRY ENTERPRISES

© 2023 **Tarasova Tatyana Mikhailovna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: tarasova2004@inbox.ru

© 2023 **Serdyuk Darina Mikhailovna**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: serdyuk.darina@mail.ru

The article discusses the specifics of the activities of Russian refineries against the background of global economic and other factors. The characteristics of the activities of Russian and European refineries from the point of view of the economic security of enterprises of the designated industry are compared. It explains the need to stabilize economic relations for European refineries and the reasons for favorable prerequisites for Russian refineries.

Keywords: economic security, oil refinery, petroleum product, oil supply, restrictive measures.

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В РАМКАХ АРХИТЕКТУРНОГО И ПРОЕКТНОГО ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ БИЗНЕСОМ

© 2023 Татаровский Юрий Алексеевич

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tatarovsky.yury@yandex.ru

Развитие бизнеса сопровождается появлением новых подходов к управлению и организации текущей деятельности. Цифровизация всех сфер бизнеса несет как возможности, так и дополнительные угрозы. Особенно явно риски проявляются в тот момент, когда происходит потеря внимания к фундаментальным основам менеджмента, в частности к анализу.

Ключевые слова: экономический анализ, архитектура предприятия, проектное управление, управление стейкхолдерами.

Современная бизнес-среда сформировала ряд подходов, существенно отличающихся по своей сути от традиционного взгляда на функционирование предприятия. Так, в научной и практической среде набирает большую популярность проектный подход к ведению бизнеса.

Безусловно, управление предприятием (бизнесом) как набором проектов имеет ряд существенных преимуществ:

1. Сложились отрасли, в которых невозможны иные подходы к управлению, кроме как проектное;

2. Возможность концентрации на специфических аспектах проекта, тем самым повышая качество его реализации, отлаживая бизнес-процессы, увеличивая его эффективность;

3. Проектное управление позволяет повысить мотивированность персонала, исключая, так называемую «иллюзию альпиниста».

4. Уже сформирован достаточный методический аппарат проектного управления, опубликованы руководства и своды правил (в частности, РМВОК)¹.

В части аналитического обеспечения проектное управление предполагает разработку индивидуальных ключевых показателей эффективности (КП) для каждого проекта. С одной стороны, это способствует лучшей концентрации на необходимых целях проекта, упрощает анализ и контроль. С другой стороны, при разработке индивидуальных КП для каждого проекта, у бизнеса возникает риск невозможности составления консолидированной отчетности.

Необходимо сразу прояснить, что под консолидированной отчетностью бизнеса, применяющего проектный подход к своей деятельности, понимается не только его бухгалтерская (финансовая) отчетность, составление которой не вызывает проблем. В данном случае, проблему представляет составление консолидированной отчетности (как управленческой, так и для широкого круга внешних стейкхолдеров бизнеса), так как зачастую проектные КП не обладают преемственностью и сопоставимостью. Что су-

щественно ухудшает качество аналитической работы, а, следовательно, управления предприятием в целом. Также, неудовлетворение информационных требований стейкхолдеров способно оказать прямое негативное финансовое влияние на бизнес: повышенные ставки привлечения средств от кредиторов, снижение инвестиционной привлекательности, ухудшение рейтинговой оценки бизнеса и др².

В этой связи логичным предположением может являться разработка подходов к составлению KPI отдельного проектного, с учетом показателей, необходимых для достижения целей бизнеса. Это возможно достичь путем:

1. Каскадирования основных показателей бизнеса в KPI проекта. Логическая схема представлена на рис. 1.

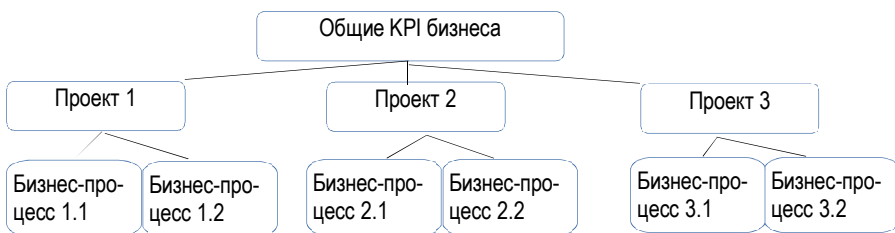


Рис. 1. Схематичное представление каскадирования общих KPI бизнеса в KPI проектов

2. Разделение KPI проекта на два блока: индивидуальные и общие. Так, индивидуальные показатели эффективности проекта могут использоваться в детализированной оценке специфических сторон бизнеса, а общие показатели – важны для составления консолидированной отчетности. Логическая схема представлена на рис. 2.

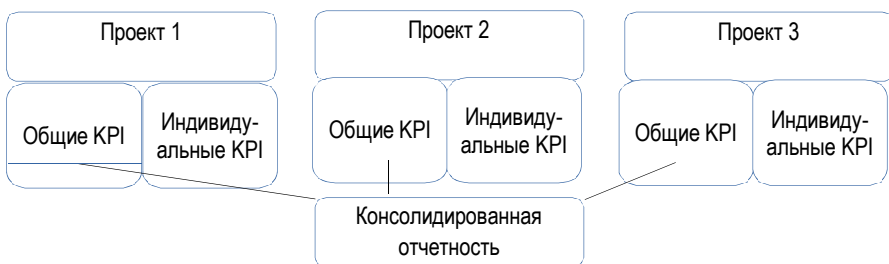


Рис. 2. Схематичное представление формирования консолидированной отчетности на основе общих KPI бизнеса в KPI проектов

Таким образом, представляется два возможных направления решения проблемы информационного обеспечения системы управления проекта. Каждый из представленных подходов обладает как преимуществами, так и недостатками, но также они допускают совместное использование друг друга.

На начальном этапе формируются стратегически важные KPI бизнеса. При этом необходимо не только разрабатывать финансовые критерии, но и добавлять иные важ-

ные (качественные) показатели, в частности, общеэкономические, социальные, экологические и др. В частности, возможно использовать подходы, заложенные в основу создания стратегических карт и системы сбалансированных показателей.

Далее, общие KPI бизнеса включаются путем каскадирования в каждый проект и бизнес-процесс, составляющий соответствующий проект. Таким образом, достигается установка взаимосвязей между целями и задачами стратегического и тактического (операционного) уровней.

По мере реализации проектов и сбора (фиксации) информации, общие показатели эффективности входят в состав консолидированной отчетности, которая становится информационной основой для анализа и дальнейшего принятия управленческих решений как внутренними пользователями, так и внешними стейкхолдерами.

Также определенную популярность в научной и практической среде как объект исследования и управления сегодня имеет архитектура предприятия, которая складывается на стыке информационно-технической и организационной сред бизнеса. К сожалению, большинство учебного и научного материала по архитектуре предприятия делает ключевой упор на техническую составляющую, хотя рассмотрение архитектуры предприятия как объекта анализа и управления имеет, кажется, достаточно перспективным направлением³.

Архитектуру предприятия возможно рассматривать как упорядоченность бизнес-процессов, функций и ролей в рамках операционной деятельности бизнеса. Согласно архитектурному подходу, архитектура бизнеса формируется высшим менеджментом для достижения следующих целей⁴:

1. Внутренние:

- обеспечение эффективного управления предприятием;
- сокращение издержек и затрат;
- устранение дублирующих (лишних) функций;
- устранение негативных последствий бюрократизации и разумное разграничение зон ответственности.

2. Внешние:

- адаптация предприятия и ее деятельности под потребности клиентов и иных ключевых стейкхолдеров;
- нивелирование негативного воздействия внешних факторов и рисков бизнеса;
- соответствие законодательству и нормам ведения бизнеса (региональные, страновые, мировые и т. п.).

Таким образом архитектура предприятия представляет из себя такой порядок организации деятельности, который гармонизирует внутренние и внешние факторы на операционном и тактическом уровнях, тем самым создавая стратегические конкурентные преимущества бизнеса.

Отсюда следует, что несмотря на разработанные стандарты и правила как проектного управления, так и составления архитектуры предприятия, созданные и регулярно обновляемые программные продукты управление данными процессами требует существенного информационно-аналитического обеспечения, выходящего за рамки бухгалтерского и управленческого учета.

Более того, создаваемое как в рамках проектного, так и архитектурного подхода информационно-аналитическое обеспечение должно быть ориентированно на субъективные составляющие (индивидуальную специфику) каждого бизнеса. В то же время, данная информация должна быть аналитична, своевременна и обладать свойством хронологической сопоставимости для получения адекватных и релевантных результатов анализа, что в свою очередь, является основой эффективного управления бизнесом.

* * * *

¹ Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK) – Четвертое издание. Project management institute – 2008.

² Татаровская, Т. Е. Информационное обеспечение конкурентного анализа коммерческой организации / Т. Е. Татаровская, Ю. А. Татаровский // Сибирская финансовая школа. – 2016. – № 6(119). – С. 51-57. – EDN XISKEV.

³ Архитектура бизнеса как объект экономического анализа и новое направление управленческого консалтинга / Ю. А. Татаровский, Ю. П. Грабоздин, Е. Г. Гуреева [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 2(139). – С. 754-757. – DOI 10.34925/EIP.2022.139.2.143. – EDN LLYROQ.

⁴ Архитектура предприятия: учебник / Н.П. Любушин, В.Ю. Карпычев, Н.Э. Бабичева ; под общ. ред. Д.А. Ендовицкого. – Москва : КНОРУС, 2018 – 354 с.

ANALYTICAL SUPPORT WITHIN THE FRAMEWORK OF ARCHITECTURAL AND PROJECT APPROACHES TO BUSINESS MANAGEMENT

© 2023 Tatarovsky Yury Alekseevich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: tatarovsky.yury@yandex.ru

Business development is accompanied by the emergence of new approaches to management and organization of current activities. Digitalization of all business areas brings both opportunities and additional threats. Risks are especially evident at the moment when there is a loss of attention to the fundamentals of management, in particular to analysis.

Keywords: economic analysis, enterprise architecture, project management, stakeholder management.

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ НА ЭФФЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2023 Трофимова Татьяна Вячеславовна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: tani1632005@gmail.com

© 2023 Никитина Наталья Владиславовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nikitina_nv@mail.ru

Повышение ключевой ставки (ставки рефинансирования) является одной из самых актуальных тем в мире экономики. В статье обозначены основные аспекты влияния изменения ключевой ставки на эффективное развитие отечественного бизнеса, а также рассмотрены способы нейтрализации негативного эффекта данного изменения.

Ключевые слова: ключевая ставка, ставка рефинансирования, денежно-кредитная политика, монетарная политика, экономический рост, национальная экономика, предприятия.

На современном этапе отечественная экономика претерпевает множество изменений, явившиеся следствием ее адаптации к различным санкциям и другим ограничениям, введенным международным сообществом в отношении Российской Федерации. В современных условиях с учетом быстро меняющейся ситуации в стране и мире государству приходится оказывать воздействие на развитие национальной экономики, что относится, в том числе, и к денежно-кредитной (монетарной) политике РФ. Современная денежно-кредитная (монетарная) политика РФ должна отвечать глобальным вызовам, что, в свою очередь, требует повышения эффективности ее методов и рычагов воздействия, одним из которых является регулирование ставки рефинансирования. Ставка рефинансирования представляет собой размер процентной ставки, устанавливаемой Центральным Банком РФ. От ключевой ставки (ставки рефинансирования) зависят ставки по кредитам и депозитам в коммерческих банках, услугами которых непосредственно пользуются отечественные предприятия (организации). Ключевая ставка как неотъемлемый инструмент воздействия монетарной политики оказывает колоссальное значение на национальную экономику и ее субъектов, значительную часть которых являются предприятия.¹

В целом основное значение регулирования ключевой ставки заключается в необходимости сдерживать рост цен и скачки темпов инфляции. Ее изменения в сторону повышения сокращают возможность кредитных организаций, в частности коммерческих банков, на получение кредитных средств (то есть, в последующем, ресурсов) и, как следствие, уменьшают предложение на финансовом рынке, включая и предоставление более дешевых кредитов для бизнеса. В такой ситуации, как правило, население

откладывает потребление, что снижает совокупный спрос на рынке товаров и услуг и негативно отражается на результате деятельности предприятия, целью которого является максимизация прибыли. Следовательно, повышение ставки рефинансирования не только ведет к снижению темпов инфляции, но и одновременно замедляет экономический рост. Кроме того, повышение ставки рефинансирования отрицательно отражается на расчете пеней по налогам, коммунальным услугам и компенсациям за задержку зарплаты персонала.

Снижение ставки рефинансирования (ключевой ставки) положительно влияет на доступность кредитов Центрального Банка РФ для коммерческих банков и кредитных организаций. Таким образом, становятся более выгодными и кредиты для сектора бизнеса. Это положительно сказывается на динамике экономического роста, так как организации получают широкий доступ к дешевым деньгам, что позволяет расширять объем производства, наращивать производительные силы и, соответственно, повышать эффективность деятельности предприятия. Среди отрицательных последствий снижения ключевой ставки, можно выделить удешевление национальной валюты, соответственно невыгодное организациям, которые приобретают сырье или комплектующие для производства товаров и услуг за рубежом. Снижение курса национальной валюты ведет к росту цен на импортные товары, повышая риск увеличения темпов инфляции².

По решению Центрального Банка РФ (Банка России), вынесенному 27 октября 2023 года, ставка рефинансирования была увеличена на 2 п. п., ее величина составила 15% годовых.³ Последующие меры по изменению ставки рефинансирования ЦБ РФ будут принимать с учетом фактической и ожидаемой динамики темпов инфляции относительно главной цели- развития экономики, а также оценивая риски со стороны внутренних и внешних условий.⁴ Динамика изменения ключевой ставки за период 2013- 2023 гг. представлены на рисунке.

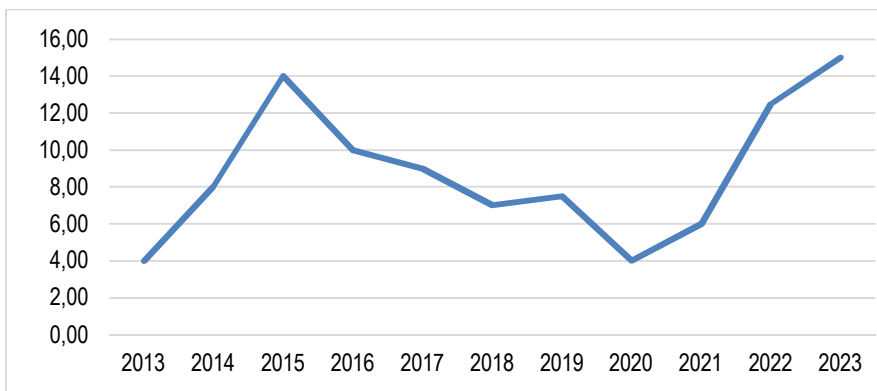


Рис. Изменение ключевой ставки, %

* Составлено автором на основе Ключевая ставка Банка России | Банк России. – Текст: электронный //: [сайт]. – URL: https://cbr.ru/hd_base/KeyRate.

Данное событие вызвало беспокойство у предпринимателей, так как повышение ключевой ставки неуклонно ведет к удорожанию кредитов. Банковские кредиты представляют собой один из основных источников внешнего финансирования предприятия.

Такая ситуация мотивирует предприятия привлекать альтернативные источники финансирования. Например, оценив свои внутренние резервы, организация может рассмотреть сотрудничество с другими компаниями, таким образом, снизив долговую нагрузку и зависимость от банковских ссуд. Чтобы минимизировать замедление производства и падение объема продаж, предприятия так же могут привлекать инвесторов. В случае снижения ключевой ставки предприятию стоит заняться рефинансированием кредитов с высокой процентной ставкой, то есть снизить кредитную нагрузку по ранее взятым займам. Представленные способы могут помочь предприятию нейтрализовать возможный ущерб, который может быть нанесен изменением ставки рефинансирования.

Исходя из перечисленных факторов, можно сделать вывод, что регулирование ключевой ставки воздействует непосредственно не только на показатели национальной экономики, но и на эффективность развития российских предприятий. Независимо от изменения величины ставки рефинансирования в большую или, наоборот, меньшую сторону, предприятия должны уметь адаптироваться под данные условия, чтобы избежать кризисной ситуации и ее последствий и стимулировать увеличение объема производства и процветание бизнеса.

* * * *

¹ Зиниша О.С., Брус В. В. Роль ключевой ставки в денежно-кредитной политике Центрального Банка – / ЭКОНОМИКА И СОЦИУМ. – 2017.

² Кузнецов, А. В. К вопросу о роли ключевой ставки Банка России в денежно-кредитной политике / А. В. Кузнецов. –/ Молодой ученый. – 2020. – № 40 (330). – С. 131-133. – URL: <https://moluch.ru/archive/330/73898/>

³ ЦБ повысил ключевую ставку до 15%. Что будет с вкладами и кредитами – РБК. – Текст: электронный//РБК:[сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/finances/27/10/2023/653bc0709a79475584163b92>

⁴ Банк России поднял ключевую ставку до 15% 27.10.2023 | Банки.Ру. – Текст: электронный // Банки.Ру: [сайт]. – URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10994378>

⁵ Ключевая ставка Банка России как инструмент регулирования банковской ликвидности: проблемы и возможности в условиях режима инфляционного таргетирования / С. Е. Дубова, А. В. Егунова, В. В. Шергин. –/ Экономика и бизнес. – 2017

THE IMPACT OF CHANGES IN THE KEY RATE ON THE EFFECTIVE DEVELOPMENT OF RUSSIAN ENTERPRISES

© 2023 Trofimova Tatiana Vyacheslavovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: tani1632005@gmail.com

© 2023 Nikitina Natalia Vladislavovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: nikitina_nv@mail.ru

Raising the key rate (refinancing rate) is one of the most pressing topics in the world of economics. The article outlines the main aspects of the impact of a change in the key rate on the effective development of domestic business, and considers ways to neutralize the negative effect of this change.

Keywords: key rate, refinancing rate, monetary policy, economic growth, national economy, enterprises.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ПЕРИОД ДО И ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

© 2023 Усеинов Евгений Вадимович

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: useinov@mail.ru

© 2023 Пименова Елена Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: pimenova-elena@rambler.ru

В статье исследуются сущность рентабельности (прибыльности) предприятия, внешние и внутренние факторы, влияющие на ее уровень. Особое внимание уделено негативному воздействию пандемии COVID-19 на финансовые результаты работы предприятий мира (в том числе РФ).

Ключевые слова: рентабельность, прибыль, финансовые результаты, чистая прибыль (доход), факторы, пандемия, COVID-19.

Способность поддерживать выживание бизнеса – это его прибыльность, рентабельность. Нет такого бизнеса, который мог бы выжить в течение длительного времени, не получая прибыли. Эта прибыль распределяется между предпринимателями, сотрудниками и другими заинтересованными сторонами. Однако для большинства крупных промышленных предприятий России поддержание своей прибыли во время COVID-19 было сложной задачей. Каждый бизнес должен рассчитать или проанализировать прибыльность своей компании, чтобы отслеживать ее финансовые результаты.

Существуют различные способы измерения рентабельности предприятия, которые включают расчет, связанный с маржой чистой прибыли, маржой операционной прибыли, маржой валовой прибыли, доходом до вычета процентов и налогов, рентабельностью инвестиций и рентабельностью вложенного капитала. Исследование рентабельности помогает предприятию повысить оптимизировать возможности для бизнеса, понять финансовые возможности фирмы¹. Это может быть использовано как инструмент для дифференциации предприятий одного класса и помогает компании разрабатывать стратегию своего развития.

Чистый доход (чистая прибыль) сам по себе не может быть хорошим показателем прибыльности². Таким образом, необходимо также учитывать показатели, связанные с продажами, себестоимостью проданных товаров, задействованным капиталом, операционными расходами и т.д. В данной работе в качестве относительных показателей прибыльности будут задействованы рентабельность предприятия и рентабельность собственного капитала.

Рентабельность предприятия – это относительный финансовый результат работы предприятия, который характеризует, насколько эффективно использования промышленным предприятием своих экономических, природных, денежных и трудовых ресурсов. Если бизнес по итогам отчетного периода приносит прибыль, то его можно назвать рентабельным³. Факторы, влияющие на рентабельность предприятия, представлены на рис. 1.

1. Факторы внешней среды:

- экономическая ситуация в стране (регионе), инфляция, конкурентная борьба;
- климатические и географические особенности местоположения предприятия;
- соотношение предложений и спроса на определенный вид продукции или услуг;
- цены на сырье или продукты, необходимые для работы;
- налоговая и кредитная политика государственных и финансовых структур.

2. Факторы внутренней среды:

- уровень технической оснащенности, прогрессивность технологий;
- условия труда работников как главный атрибут производительности труда;
- объем производимой продукции;
- сумма затрат и уровень издержек производства;
- эффективность логистики и маркетинга организации;
- общая финансовая политика и методы управления компании.

Рис. 1. Факторы, влияющие на рентабельность производства⁴

COVID-19 оказал негативное влияние на мировую экономику, и на результаты работы российских предприятий в том числе. Крупнейшие экономики мира оказались не готовы к пандемии. Одна за другой страны весной 2020 года объявляли локдауны в целях остановки распространения коронавируса и замораживали работу целых отраслей, что обернулось падением их экономик. Особенно болезненный удар получили страны со значительным сектором услуг, а также высокой долей малого и среднего бизнеса (например, Испания или Италия, которые зарабатывают существенную часть своего ВВП за счет туризма). Мировая инфляция в 2020 году составила примерно 9,9%, что было выше уровня предшествующего периода на 3,5%. Потом карантины постепенно стали снимать, спрос на многие товары и услуги вернулся к докарантинному уровню, а где-то даже превышал его, поскольку люди старались компенсировать потерянные возможности для потребления. Промышленные предприятия и поставщики услуг не успевали за этим спросом, и цены начали расти. Однако помогло ли это компенсировать предприятий убытки, полученные по время пандемии?

Основная цель данного исследования: сравнительный анализ прибыльности (рентабельности) промышленного предприятия в России в период до и во время пандемии Covid-19 (в РФ это 2020-22 гг.). Необходимо подтвердить или опровергнуть следующие гипотезы:

Гипотеза 1:

Г₀: COVID-19 не оказывает существенного влияния на чистую прибыль отдельных предприятий;

Г₁: COVID-19 оказывает значительное влияние на чистую прибыль отдельных предприятий.

Гипотеза 2:

Г₀: COVID-19 не оказывает влияния на рентабельность отдельных предприятий;

Г₁: COVID-19 оказывает влияние на рентабельность отдельных предприятий.

Гипотеза 3:

Г₀: Нет существенной связи между COVID-19 и рентабельностью собственного капитала отдельных предприятий;

Г₁: Существует существенная взаимосвязь между COVID-19 и рентабельностью собственного капитала отдельных предприятий.

В качестве объекта исследования выбран ПАО «ОДК-Кузнецов» – российское машиностроительное предприятие авиационного и космического двигателестроения.

Динамика необходимых для рассмотрения трех гипотез показателей рентабельности ПАО «ОДК-Кузнецов» представлена в таблице.

Динамика показателей прибыльности ПАО «ОДК-Кузнецов» за 2018-2022 гг.

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
1. Чистая прибыль (убыток), тыс. р.	- 2797516	- 3844560	- 3013046	- 3744822	-2544356
2. Уровень рентабельности предприятия	-0,12521	-0,16652	-0,10475	-0,1142	-0,06112
3. Чистая рентабельность собственного капитала	-0,78546	-0,39844	-0,1487	-0,09915	-0,05609
	доковидный период		ковидный период		послековидный период

Анализ представленной динамики позволил сделать вывод о том, что из-за отрицательных значений чистой прибыли (за 2021 год чистый убыток стал еще более значительным) во все рассмотренные периоды все коэффициенты рентабельности также отрицательны (рис. 2). В ковидный 2020 год коэффициенты рентабельности незначительно, но возросли, а в 2021 год рентабельность предприятия опять снизилась, а вот рентабельность собственного капитала по-прежнему незначительно, но укрепляет свою динамику. В послековидном 2022 году ситуация немного стабилизировалась и чистый убыток сократился (на 57,18%). Отрицательные значения показателей рентабельности остались отрицательны, но они возросли практически наполовину. Таким образом, за 2022 год в целом наблюдается позитивная тенденция к укреплению эффективности деятельности предприятия. Для дальнейшего укрепления рентабельности производства ПАО «ОДК-Кузнецов» необходимо провести рациональную работу по организации ремонта и обслуживания оборудования и иных основных фондов, провести инвентаризацию и реализовать морально и физически устаревшее оборудование, ин-

стументы, инвентарь; уделить особое внимание внедрению на предприятии прогрессивной техники и технологии и за счет этого уменьшить долю ручного труда.

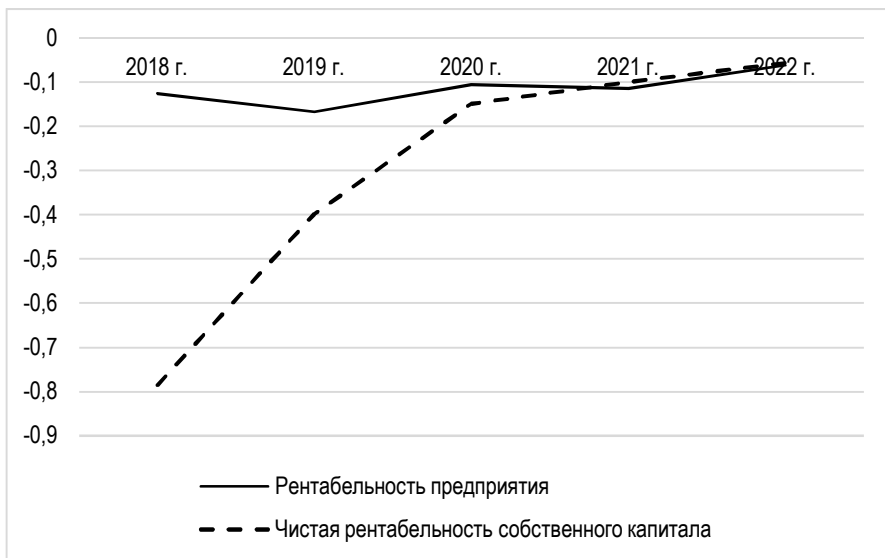


Рис. 2. Динамика коэффициентов рентабельности ПАО «ОДК-Кузнецов» за 2018-2022 гг.

Основываясь на примененных статистических инструментах и методах, можно прийти к следующим выводам:

1. Существует значительное влияние Covid-19 на чистую прибыль предприятия. Следовательно, отвергается нулевая гипотеза № 1.
2. Существует значительное влияние Covid-19 на рентабельность предприятия. Следовательно, отвергается нулевая гипотеза № 2.
3. Существует значительное влияние Covid-19 на рентабельность собственного капитала. Следовательно, отвергается нулевая гипотеза № 3.

Пандемия COVID-19 оказала огромное негативное влияние на экономику РФ. В связи с карантином многие организации временно закрывались, наблюдалось сокращение совокупного спроса и рост безработицы. Последствия коронавируса для российской экономики имеют долгосрочный характер. Но есть и позитивный момент: пандемия помогла российским предприятиям начать процесс цифровизации, что предельно важно и актуально в условиях Индустрии 4.0 и позволит повысить рентабельность работы отечественных компаний в долгосрочной перспективе.

* * * *

¹ Amirthalingam, Nishanthini & Balasundaram, Nimalathanan. (2013). Determinants of profitability: A case study of listed manufacturing companies in Sri Lanka. *Merit Research Journal of Art, Social Science and Humanities*, 1 (1), pages 001-006.

² Tulsian, Monica. (2014). Profitability Analysis (A comparative study of SAIL & TATA Steel). *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3 (2), pages 19 - 22.

³ Петрова, Л.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности [Текст] / Л.В. Петрова, Н.А. Игнатущенко, Т. П. Фролова. - М.: Издательство МГОУ, 2019. – 179 с.

⁴ Анализ финансовой отчетности [Текст]: Учебник / под ред. М.А. Вахрушиной, Н.С. Пласковой. – М.: Вузовский учебник, 2019. – 367 с.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE IN THE PERIOD BEFORE AND DURING COVID-19 PANDEMIC

© 2023 Useinov Evgeniy Vadimovich

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: useinovev@mail.ru

© 2023 Pimenova Elena Mikhailovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: pimenova-elena@rambler.ru

The article examines the essence of profitability (profitability) of the enterprise, external and internal factors affecting its level. Special attention is paid to the negative impact of the COVID-19 pandemic on the financial performance of enterprises around the world (including the Russian Federation).

Keywords: profitability, profit, financial results, net profit (income), factors, pandemic, COVID-19.

ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ПОНЯТИЯ «УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ» В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2023 Уханов Евгений Юрьевич*

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ukhanov@inbox.ru

В статье рассмотрены и проанализированы подходы к пониманию словосочетания «устойчивое развитие предприятия» в современных условиях. Дано авторское понятие, определены ключевые составляющие аспекты устойчивого развития предприятия.

Ключевые слова: устойчивое развитие предприятия, экономическая устойчивость, финансовая устойчивость, экологическая устойчивость, социальная устойчивость, корпоративное управление и этика.

Изучение научной литературы позволяет выявить несколько подходов к пониманию сущности понятия «управление устойчивым развитием предприятия». Некоторые, преимущественно отечественные, авторы фокусируются на финансовой и экономической составляющей этого понятия, отождествляя его с понятиями «финансовая устойчивость», «экономическая устойчивость». При этом следует отметить, что некоторые авторы уделяют внимание лишь некоторым аспектам экономической устойчивости: финансовым, производственным показателям, ее инвестиционной составляющей. Этот подход, по-нашему мнению, обусловлен тем, что, во-первых, в условиях экономической нестабильности¹ и непредсказуемости спроса на продукцию, цен на сырье и материалы российские компании фокусируют свое внимание на финансовых результатах деятельности предприятия², во-вторых, в России требования к обеспечению экологической безопасности производства существенно ниже, чем в европейских странах.

Рассматривая гносеологию понятия «устойчивое развитие», обратим внимание на то, что разные авторы уже не раз отмечали неточность русского перевода иноязычного выражения. Действительно, «устойчивое развитие» означает просто устойчивый, постоянный рост. В то же время в европейских языках выражения «sustainable development», «nachhaltige Entwicklung», «development durable» имеют более узкий смысл: это развитие «продолжающееся» (можно сказать, «самодостаточное»), т.е. такое, которое не противоречит дальнейшему существованию человечества и развитию его в прежнем направлении³.

Если обратить внимание на современные зарубежные труды, то явно выделяется второй подход к пониманию понятия «устойчивого развития» - это акцент на экологические и социальные аспекты развития предприятия.

* Научный руководитель – **Жабин Александр Петрович**, доктор экономических наук, профессор.

Неоднозначность понятия «устойчивое развитие» обуславливает появление более общих, «обтекаемых» определений, без конкретизации его составляющих. Так, например, Г.С. Мерзликина утверждает, что «понятие устойчивости фирмы (предприятия) рассматривается как состояние ее равновесия, которое предполагает ее адаптивность к изменениям, в первую очередь, внешней среды. В данном случае уместно отметить, что сама изменчивость внутренней среды фирмы – это реакция на воздействие внешней среды»⁴. М.А. Федотова считает, что «высшей формой устойчивости является устойчивость сопротивления. Это состояние равновесия предприятия, которое сохраняется, несмотря на влияние внешних и внутренних факторов, выводящих предприятие из равновесия»⁵.



Рис. Ключевые составляющие устойчивого развития предприятия в современных условиях

Д.Б. Лаврушин один из немногих утверждает, что устойчивость предприятия является сложным социально-экономическим понятием и предлагает не ограничиваться в ее характеристике только экономической устойчивостью, а рассматривать устойчивое развитие как «состояние деятельности предприятия, характеризующееся результирующим состоянием экономической и социальной устойчивости предприятия»⁶.

Мы согласны с последним автором, считаем, что «устойчивое развитие предприятия» - это многогранное понятие, состояние предприятия, характеризующееся стабильностью и/или стабильным улучшением показателей его экономической, финансо-

вой, инвестиционной деятельности, соответствием экологическим, социальным, правовым стандартам и требованиям.

Экономическая и финансовая устойчивость обеспечиваются за счет грамотного управления затратами, маркетинга продукции, позиционирования компании, обеспечения конкурентных преимуществ компании^{7,8,9}.

Таким образом, устойчивое развитие предприятия сочетает в себе экономические, экологические, социальные и этические факторы.

Крупнейшие успешные российские компании международного уровня успешно работают над обеспечением устойчивого развития своих предприятий. Следует выделить компании, как Газпром нефть, которая инвестирует в современные технологии для уменьшения выбросов парниковых газов, оптимизации энергопотребления и внедрения технологий переработки отходов. Также компания поддерживает социальные программы, направленные на образование, здравоохранение и социальную помощь. При этом в компании работают высококвалифицированные финансисты и экономисты, которые занимаются оптимизацией расходов предприятия, реализацией проектов по повышению эффективности развития бизнеса.

Среди финансового сектора следует выделить крупнейший российский банк – Сбербанк, который активно внедряет принципы устойчивого развития. Банк генерирует высокую доходность, обладает самыми большими активами в стране, при этом уделяя внимание внедрению новых технологий, реализации социальных программ.

Юнипро – одна из крупнейших энергетических компаний в России, которая активно инвестирует в возобновляемые источники энергии, меры по снижению выбросов парниковых газов, которые также положительно отражаются на финансовых результатах деятельности предприятия.

Таким образом, в литературе представлено несколько подходов к пониманию устойчивого развития предприятия. Считаем, что более грамотным подходом, учитывающим современные условия функционирования бизнеса является подход, основанный на комплексном понимании этого понятия, включающим экономическую, экологическую, социальную устойчивость, корпоративное управление и этику.

Также стоит отметить, что в век цифровизации для обеспечения устойчивого развития предприятия большое внимание должно уделяться внедрению современных цифровых технологий (искусственного интеллекта, больших данных, роботов и др.), способствующих автоматизации производства и управленческих процессов¹⁰.

* * * *

¹ Абузов, А. Ю. Прогноз развития фондового рынка РФ в 2022 году / А. Ю. Абузов // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2022. – № 1-1. – С. 228-230. – DOI 10.46554/ScienceXXI-2022.03-1.1-pp.228. – EDN GZISFX.

² Абузов, А. Ю. Проблемы и перспективы институционального регулирования рынка финансового капитала / А. Ю. Абузов // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 11(148). – С. 211-214. – DOI 10.34925/EIP.2022.148.11.038. – EDN ОТКНСС.

³ Кутюва А. С. Анализ подходов к определению понятия «Устойчивое развитие предприятия» // Промышленность: экономика, управление, технологии. 2012. №5 (44). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-podhodov-k-opredeleniyu-ponyatiya-ustoychivoe-razvitie-predpriyatiya> (дата обращения: 08.11.2023).

- ⁴ Мерзликина Г.С. Экономическая состоятельность производственных систем. М.: Высшая школа, 1997
- ⁵ Федотова М.А. Как оценить финансовую устойчивость предприятия // Финансы. 2000. № 5.
- ⁶ Лаврушин Д.Б. Управление устойчивым развитием предприятия (на примере предприятий машиностроения): дис. ... канд. экон. наук. Саратов: СГСЭУ, 1999.
- ⁷ Наугольнова, И. А. Факторы и инструменты снижения затрат на промышленных предприятиях / И. А. Наугольнова // Перспективы науки. – 2015. – № 8(71). – С. 123-127. – EDN UNFDEJ.
- ⁸ Измайлов, А. М. Подход к повышению конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Теория и практика общественного развития. 2015. № 12. С. 168-170.
- ⁹ Наугольнова, И. А. Менеджмент 4.0: эволюция и инновации в управлении организацией в цифровую эпоху / И. А. Наугольнова // Теория и практика общественного развития. – 2023. – № 6(182). – С. 220-226. – DOI 10.24158/tipor.2023.6.28. – EDN KESNPN.
- ¹⁰ Чудаева, А. А. Влияние цифровизации на деятельность производственных предприятий // Проблемы развития предприятий: теория и практика. – 2018. № 1. С. 270-276.

APPROACHES TO UNDERSTANDING THE CONCEPT OF "MANAGEMENT OF SUSTAINABLE ENTERPRISE DEVELOPMENT" IN MODERN CONDITIONS

© 2023 Ukhanov Evgeny Yurievich
Graduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: ukhanov@inbox.ru

The article discusses and analyzes approaches to understanding the phrase "sustainable enterprise development" in modern conditions. The author's concept is given, the key constituent aspects of the sustainable development of the enterprise are defined.

Keywords: sustainable enterprise development, economic sustainability, financial sustainability, environmental sustainability, social sustainability, corporate governance and ethics.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РОССИИ**© 2023 Фанян Алла Сергеевна***

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: fanyn2004alla@yandex.ru

© 2023 Колупаев Денис Сергеевич*

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Adv.dsk@gmail.com

В статье отмечается высокий уровень социально-экономического развития регионов России. Рассмотрены тенденции развития российских регионов, проблемы и перспективы. Анализ данных позволяет сделать прогноз, как будут прогрессировать регионы Российской Федерации. Основная роль при этом отводится государственной политике.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, инвестиция, инфраструктура, государство.

Социально-экономическое развитие регионов России является главным фактором для благополучия и процветания всех пунктов страны. Каждый регион РФ отличается по структуре экономики, от особенности климатических условий, от темпов прироста населения и другим факторам. На сегодняшний день Россия проходит через многие трудности социально-экономических развитий. Не все регионы РФ могут равномерно развиваться. Могут сталкиваться и трудности, которые помешают для развития новой уровни региона. Проблем много, а решение этой проблемы маловероятно найти и то это решение требует поддержки, повышение уровни и другие меры, которые могут содействовать устойчивому становлению этого региона. Также нужно улучшить доступ образования и здравоохранению во всех точках России. Это поможет улучшить способ существования населения и создать условия для эволюции человеческого капитала. Страны требуют особого внимания именно в науки и в открытиях новых перспектив. Это все зависит от политики государства, так как они могут финансировать эту поддержку и меры решения этой проблемы. Тенденции развития регионов:

- дифференциация развития. Дифференциация развития является одной из развивающихся отраслей для развития регионов. Некоторые регионы могут похвастаться экономическим и социальным ростом развития, как в это время отстают другие. Это зависит от доступа к ресурсам, инвестициям, от эффективности государственного управления и от поддержки государства.

* Научный руководитель – **Никитина Наталья Владиславовна**, кандидат экономических наук, доцент.

- развитие цифровой инфраструктуры. С развития цифровой инфраструктуры и интернета растет значение информационных технологий для развития регионов. При развитой индустрии могут сформироваться новые современные рабочие силы, что приводит к развитию.

- рост сектора услуг. В последние годы в России происходит рост сектора услуг. Это связано со снижением сельского хозяйства и увеличением доли сферы услуг. В связи с этим развитие туризма, торговли и коммерческих услуг становится более развитыми.

- развитие инфраструктуры. На данный момент инфраструктура выросла в 2 раза. Происходит внедрение строительство новых дорог (недавно открылись платные дороги), аэропортов и газопроводов, создавая новые рабочие места и повышая качество жизни населения.

- привлечение инвестиций. Регионы активно с каждым годом привлекают все больше иностранцев и инвестиций становятся так более благоприятными условиями для бизнеса. Это тоже так же способствует созданию новых мест (см. таблицу).

Топ-10 рейтингов развития социально-экономического положения по итогам за 2022 год*

Место	Регион	Интегральный рейтинг за 2022 год., баллы	Интегральный рейтинг за 2021 год., баллы	Место по итогам 2021 г.
1	Москва	78,689	79,787	1
2	Санкт -Петербург	86,102	86,005	2
3	Республика Татарстан	79,102	77,453	3
4	Ханты-Мансийский автономный округ-Югра	75,646	75,105	5
5	Московская область	75,678	77,455	4
6	Ямало-Ненецкий автономный округ	72,678	70,452	6
7	Свердловская область	67,347	68,489	8
8	Краснодарский край	67,582	67,127	10
9	Ленинградская область	63,974	63,874	9
10	Красноярский край	67,128	69,459	7

* Составлено автором на основе рейтинга социально-экономического положения регионов по итогам 2022г. <https://riarating.ru/infografika/20230515/630241787.html?ysclid=lokif2vpl9511014157>.

Результаты рейтинга показывают, что динамика социально - экономического развития изменилась. Лидерами 2021 года и 2022 года остаются также Москва, Санкт-Петербург и Республика Татарстан. Интегральный рейтинг этих регионов по 2021 году не превышают 75 баллов.

В Российских регионах существуют много проблем развития экономики и социальной сферы, которые оказывают плохое влияние на экономику страны и на жизнь населения. Проблемы включают в себя следующие:

Отсутствие инвестиций регионов. Многие регионы России испытывают трудности с инвестициями, так как нет интереса со стороны инвесторов.

- Устаревшая инфраструктура: есть регионы, которые страдают от неразвитой инфраструктуры. Например: дороги, железная дорога и т. д. Это приводит к ухудшению инвестиций и ограничивает развития бизнеса.

- Недостаточное развитие социальной сферы: В ряде регионов наблюдаются неразвитые школы, инфраструктуры, больницы. Это приводит к недостаточности развития к качественным образовательным услугам.

- Высокая безработица и низкая заработная плата: Многие регионы страдают от недостатков рабочих мест из - за этого много людей остаются безработными. Можно еще добавить о том, что заработная плата в регионе значительно меньше, чем в столицах РФ.

- Отсутствие диверсификации экономики: Во многих российских регионах экономика сосредоточена в основном на добыче и экспорте сырьевых ресурсов, таких как нефть и газ. Это и делает регионов более сильными и уязвимыми и создает проблемы с разнообразием экономики.

Перспективы социально - экономического развития регионов России могут быть разными и зависят от разных факторов, таких как уровни развития инфраструктуры, наличие природных ресурсов и экономическое положение.

Одним из ключевых факторов, влияющих на развитие регионов России, является развитие предпринимательства и доступность инвестиций. Регионы, которые имеют благоприятные условия для привлечения и развития бизнеса, обычно они и имеют большие шансы на социально - экономический рост.

Туризм является главным отраслей для развития регионов. России обладает высоким туристическим потенциалом, которое уже имеется в некоторых регионах России. Развитие в инновационной сфере является ключевым для развития России, так как имеет больше шансов на технологический прогресс и экономический рост.

Итак, социально-экономическое развитие регионов России неравномерное. Неравномерность связана наличием природных ресурсов и инфраструктурой. Некоторые регионы достигли высшего значения, а другие сталкивались с проблемами экономического отставания.

Социально-экономическое развитие регионов является важной задачей для улучшения жизни граждан.

* * * *

¹ Петросянц В.З, Дохолян С.В. Концептуальные основы стратегии регионального развития //Региональные проблемы преобразования экономики.- 2011. - № 3.- С.27.

² Попова А.А. Инвестиционный климат как фактор регионального развития : постановка проблемы и анализ взаимосвязей // Региональная наука: сб. научн.тр./М.:СОПС.-2007.-342 с.

³ Гаврилова М.В. Актуальные проблемы современной региональной экономики // Состояние и перспективы развития государства и общества в условиях модернизации.

⁴ Никитина, Н. В. Типы угроз системы информационной безопасности предприятия / Н. В. Никитина, А. В. Балановская, В. А. В. Кандидат // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 8(130). – С. 48-56. – EDN UXKFSD.

⁵ Crises and digital economy: The territorial aspect of the problem of networking of stakeholders in the food markets / N. V. Sirotkina, O. G. Stukalo, M. V. Filatova, N. V. Nikitina // Advances in Intelligent

SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS OF RUSSIA

© 2023 Fanyan Alla Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: fanyn2004alla@yandex.ru

© 2023 Kolupaev Denis Sergeevich

Graduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: Adv.dsk@gmail.com

The article notes the high level of socio-economic development of the regions of Russia. The trends in the development of Russian regions, problems and prospects are considered. Data analysis allows us to make a forecast of how the regions of the Russian Federation will progress. The main role in this is given to public policy.

Keywords: socio-economic development, investment, infrastructure, state.

ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ «МИР»

© 2023 Филиппова Анастасия Александровна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: 6052005@mail.ru

© 2023 Либина Мария Анатольевна

преподаватель

Самарский государственный экономический университет

E-mail: 6052005@mail.ru

Платежная система «МИР» является масштабным и инновационным проектом, имеющим потенциал и возможности стать важнейшей платежной системой в Российской Федерации. В данной статье анализируются инновации системы платежных карт «МИР».

Ключевые слова: банковская карта, платежная карта «МИР», национальная платежная система.

За достаточно короткий срок была создана платежная система «МИР», в которой расчеты по всем операциям с банковскими картами внутри страны, поступающим из международных платежных систем в РФ, осуществляются без перерыва 24 часа в сутки 365 дней в году, и достигнуто значительное положение на российском рынке.

Динамичное развитие российского рынка платежей, включая современные инновации, позволило России стать мировым лидером по росту безналичных платежей и войти в пятерку крупнейших платежных рынков мира¹.

В условиях пандемии, экономических санкций, политического давления, нестабильности и меняющихся экономических условий платежная система характеризуется устойчивым развитием национальной платежной системы и платежной инфраструктуры, включая реализацию "Стратегии развития национальной платежной системы на 2021-2023 годы", принятой Центральным банком РФ в 2021 году. В 2022 году количество платежных операций пользователей «МИР» увеличилось в 1,5 раза, а объем - в 1,6 раза по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

Под давлением санкций возросла значимость национальных способов оплаты. По состоянию на 1 января 2023 года доля платежных карт «МИР» составляет 41,2% от общего количества национальных карт, выпущенных в России. В 2022 году половина всех операций по национальным дебетовым картам была совершена с использованием карт «МИР». В 2022 году количество платежных операций достигло 29,4 млрд, а объем платежных операций - 52,9 трлн рублей, что в 1,5 раза больше количества платежных операций в 2021 году и в 1,6 раза больше по сравнению с предыдущим годом. Доля внутренних способов оплаты в общей стоимости операций по национальным картам в 2022 году составит 41,3% (25,7% в 2021 году).

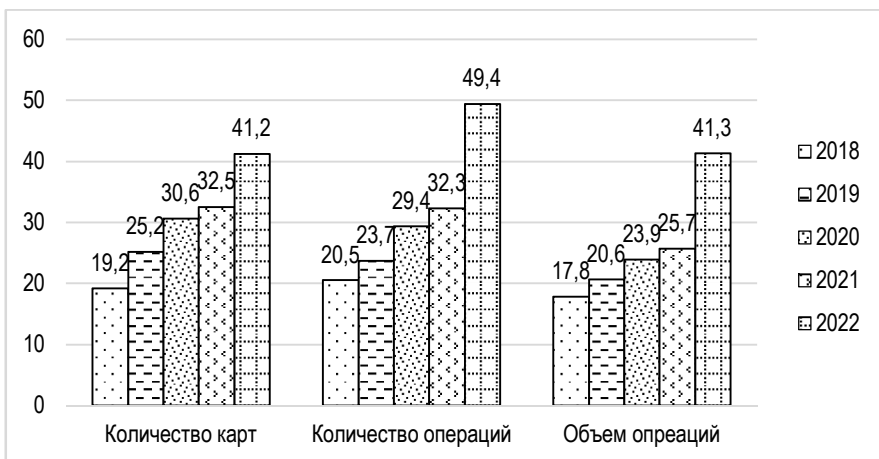


Рис. Доля карт «МИР» в общей эмиссии платежных карт и внутрироссийских операций с их использованием (по данным за IV квартал соответствующего года), %*

* Вестник Банка России № 47, 29 июня 2023. URL: <https://www.cbr.ru/Queries/Xsist-Block/File/144005/-1/2443>.

Успешно развиваются программы лояльности «МИР». Развитие карточных платежных продуктов и услуг базируется на современных инструментах и технологиях, обеспечивающих постоянную поддержку и безопасность держателей карт и пользователей услуг системы. Банки должны внедрить новый способ оплаты MirCard, при котором смартфоны генерируют QR-коды, до 2023 года, однако регулятор «МИР» дал отсрочку до конца апреля 2023 года². По оценкам экспертов, это потребует замены до двух миллионов терминалов в торговых точках.

Национальная система платежных карт потребовала от банков до конца апреля 2023 года обеспечить прием карт «МИР» к оплате с использованием QR-кодов, генерируемых смартфонами.

Согласно декабрьскому бюллетеню, банки и поставщики торговых услуг интегрируют решение к концу апреля 2023 года. По мнению экспертов, QR-технология позволяет осуществлять платежи по телефону и является долгожданным для россиян способом оплаты.

Технология QR не требует большого количества чипов и относительно дешева в реализации. НСПК не могут заставить розничную торговлю принимать QR-платежи, поэтому сроки внедрения QR-технологии в розничной торговле неясны.

К сожалению, большинство банкоматов в нашей стране, не оснащены считывателями QR-кодов и подлежат замене. Стоимость терминалов со считывателями составляет от 15 000 до 20 000 рублей, а с учетом того, что замене подлежат около 1 85 млн. терминалов, общая стоимость переустановки может составить десятки миллиардов рублей. Представитель банка сообщил, что пользователи смартфонов на базе Android могут оплачивать покупки с помощью Mirpay, только пользователи iOS не могут оплачивать покупки с помощью своих смартфонов.

Новый способ оплаты - это самоцель, независимо от интересов пользователей. Это результат борьбы между Mirpay и системами моментальных платежей. Когда платят потребители - банки, торговцы и отдельные пользователи, монополисты не могут или не хотят отдавать предпочтение своим продуктам. Без финансовой поддержки платежной системы затраты банков на внедрение платежной системы в случае дефицита поставщиков обычно достаточно большие.

За последние несколько лет в России произошел переход платежных карт к системе «МИР». В результате ожидается, что к концу 2023 года более 60% всех покупок будет совершаться с помощью карт «МИР». Это связано не только с отменой в России международной платежной системы, но и с активным развитием ее возможностей.

К концу 2022 года доля карточных платежей в международной платежной системе, по оценкам ведущих экономистов экспертов, будет составлять около 73%. В марте 2023 года, уход международных систем привел к резкому увеличению спроса на карты «МИР». При существующей тенденции динамичного роста количества безналичных операций ситуация, скорее всего, кардинально изменится в 2023 году, и карты «МИР» станут лидером на рынке банковских карт.

К концу этого года более 60% платежей в стране будет осуществляться с помощью карт. Это изменение тенденции неизбежно затронет всех участников рынка платежей, включая клиентов банков. Процессинг всех карточных транзакций в стране позволит НСПК избежать сбоев в платежах и будет способствовать использованию различных способов оплаты. Банки и держатели карт сталкиваются с рядом проблем, среди которых невозможность оплаты российскими дебетовыми картами в Apple Pay, Google pay и зарубежных интернет-магазинах, а также ограниченная функциональность мобильных приложений банков.

Увеличилась эмиссия карт «МИР», приложение "Мир Pay" стало доступно для Android, "СБПэй" - для смартфонов с другими операционными системами, банк разработал решение для платежных стикеров "Pay". Были расширены функциональные особенности системы быстрых платежей (СБП), включая возможность проведения тысяч платежей, и другие решения. В результате национальная платежная система не будет отставать от международных платежных систем по техническим решениям, а клиенты не будут рисковать потерять деньги, перейдя на МИР.

С этой же целью НСПК скорректировала ставки интерчейнджа для предприятий розничной торговли продуктами питания и общественного питания на январь 2023 г. В настоящее время предприятия розничной торговли одного сектора используют одни и те же ставки интерчейнджа. Выравнивание ставок позволит снизить риск неправильного расчета клиентами сумм снятия наличных и увеличить количество операций по снятию наличных в «МИР»⁴. Однако единые ставки интерчейнджа могут повлиять на саму схему лояльности, так как комиссии «МИР» снизятся, а карты иностранных платежных систем с более высокими комиссиями будут "компенсированы", и банкам придется решать, сокращать ли количество операций по снятию наличных и рисковать потерей лояльности клиентов или компенсировать потерю межбанковского дохода за счет других источников дохода. Возможно, банкам также придется корректировать свои бизнес-модели с учетом дальнейшего роста доли безналичных платежей в будущем, в частности, при помощи увеличения доли банков СБП и денежных переводов.

Действительно, эксперты ожидают, что к концу 2023 года доля платежей СБП в розничных платежах увеличится более чем в два раза. Поэтому банки неизбежно будут организовывать программы лояльности и предлагать денежные скидки за СБП-платежи. В 2023 году происходит адаптация и банки начали адаптироваться к доминированию «МИР» на рынке безналичных платежей.

Сейчас абсолютное большинство операций по картам выполняется в режиме реального времени. Отложенные операции собираются внедрить по картам, реквизиты которых сохранены у продавца.

Помимо оплаты такси и покупок на маркетплейсах отложенные списания могут заявить о себе в разных финансовых сферах. Деятельность Национальной системы платежных карт и платежной системы «МИР» можно назвать эффективной ввиду того, что своей деятельностью организации обеспечивают функционирование экономической и финансовой политики страны.

* * * * *

¹ Вестник Банка России № 47, 29 июня 2023. URL: <https://www.cbr.ru/Queries/XsttBlock/File/144005/-1/2443>

² Стратегия развития Национальной системы платежных карт 2023-2024. URL: <https://www.nspk.ru/upload/strategy-2324.pdf>

³ Mir Pay // Mironline. URL: <https://mironline.ru/mirpay/>

⁴ Технология MirАсcept // НСПК. URL: <https://www.nspk.ru/cards-mir/tehnologiya-miraccept/>

⁵ Система «МИР» заинтересовалась оплатой покупок с помощью скана лица // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/finances/25/04/2019/5cc0557c9a794748637e782c>

INNOVATIONS IN THE SYSTEM PAYMENT CARD MIR

© 2023 **Filipova Anastasia Aleksandrovna**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: 6052005@mail.ru

© 2023 **Libina Maria Anatolyevna**

Teacher

Samara State University of Economics

E-mail: 6052005@mail.ru

The MIR payment system is a large-scale and innovative project that has the potential and opportunities to become the most important payment system in the Russian Federation. This article analyses the innovations of the MIR payment card system.

Keywords: bank card, MIR payment card, national payment system.

ПРОЦЕСС СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ОПЕРАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА**© 2023 Шарохина Светлана Владимировна**

кандидат экономических наук, доцент

Сызранский филиал Самарского государственного экономического университета

E-mail: sharokhinatv@gmail.com

© 2023 Шевченко Татьяна Анатольевна

кандидат экономических наук, старший преподаватель

Филиал ВУНЦ ВВС «ВВА» в г. Сызрани

E-mail: privet7770@rambler.ru

В статье авторы утверждают, что стратегические концепции управления персоналом в условиях рынка являются решающим фактором сохранения эффективной деятельности. Предложены направления развития на предприятиях маркетинга персонала посредством внедрения блок-схемы процесса стратегического и операционного маркетинга персонала.

Ключевые слова: персонал, торговое предприятие, стратегический потенциал, управление, потребитель.

С учетом высокого уровня изменчивости факторов внешнего окружения, как реакция на не стабильную экономическую ситуацию в стране и в мире в целом, анализ влияния внешнего окружения на основные характеристики персонала должен иметь системный характер¹. Индивидуальные способности работника должны быть использованы в соответствии со стратегическими целями предприятия. Кроме того, планы профессионального совершенствования и карьерного роста работников должны соответствовать целям предприятия. Стратегический подход в управлении персоналом целесообразно реализовать путем использования концепции маркетинга². Цель статьи – определить основные направления внедрения на предприятии маркетинга персонала.

Маркетинг в современных условиях рыночной экономики следует рассматривать одновременно как философию бизнеса и как активный процесс деятельности, ориентированный на потребителя³. Применение на практике данного подхода предполагает два направления активности предприятия, представленные на блок – схеме, которая рекомендуется для предприятий (см. рисунок).

Стратегический маркетинг рассматривается как процесс анализа, который позволяет изучить существующие потребности в персонале; указывает на составляющие эффективной кадровой политики; делает наглядными стратегические преимущества, что помогают сформировать устойчивое конкурентное преимущество предприятия в целом⁴.

Операционный маркетинг призван решать следующие задачи: организация сбыта; реализация политики коммуникаций; систематическая оценка профессиональных качеств персонала и культуры обслуживания потребителей; оптимизация расходов на обучение и переподготовку персонала⁵.



Рис. Блок-схема процесса стратегического и операционного маркетинга персонала, которая рекомендуется для предприятий

Вместе с тем, операционный маркетинг персонала, базирующийся на знании конкретной ситуации, не имеет никаких механизмов для того, чтобы создать спрос там, где не сформирована потребность, или предотвратить сокращение рабочих мест, если ликвидируются целые производственные отрасли. Следовательно, чтобы деятельность предприятия по подбору персонала была эффективной, операционный маркетинг должен опираться на стратегический анализ, что исследует стратегические ресурсы предприятия, создает почву для создания прогнозов по развитию рынка.

В условиях современного конкурентного окружения изменения, происходящие во внешней среде, создают условия, при которых кадровая политика уже не может рассматриваться, как политика управления, быстро реагирующая на всевозможные изменения. Кадровая политика должна стать составляющей общей стратегической политики предприятия, причем ее активной частью, предвидящей возможные изменения и реагирующей на них в оптимальные сроки. Поэтому на предприятиях должны быть внедрены: социально-психологическая диагностика персонала; информационное обеспечение системы управления персоналом; управление занятостью; оценка и отбор кандидатов на вакантные должности; анализ стратегического потенциала персонала; планирование и контроль деловой карьеры; стратегическая программа по управлению персоналом; общая концепция развития кадров.

В связи со сказанным выше, руководители отечественных предприятий должны изменить отношение к стратегическим вопросам управления персоналом и поставить перед собой цель - разработать общую концепцию стратегии управления персоналом

и стратегическую программу маркетинга персонала. Для реализации этой цели необходима разработка комплекса мероприятий, который должен содержать:

- предложения по совершенствованию критериев и методов подбора и расстановки кадров;
- методики совершенствования аттестации кадров, работы с резервом;
- предложения по структуре заработной платы и видам льгот в целях привлечения, найма и закрепления работников на предприятии;
- методику оценки трудовой деятельности работников;
- рекомендации по совершенствованию организации и улучшению условий труда;
- методы перемещения сотрудников на должности с большей или меньшей ответственностью;
- развитие профессионального опыта путем перемещения на вышестоящие должности или более сложные участки работы;
- рекомендации по совершенствованию социально-психологического климата в коллективе.

Стратегический маркетинг персонала призван оценить возможности персонала предприятия по участию в достижении стратегической цели предприятия. В рамках данной концепции стратегическое планирование в сфере персонала рассматривается как часть общего стратегического планирования на предприятии. Однако стоит сделать акцент на том, что персонал предприятия по – прежнему рассматривается и изучается, как самостоятельный фактор, имеющий стратегическое значение. Следовательно, следует определить степень влияния на стратегический трудовой потенциал предприятия следующих факторов:

- факторов товарных рынков (стратегические изменения рыночного поведения предприятия вследствие социальных преобразований и политических изменений; не прогнозируемое сокращение персонала);
- факторов географического характера (трудовая миграция населения);
- внутренних факторов предприятия (усиление или ослабление кадрового потенциала; возможность для персонала проявлять инициативу и влиять на формирование стратегических решений);
- внешние общественно-политические условия.

Совокупное действие всех указанных групп факторов формирует представление об уровне нестабильности внешней среды и подтверждает целесообразность применения на предприятии соответствующей стратегии управления персоналом. Процесс определения степени нестабильности внешней среды целесообразно осуществлять в два этапа. На первом этапе следует дать характеристику условиям, что, оказывают значительное влияние на деятельность предприятия по причине своей динамичности и быстрой изменчивости. На втором этапе рассматривать следует опять эти же условия, но уже оценивая то, насколько они являются привычными теперь и, насколько точными могут быть их характеристики на будущее.

В зависимости от степени нестабильности руководители могут применять следующие системы управления персоналом: управление на основе экстраполяции, что применимо при реализации долгосрочного планирования; управление на основе классических примеров стратегического планирования; управление на основе выводов экспер-

тов, что характеризуются специфической гибкостью особенно в условиях стратегических изменений. Для обеспечения действенности стратегического управления персоналом целесообразно практиковать регулярные опросы работников с целью выявления их отношения к различным аспектам деятельности предприятия. Работа по совершенствованию стратегии управления персоналом должна осуществляться постоянно.

Таким образом, для обеспечения прочных рыночных позиций предприятиям целесообразно принимать следующие меры: использовать стратегический подход к управлению персоналом; разрабатывать общую концепцию стратегии управления персоналом и стратегическую программу маркетинга персонала; осуществлять стратегическое планирование и контроль деловой карьеры.

* * * *

¹ Осколкова О.И. (2020). Стратегическое управление персоналом в России: проблемы и пути совершенствования // Экономика и бизнес: теория и практика. № 5 – 3 (63). С. 141 – 144.

² Воробьева Е.К. (2022). Инновационный менеджмент персонала // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. №11. С. 117 – 123.

³ Тлеухрай-Берзегова Л.Т., Бюллер Е.А., Чиназирова С.К., Даурова Н.З. (2020). Реализация маркетинга персонала в организации в современных социально - экономических условиях // The Scientific Heritage. № 54. С. 31 – 34.

⁴ Макаренков А.А., Романович В.К. (2023). Стратегический маркетинг как эффективный инструмент поиска каналов взаимодействия с потребителями // Экономика и бизнес: теория и практика. Т.6 – 2(100). С. 58 – 63.

⁵ Пахомов А.В., Снимщикова О.А., Десенко О.П. (2020). Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга // Экономика устойчивого развития. № 3 (43). С. 83-86.

PROCESS OF STRATEGIC AND OPERATIONAL MARKETING OF PERSONNEL

© 2023 Sharokhina Svetlana Vladimirovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Syzran branch of Samara State University of Economics
E-mail: sharokhinatv@gmail.com

© 2023 Shevchenko Tatyana Anatolyevna

Senior Lecturer
Branch of VUNTS Air Force "VVA" in Syzran
E-mail: privat7770@rambler.ru

In the article, the authors argue that strategic concepts of personnel management in market conditions are a decisive factor in maintaining effective operations. Directions for introducing personnel marketing at trade enterprises and methods for assessing the strategic potential of personnel are proposed.

Keywords: personnel, trading enterprise, strategic potential, management, consumer.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2023 Шурасьева Кристина Владимировна*

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kristina.shuraseva.2015@mail.ru

Статья посвящена анализу важности стратегии для целей долгосрочного эффективного развития предприятия. Уточняются компоненты стратегии, ее целевое назначение, раскрывается важность отражения в стратегии развития фирмы аспектов, связанных с производством и наличием достаточной производственной базы. В данном случае обосновывается связь основных средств предприятия, их учета и стратегии предприятия как синтеза аспектов, напрямую влияющих на достижение желаемых технико-экономических и финансовых показателей. Доказывается важность регулярного совершенствования учета основных средств как элемента стратегии развития предприятия, поскольку основные средства предприятия и их учет определяют рентабельность и конкурентоспособность бизнеса.

Ключевые слова: стратегия предприятия, стратегическое планирование, основные средства, бухгалтерский и финансовый учет, финансовые показатели, конкурентоспособность, рыночные условия, наличие материально-вещественной формы.

Современные условия хозяйствования, с которыми столкнулись предприятия большинства секторов экономики в РФ, диктуют определенную специфику развития, которую необходимо учитывать с тем, чтобы в дальнейшем выстраивать грамотное позиционирование компаний и вектор их развития. Речь идет, с одной стороны, о непредсказуемости рыночной экономики, цикличности происходящих в ее основе процессов, усложнение механизмов взаимодействия с потребителями в силу дифференциации и непостоянства их предпочтений, а также ужесточение конкурентной борьбы как следствие капиталистической экономики. С другой стороны, подразумевая происходящие геополитические изменения и стагнацию мировой экономики, стоит перечислить такие внешние факторы воздействия как нестабильность курсов валют, действующие антироссийские санкции, разрушение ранее существующей логистических схем и возникновение сложностей с поставками сырья, материалов, товаров на территорию РФ – все это также принципиальным образом отражается на конъюнктуре внутренней экономики и всех субъектов, включая малый, средний и крупный бизнес, которые вынуждены переориентировать содержание своей деятельности и выработать новые инструменты дальнейшего роста¹. В этих условиях еще более возрастает значение стратегии предприятия как эффективного инструмента, позволяющего не только уточнить аспекты существующего положения предприятия, но и направить его поступательное развитие на близлежащую и долгосрочную перспективы.

* Научный руководитель – Татаровский Юрий Алексеевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры учета, анализа и экономической безопасности.

С точки зрения Забайкина Ю.В. и Лунькина Д.А., стратегия в целом раскрывает особенности функционирования конкретного предприятия, его миссию, приоритетные цели, задачи, поле деятельности в контексте воздействующих внутренних и внешних факторов, а также способы реагирования на различного рода помехи и траекторию достижения желаемых количественных и качественных показателей². Авторы конкретизируют, что формирование стратегии должно подразумевать поступательное прохождение ряда этапов:

- 1) Анализ макро-, - и микросреды;
- 2) Проведение SWOT-анализа и обобщение полученных результатов;
- 3) Выбор направлений развития с точки зрения сравнения конкурентоспособности предприятия и перспективности той отрасли рынка, в рамках которого функционирует фирма;
- 4) Сформулировать приоритетные цели задачи с их последующей реализацией.

Тем самым стратегия развития предприятия дает представление о том, какие продукты в рамках определенной ниши производить и продвигать, с какой целевой аудиторией взаимодействовать и на какую, как следствие, воздействовать с намерением увеличения продаж, а также как выстроить бизнес-платформу для дальнейшего успешного функционирования и на этой почве замотивировать персонал.

В свою очередь Слушкина Ю.Ю. и Сабуркина Н.Е. подчеркивают значимость стратегического развития производственных возможностей предприятия в контексте достаточности соответствующих ресурсов в симбиозе с другими компонентами стратегии, способных сформировать достаточный конкурентоспособный потенциал организации³. В данном случае, по мнению авторов, необходим именно производственный потенциал предприятия в совокупности с кадровыми, техническими, организационными возможностями фирмы. Это обосновывается тем, что производственные мощности влияют как на создание качественного продукта предприятия, предопределяющего его конкурентоспособность и нишу на рынке, так и на получение компанией устойчивой прибыли в перспективе. В таком случае формулировать направления развития предприятия в отрыве от учета его производственной базы – основных средств является существенным упущением в вопросе стратегического планирования организации.

Ключевыми документами, определяющими порядок учета основных средств предприятия, являются:

1. Закон о бухгалтерском учете⁴, устанавливающий единые требования к бухгалтерскому учету объектов, систематизация информации в отношении которых обязательна с точки зрения федерального законодательства;
2. Приказ Минфина РФ⁵, регламентирующий порядок отражения информации об основных средствах (далее – ОС), имеющихся у предприятия.

Несмотря на действие ограничений в отношении России со стороны мировых держав, институты публичной власти РФ не отказались от требований МСФО, в частности (IAS) 16 «Основные средства»⁶ для обеспечения сопоставимости оценок при сравнении бизнесов различных стран. В совокупности перечисленные нормативные акты раскрывают:

- 1) признаки, в соответствии с которым объект можно отнести к основным средствам: наличие материально-вещественной формы, использование в производствен-

ной деятельности предприятия в течение срока, превышающего 12 месяцев, а также способность приносить фирме какие-либо выгоды;

2) на какие объекты не распространяются требования, перечисленные в ФСБУ 6/2020 «Основные средства»;

3) как следует учитывать малоценные основные средства;

4) особенности оценки основных средств при признании объекта и после признания;

5) амортизация, списание основных средств;

6) на какие предприятия распространяются нормы ФСБУ 6/2020;

7) какую информацию об ОС требуется отражать в соответствующей бухгалтерской отчетности.

Значимость основных средств для предприятия является очевидной. Так, по замечанию Поленовой С.Н., грамотное распределение и использование основных средств как средств труда, необходимых предприятию, способствует оптимизации производства, снижению себестоимости и трудоемкости производимой продукции при обеспечении высоких стандартов ее качества⁷. В совокупности это приводит к желаемым экономико-финансовым, техническим результатам хозяйствования, что неотъемлемым образом сопряжено с желаемым видением предприятия в будущем как основы стратегического планирования. Основные средства, участвуя в производственной деятельности, обеспечивают ее стабильность, процесс выпуска продукции. Они самым прямым образом влияют на эффективность развития предприятия, поскольку определяют рентабельность и конкурентоспособность производимых товаров (работ, услуг). В свою очередь учет ОС необходим для общего понимания, располагает ли организация необходимыми технологическим, материальным, производственным потенциалом. Невозможно представить траекторию движения фирмы, предусмотренную содержанием стратегии, в отрыве от оценки объема необходимых для этого ресурсов и способов их использования для достижения желаемых показателей. Учет ОС в этом смысле позволяет сопоставить желаемое видение предприятия и количественно-качественные возможности для этого.

В последнем случае стоит сослаться на мнения Батырмурзаевой З.М. и Султанбековой З.М., озвученное ими в проведенном исследовании, о том, что совершенствование учета основных средств крайне необходимо для обеспечения эффективного хозяйствования предприятия⁸. Подразумеваются следующие аспекты совершенствования, которые необходимо подразумевать, когда речь заходит об основных средствах предприятия и их отражения в стратегическом планировании:

1. Разрешение несоответствия идеологии налогового учета и бухгалтерского, которые в большинстве случаев несут разнонаправленный характер и отражаются, тем самым, на нежелании в ряде случаев производить переоценку ОС для целей минимизации налогов на имущество предприятия.

2. Разрешение проблем, которые в ряде случаев могут возникать у предприятия из-за методологии МСФО и РСФО. Так, более формальное понимание процесса определения справедливой стоимости объекта ОС, подразумеваемое содержанием МСФО, посредством вынесения суждения бухгалтера, может привести к различным значениям, получаемым по правилам международной и российской отчетности. В таком слу-

чае требуется постоянно отслеживать происходящие изменения в части МСФО, что особенно актуально в условиях некоторого отстранения РФ от конъюнктуры мирового хозяйствования.

Таким образом, основные средства представляют собой объекты материально-вещественной формы, которые, будучи используемыми предприятием свыше одного года, приносят предприятию экономические выгоды за счет своего использования. Эффективность использования ОС является залогом успешного хозяйствования фирмы и предопределяет его конкурентоспособность на рынке и достижение ключевых финансовых и технико-экономических показателей. В этом смысле основные средства выступают одним из базовых аспектов успешно сформированной и интегрированной в деятельность предприятия стратегии развития. В таком случае грамотный учет и совершенствование требований, предъявляемых к предоставлению информации об ОС, коррелирует со стратегическим планированием организации и, как следствие, достижением передовых результатов осуществляемой ею деятельности. Во всех смыслах для предприятия важно как улучшение учета располагаемых им основных средств, так и интеграция данного учета в концепцию продуманной стратегии развития организации.

* * * *

¹ Толстых Т.О., Кондратьева О.А. Принципы и цели устойчивого развития в стратегиях развития промышленных предприятий // Регион: системы, экономика, управление. 2021. № 3 (54). С. 120-127.

² Забайкин Ю.В., Лунькин Д.А. Страхование устойчивого развития предприятия в стратегии его развития // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12. № 1-2. С. 342-350.

³ Слушкина Ю.Ю., Сабуркина Н.Е. Основы разработки стратегии развития компании и особенности стратегического развития предприятий сферы информационных технологий // Экономические исследования и разработки. 2019. № 9. С. 31-36.

⁴ О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 05.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023) // СПС «Консультант Плюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (дата обращения 07.11.2023)

⁵ Об утверждении Федеральных стандартов бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 "Основные средства" и ФСБУ 26/2020 "Капитальные вложения": Приказ Минфина России от 17.09.2020 N 204н // СПС «Консультант Плюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_365338/ (дата обращения 07.11.2023)

⁶ Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 "Основные средства": Введен в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) (ред. от 17.02.2021) // СПС «Консультант Плюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193590/?ysclid=loow2ud2sv695266918/ (дата обращения 07.11.2023)

⁷ Поленова С.Н. Некоторые новации в бухгалтерском учете основных средств по правилам ФСБУ 6/2020 «основные средства» // Аудитор. 2023. Т. 9. № 7. С. 37-41.

⁸ Батырмурзаева З.М., Султанбекова З.М. Изменения в бухгалтерском учете основных средств в России, в соответствии с ФСБУ 6/2020 "Основные средства" // Вестник научной мысли. 2022. № 3. С. 62-70.

IMPROVING THE ACCOUNTING OF FIXED ASSETS AS AN ELEMENT OF THE COMPANY'S DEVELOPMENT STRATEGY

© 2023 Shurasyeva Kristina Vladimirovna

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: kristina.shuraseva.2015@mail.ru

The article is devoted to the analysis of the importance of the enterprise strategy for the purposes of long-term effective development of the organization. The components of the strategy are clarified, its purpose and the importance of reflecting aspects related to production and the availability of a sufficient production base in the company's development strategy is revealed. In this case, the connection between the fixed assets of the enterprise, their accounting and the strategy of the enterprise as a synthesis of aspects that directly affect the achievement of the desired technical, economic and financial indicators is substantiated. The importance of regular improvement of fixed assets accounting as an element of the enterprise development strategy is proved, since the fixed assets of the enterprise and their accounting determine the profitability and competitiveness of the business.

Keywords: enterprise strategy, strategic planning, fixed assets, accounting and financial accounting, financial indicators, competitiveness, market conditions, availability of material form.

ИННОВАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАК ФАКТОР, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ

© 2023 Щуцкая Александра Викторовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: avs2020@yandex.ru

Развитие инновационной деятельности в регионе во многом определяется состоянием и эффективностью функционирования инновационной инфраструктуры. В статье данная зависимость исследована на примере Самарской области, региона входящего в топ-10 инновационных регионов России. Определена динамика основных показателей инновационной деятельности региона и их рейтинговые позиции по сравнению с другими субъектами РФ. Рассмотрены основные компоненты инновационной инфраструктуры региона. Приведены показатели работы ведущих объектов инновационной инфраструктуры.

Ключевые слова: инновации, Самарская область, инфраструктура, технопарк, кластер, ОЭЗ.

В условиях быстроменяющейся внешней среды развитие предприятий и поддержание их конкурентоспособности на рынке невозможно без использования инноваций. В настоящее время инновации - это важнейший фактор, определяющий технологический и экономический прогресс предприятий, регионов и страны в целом. Именно поэтому государства с помощью различных механизмов регулирования способствуют развитию инновационной деятельности (далее ИД) и формированию инновационных систем. Важнейшей составляющей инновационной системы является инновационная инфраструктура - «совокупность организаций, способствующих реализации инновационных проектов, включая предоставление управленческих, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых, консультационных и организационных услуг».¹ Научой и практикой доказано, что наличие развитой инновационной инфраструктуры во многом способствует результативности научно-технических разработок, а также эффективной коммерциализации инноваций. На важность инфраструктурного фактора указывают результаты ИД регионов-лидеров в сфере инноваций: Москвы, Санкт-Петербурга, Республики Татарстан, Нижегородской области, Самарской области и других субъектов РФ, которые обладают насыщенной и диверсифицированной системой инновационной инфраструктуры.² Наглядным примером тому является Самарская область, входящая в ТОП-10 субъектов Российской Федерации по инновационному развитию (см. рисунок).

Рейтинги, представленные в таблице построены при агрегировании значений большого набора индикаторов, характеризующих различные этапы ИД и их результативность в субъектах РФ. Динамика основных показателей ИД в Самарской области за период 2019-2022гг. и рейтинговые места по ним в 2022г. среди субъектов РФ и регионов Приволжского федерального округа отражены в табл. 1.

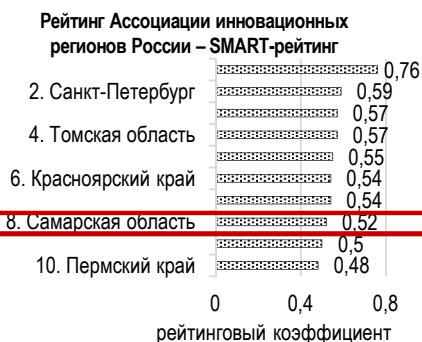
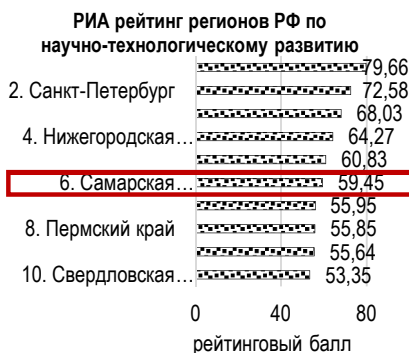


Рис. Самарская область в рейтингах инновационного развития (2022 г.)*

* Составлено автором на основе: <https://riarating.ru/infografika/20231023/630251402.html> и <https://i-regions.org/reiting/rejting-regionov-smart/>

Таблица 1

Основные показатели ИД организаций Самарской области*

Показатели	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2022г. в % к 2019г.	Место в 2022г. среди регионов:	
						РФ	ПФО
Уровень инновационной активности, %	10,2	14,9	18,2	17,9	175,5	3	2
Объем инновационных товаров, работ, услуг: - млрд.руб.	164,85	157,16	199,17	210,64	127,8	8	3
- в % от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	9,3	9,2	8,9	9,5	102,2	12	4
Затраты на ИД: - млрд.руб.	51,89	65,38	69,82	63,71	122,8	9	3
- в % от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	2,9	3,8	3,1	2,9	100,0	14	5
Передовые производственные технологии:							
- разработанные	29	47	52	41	141,4	13	4
- используемые	8037	7425	7229	7422	92,3	10	4

* Составлено автором на основе: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>

За период 2019-2022 гг. практически по всем показателям ИД в Самарской области наблюдалась положительная динамика и высокие места в рейтингах 2022 года. Наиболее значимые позиции регион занимает по следующим показателям: уровень инновационной активности (2 место в ПФО и 3 место в РФ), объем инновационной продукции (3 место в ПФО и 8 место в РФ) и общая сумма затрат на ИД в организациях региона (3 место в ПФО и 9 место в РФ). Для того чтобы успешно конкурировать на рынке в современных условиях субъекты хозяйствования вынуждены соответствовать

меняющимся запросам потребителей и предлагать все более усовершенствованную продукцию³, также важно повышать эффективность производства и улучшать свой имидж, используя передовые технологии.

В Самарской области создан комплекс условий для инновационного развития организаций, включая малый бизнес. Сформирована нормативно-правовая база для государственного регулирования и поддержки ИД. Эффективно функционирует система инфраструктурных организаций – институтов инновационного развития: Инновационный и Венчурный фонды Самарского региона, Центр инновационного развития и кластерных инициатив, Региональный центр инноваций и др.

Самарская область обладает мощным научно-образовательным и производственно-технологическим потенциалом. Генерацией идей, продуцированием новых знаний, реализацией высокотехнологичных проектов занимаются НИИ и ВУЗы региона, а также научные отделы и лаборатории промышленных предприятий. В настоящее время самарские ВУЗы не только осуществляют подготовку квалифицированных кадров, но и создают инновационные технологии и уникальную продукцию. Ведущие университеты имеют «Точки кипения» - площадки для взаимодействия ученых, молодежи, власти и бизнеса. Значимую роль в объединении науки и реального сектора экономики играет НОЦ «Инженерия будущего». В регионе создан уникальный портал инноваций - www.isamara.ru, объединяющий на одной площадке инноваторов, экспертов, инвесторов и меры государственной поддержки.

Таблица 2

Показатели работы ведущих объектов инновационной инфраструктуры Самарской области*

Наименование	Характеристика	Место в рейтинге
Технопарк в сфере высоких технологий «Жигулевская долина»	Год создания: 2010 Территория: 28,9 га Площадь помещений: 65,3 тыс. м ² Количество резидентов: 300 Количество рабочих мест: 2 183 (2021г.) Выручка резидентов: 10 809,3 млн руб. (2021г.) Специализация: автомобильная промышленность, транспортное машиностроение, химическая промышленность, авиационная промышленность, IT-технологии	3 место в VIII национальном рейтинге технопарков России (2022г.) 1 место в IX национальном рейтинге технопарков России (2023г.)
ОЭЗ ППТ «Тольятти»	Год создания: 2010 Площадь – 660 га Количество резидентов: 29 Количество рабочих мест: 2 560 Выручка резидентов: 11 030 млн руб. (2021г.)	5 место в VI национальном рейтинге инвестиционной привлекательности ОЭЗ России (2022г.)
Инновационный территориальный аэрокосмический кластер	Год создания: 2012 Количество участников: 13 предприятий Количество рабочих мест: 43 257 Ключевая специализация: космическая промышленность Включен в перечень пилотных инновационных территориальных кластеров	6 место среди российских промышленных кластеров по количеству рабочих мест ⁵ . Уровень эффективности: средний ⁶

* Составлено автором на основе: URL: <https://akitrf.ru/> и <https://map.cluster.hse.ru/cluster/26>

В Самарской области функционирует целый ряд объектов инновационной инфраструктуры: два бизнес-инкубатора, семь индустриальных (промышленных) парков, четыре инновационных кластера, две территории опережающего развития, одна особая экономическая зона (ОЭЗ ППТ «Тольятти») и один технопарк в сфере высоких технологий (ТП «Жигулевская долина»).⁴ Некоторые самарские объекты инновационной инфраструктуры достигли выдающихся результатов и занимают лидирующие позиции в национальных рейтингах (табл. 2).

В 2023 г. ТП «Жигулевская долина» занял 1 место в IX национальном рейтинге технопарков России. «Жигулевская долина» - один из крупнейших российских технопарков в сфере высоких технологий. В 2022г. он был признан лучшим региональным оператором фонда «Сколково». Особенностью данного технопарка является то, что предприятиями предоставляются не только помещения с современным оборудованием, но и активно оказывается поддержка на всех стадиях проектной деятельности в сфере инноваций. За последние 5 лет резиденты ТП «Жигулевская долина» получили 83 патента на свои разработки.⁷

Инновационная инфраструктура региона способствует росту инновационной активности организаций за счет создания условий для реализации инновационного потенциала хозяйствующих субъектов, эффективного кооперирования и формирования партнерских отношений у участников инновационного процесса.

Таким образом, в Самарской области получили развитие все компоненты инновационной инфраструктуры: производственно-технологический, финансовый, научно-образовательный, информационно-правовой. У организаций региона имеются значительные возможности роста инновационного потенциала, его реализации и повышения результативности ИД за счет активного использования имеющейся инфраструктуры.

* * * *

* «О науке и государственной научно-технической политике» - Федеральный закон от 23.08.1996 №127-ФЗ – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/

² Носонов А. М. Производственно-технологическая инновационная инфраструктура регионов России // Регионоведение – 2019. – Т. 27 - № 3(108) – С. 436-460 – DOI 10.15507/2413-1407.107.027.201903.436-460.

³ Сивакс А. Н. Краудсорсинг как средство повышения эффективности деятельности предприятий // Проблемы развития предприятий: теория и практика: Материалы 13-й Междунар. науч.-практ. конф. 27–28 нояб. 2014г. - Том 1. – Самара: СГЭУ, 2014. – С. 217-218. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23631732>

⁴ Объекты инновационной инфраструктуры – URL: https://www.miiir.ru/inno_object/list

⁵ Топ-10 российских промышленных кластеров по количеству рабочих мест - URL: <https://madeinrussia.ru/ru/news/24541>

⁶ Лапина М. С. Формирование и развитие инновационных кластеров как инструмента инновационной деятельности региона // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2021. – Т. 23, № 2. – С. 42-56. – DOI 10.15688/ek.jvolsu.2021.2.4.

⁷ Самарская область вновь подтвердила высокий уровень научно-технологического развития – URL: https://economy.samregion.ru/press-center/sobytiya/samarskaya-oblastvno281/?PAGEN_2=1

INNOVATIVE INFRASTRUCTURE AS A DETERMINING FACTOR DEVELOPMENT OF INNOVATION ACTIVITY IN THE REGION

© 2023 Shchutskaya Alexandra Viktorovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: avs2020@yandex.ru

The development of innovation activity in the region is largely determined by the state and efficiency of the functioning of the innovation infrastructure. In the article, this dependence is investigated on the example of the Samara region, a region included in the TOP 10 innovative regions of Russia. The dynamics of the main indicators of innovative activity of the region and their rating positions in comparison with other subjects of the Russian Federation are determined. The main components of the region's innovation infrastructure are considered. The performance indicators of leading innovation infrastructure facilities are presented.

Keywords: innovations, Samara region, infrastructure, technopark, cluster, SEZ.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

© 2023 Яковлев Роман Олегович

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: yakroman@bk.ru

© 2023 Стрельцов Алексей Викторович

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: a.strelzov@inbox.ru

В современных условиях инвестиционная деятельность отличается новыми проблемами и перспективами. Перед инвесторами фактически открывается новая реальность, характеризующаяся колебаниями на финансовых рынках, поэтому возникает необходимость адаптации. В статье рассматриваются особенности инвестиционной деятельности в современных условиях, а также ее перспективы.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, импортозамещение.

Инвестиционная деятельность – это вложение денежных средств, ценных бумаг и иного имущества в объекты предпринимательской или иной деятельности с целью достижения полезного эффекта, в том числе получения прибыли.¹ Так, при осуществлении инвестиций потребление в настоящем откладывается ради более полного удовлетворения своих потребностей в будущем. Однако стоит учитывать, что полученные инвестором доходы должны, во-первых, компенсировать потерянную ценность денег во времени из-за инфляции, и во-вторых, соответствовать взятому риску.² Таким образом, инвестирование является целесообразным, если приносит желаемый результат, что не всегда возможно: субъект может столкнуться с недополучением доходов, непредвиденными расходами или даже убытками вместо прибыли.

В настоящее время можно выделить особенности экономики, влияющие на инвестиционную деятельность в РФ.

Рассмотрим некоторые из них, оказывающие наибольшее влияние на инвестиционную деятельность. Первой такой особенностью является нестабильность глобальной экономики. Национальные экономики и мировая экономика в целом находятся в условиях турбулентности, нестабильных геополитических ситуаций, волатильности рынков. Выступление влиятельного деятеля экономической и политической областей, политическая новость, высказанное мнение относительно ситуации в мире и прочие факторы приводят к снижению уровня доходности или даже потере капитала. В пример можно привести публикацию сооснователя и бывшего генерального директора ГК «Яндекс» Аркадия Воложа 10 августа 2023 года, в котором он высказал свое отношение к СВО. После этого события на фондовом рынке наблюдалось снижение стоимости ак-

ций компании в ходе торгов на 2,25%, в дальнейшем оно также продолжалось до 16 августа 2023 года, и одной из причин является вышеизложенное.³

Таблица 1

Особенности экономики в современных условиях

Характер особенности	Особенность
Внешний	Неясность трендов развития
	Волатильность рыночной конъюнктуры
Внутренний	Курс национальной валюты
	Импортозамещение
	Увеличение стоимости привлекаемого капитала
	Увеличение риска
	Изменение рынков сбыта
	Усиление нерыночных методов конкурентной борьбы
	Увеличение процентных ставок

Ситуация также осложняется трудностями в предсказании рыночных трендов, деловой активности населения и ее направления. Факторы, перечисленные ранее, могут сподвигнуть субъектов инвестиционной деятельности на принятие нерациональных, необоснованных решений. Как известно, риск порождается неопределенностью, и в современных условиях отсутствие полной и точной информации может способствовать возникновению поведенческих моделей, которые невозможно объяснить с логической точки зрения.

Следующая особенность – низкий курс национальной валюты РФ. Так, если в начале октября 2022 года доллар США стоил 55,3 рубля, то через год это значение увеличилось практически вдвое (98,48 рублей).⁴ Это привело к некоторым негативным последствиям: ухудшению платежного баланса, увеличению внешнего долга, ухудшению конкурентоспособности, росту инфляции. Более того, слабый рубль ведет к повышенной нестабильности финансового рынка, тем самым вызывая снижение инвестиций и отток капитала из страны.

Для регулирования вышеупомянутых проявлений нестабильности Центральный Банк РФ имеет такой инструмент, как ключевая ставка. В последнее время Банк России склонен к жесткой денежно-кредитной политике, повышая значение этого показателя для снижения риска перегрева финансовой сферы и замедления инфляции.⁵

Таблица 2

Значения ключевой ставки Банка России за июль-октябрь 2023 года*

Дата	Значение ключевой ставки, %
20.07.2023	7,5
21.07.2023	8,5
15.08.2023	12
15.09.2023	13
27.10.2023	15

* Составлено автором на основе: Ключевая ставка Банка России // Банк России URL: https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/ (дата обращения: 27.10.2023).

Так, с июля 2023 года произошло увеличение показателя с 7,5 до 15%. Стоит отметить, что заседание Совета Директоров Банка России в августе являлось внеочередным, а повышение ключевой ставки до 12% носило экстренный характер для сохранения ценовой стабильности.

Однако и на изменение ключевой ставки участники рынка реагируют по-разному. Как известно, при увеличении этого показателя банковские вклады становятся выгоднее, что ведет к увеличению желаемого уровня нормы дохода. Вследствие этого субъект инвестиционной деятельности может принять решение взять на себя еще больший риск, что может быть необоснованно и слишком опасно для вложений.

Таким образом, в современных условиях необходима диверсификация инвестиционной деятельности. Такое распределение ресурсов является одним из самых распространенных способов снижения и возможной дальнейшей минимизации рисков при инвестировании: убытки от одних активов покрываются прибылью от других, тем самым снижается неизбежный на современном этапе инвестиционный риск.

С другой стороны, в современных условиях появляются новые возможности и перспективы инвестирования. Так, в РФ наблюдается активный процесс импортозамещения, который можно рассматривать не только как вынужденную меру в условиях санкций и ограничений со стороны внешнего мира, но и возможность наладить собственное производство для внутреннего потребления и дальнейшего экспорта. В пример можно привести пищевую отрасль, внутреннее производство которой на сегодняшний день увеличивается.⁶

Таблица 3

Выручка ГК «АСТРА» от программных продуктов в первых полугодиях 2022 и 2023 годов*

Показатель	Значение на первое полугодие 2022 года в тыс. руб.	Значение на первое полугодие 2022 года в долях, %	Значение на первое полугодие 2023 года в тыс. руб.	Значение на первое полугодие 2023 года в долях, %
Выручка от ОС «Astra Linux»	676187	67,01	2381066	76,55
Выручка от продуктов экосистемы ГК «Астра»	71806	7,12	198156	6,37
Суммарная выручка от программных продуктов	747993	74,13	2579222	82,92

* Составлено автором на основе: Инвесторам и акционерам // ГК «Астра» URL: <https://astralinux.ru/investors/> (дата обращения: 10.10.2023).

Предприятия, переходящие на импортозамещение, являются привлекательными с точки зрения инвестирования по нескольким причинам. Во-первых, государство оказывает поддержку российским производителям. Так, например, выделяются субсидии на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, компенсацию части за-

трат, связанных с выпуском и поддержкой гарантийных обязательств, финансовое обеспечение части затрат на создание научно-технического задела и т. д. В меры Правительства РФ также входят льготные кредиты, тарифы, квоты, гранты, кредитные каникулы, отсрочки разных видов. Во-вторых, отечественная продукция, аналогичная импортируемой из-за границы, пользуется и будет пользоваться большим спросом среди россиян. Это происходит не только из-за роста цен на импортную продукцию, потребление которой стало привычным для некоторых пользователей, но и невозможности ее приобретения в современных условиях в целом, что касается в том числе и наукоемкой продукции.

Так, например, о первичном размещении акций (IPO) объявила группа компаний «Астра», являющаяся по сути разработчиком альтернативы операционной системы Windows, которая ушла с российского рынка.

Так, при сравнении значений финансовых показателей первых полугодий 2022 и 2023 годов, можно сделать вывод о растущем спросе на отечественную операционную систему; увеличилась как доля программного продукта в выручке, так и сама выручка.⁷

В ходе IPO инвесторам предложат акции в ценовом диапазоне от 300 до 333 рублей, что соответствует рыночной капитализации компании 63–70 млрд рублей. Одними из ключевых факторов роста являются усиление тренда на цифровой суверенитет и цифровая трансформация отраслей, а на фоне санкций и ограничений по отношению к РФ ожидается еще больший рост спроса на отечественное ПО, поэтому инвесторам стоит рассмотреть этот вариант вложения денежных средств.

Таким образом, можно сделать вывод о неоднозначности характера инвестиционной деятельности в современных условиях. С одной стороны, нестабильность в мире приводит к неудовлетворительным результатам, в том числе потерям, но с другой – открывает перспективы и новые возможности для удачного вложения средств, что реализуемо на практике исключительно при принятии взвешенных инвестиционных решений.

* * * *

¹ Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»

² Базилевич А.Р., Шушанов Г.С. Понятие риска и неопределенности в разрезе инвестиционной деятельности коммерческих банков // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №4-2. С. 24 – 25.)

³ Акции «Яндекса» снизились на фоне заявлений Воложа // Ведомости URL: <https://www.vedomosti.ru/> (дата обращения: 10.10.2023).

⁴ Динамика официального курса заданной валюты // Банк России URL: https://cbr.ru/currency_base/dynamics/ (дата обращения: 10.10.2023).

⁵ Ключевая ставка Банка России // Банк России URL: https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/ (дата обращения: 27.10.2023).

⁶ Показатели, характеризующие импортозамещение в России // Федеральная служба государственной статистики URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11188> (дата обращения: 10.10.2023).

⁷ Инвесторам и акционерам // ГК «Астра» URL: <https://astralinux.ru/investors/> (дата обращения: 10.10.2023).

INVESTMENT ACTIVITY IN MODERN CONDITIONS: OPPORTUNITIES AND PROSPECTS

© 2023 **Yakovlev Roman Olegovich**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: yakroman@bk.ru

© 2023 **Streltsov Alexey Viktorovich**

Doctor of Economics, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: a.strelzov@inbox.ru

Currently, the problem of making investments is becoming particularly relevant due to the acute internal and external situation, starting from the weakening of the national currency in the Russian Federation and ending with the challenges of the outside world. In fact, a new reality is opening to investors, characterized by fluctuations in financial markets, so there is a need to adapt. This article discusses the features of investment activity in modern conditions, as well as its prospects.

Keywords: investments, investment activity, import substitution.

РЕКЛАМА КАК МЕХАНИЗМ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ И ОТНОШЕНИЙ

© 2023 Андросова Полина Витальевна*

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: polina_androsova_1998zz@mail.ru

В данной статье рассматривается влияние рекламы на разные сферы жизни общества. Описываются основные цели и отличительные особенности рекламы в каждой из сфер. Делаются выводы о роли рекламы в обеспечении контроля общественного мнения со стороны рекламодателей и получения ими обратной связи для успешной деятельности в соответствующей сфере.

Ключевые слова: маркетинг, рекламная деятельность, сферы общества, рекламодатели, целевой сегмент, позиционирование товара.

Реклама является основным элементом маркетинга, обеспечивающим распространение в различных формах информации о товарах, услугах предприятия для потребителей, изменение отношения людей к социальным проблемам, решение социокультурных проблем, ознакомление избирателей с кандидатом на выборы. В связи с этим реклама тесно связана с разными сферами жизни общества и оказывает на эти сферы серьезное влияние. В наиболее распространенном понимании реклама представляет собой любое обращение человека или организации, производящей товар или оказывающей услуги, направленное на повышение интереса со стороны целевого сегмента потребителей к предлагаемому товару или услуге и, в конечном итоге, повышение спроса и соответствующее улучшение экономических и финансовых показателей деятельности компании.

По мнению известного специалиста по рекламе, профессора И. Я. Рожкова, процесс передачи рекламной информации от рекламодателя до целевой аудитории можно разделить на три основных цикла. В своих научных трудах И. Я. Рожков обращает внимание на то, что в процессе формирования спроса на товар или услугу, а также управления сформированным спросом для стимулирования сбыта готовой продукции, необходимо учитывать регулярные изменения в отношении потребителей к тому или иному товару, а также факторы среды, окружающей потребителя. И. Я. Рожков считает, что роль рекламы заключается либо в использовании положительного отношения потре-

* Научный руководитель – **Рахматуллина Альбина Рустамовна**, кандидат экономических наук, доцент.

бителей к товарам и услугам, либо в изменении этого отношения в выгодную для рекламодателя сторону.¹

Рассмотрим подробнее три цикла передачи рекламной информации. Первый цикл заключается в воздействии информации о товаре или услуге на весь рынок. Среди всех элементов маркетинга реклама является единственным активным элементом в отношении рынка. Это позволяет данному элементу маркетинга обладать уникальной возможностью выхода за пределы внутрифирменного пространства. В свою очередь, потребители в лице предприятий и граждан, а также конкуренты рекламодателя реагируют на рекламу разным образом, позволяя рекламодателю получать обратную связь и контролировать результаты рекламной деятельности.

Во втором цикле передачи рекламной информации происходит активный обмен информацией между рекламодателем и внешними субъектами, основными из которых являются потребители рекламируемых товаров и услуг. Обмен информацией позволяет компании узнать о реакции целевой аудитории на товар или услугу, при необходимости изменить цену или функциональность, конструктивные элементы товара.

В третьем цикле из всех потребителей на рынке выделяется целевой сегмент, наиболее заинтересованный в конкретном товаре или услуге, после чего осуществляется позиционирование предлагаемого компанией товара или услуги в рамках отдельного сегмента рынка.² Рекламная информация распространяется преимущественно в пределах сегмента и позволяет компании получать обратную связь от потребителей, желающих приобрести рекламируемый товар или получить услугу.³ Со временем потребности целевого сегмента потребителей могут меняться, в связи с чем меняются и требования к функциональности и качеству предлагаемого товара. Компания реагирует на это путем инновационных изменений в товаре.

Коммуникации между рекламодателем и целевой аудиторией осуществляются не только в сфере производства и продажи товаров и услуг (экономическая сфера), но и во всех четырех основных сферах общества – политической, экономической, социальной и духовной. В социальной сфере реклама способствует достижению социальных целей всего общества, либо отдельной социальной группы, а также позволяет вырабатывать в обществе отрицательное отношение к поступкам и действиям, которые по общепринятым представлениям являются неприемлемыми. Социальная реклама также может решать и благотворительные задачи. Для того, чтобы рекламная информация относилась к категории социальной рекламы, в ней не должны присутствовать названия компаний или имена индивидуальных предпринимателей, а также не допускается упоминание конкретных марок и моделей товаров, произведенных для продажи, то есть, для осуществления предпринимательской деятельности. Главной целью социальной рекламы является изменение восприятия целевой аудиторией какой-либо социальной проблемы, а в долгосрочной перспективе – формирование новых социальных ценностей и соответствующих тенденций. Например, такими ценностями и тенденциями в последнее время являются стремление к ведению здорового образа жизни, борьба с загрязнением окружающей среды, негативное отношение к насилию над людьми и животными.

В экономической сфере компании осуществляют не только рекламу своих товаров и услуг⁴, но и так называемую «корпоративную рекламу». Основной целью корпо-

ративной рекламы является создание у целевой аудитории представления об особенностях, преимуществах компании в сравнении с конкурентами, рассказать о целях, основных ценностях и миссии компании. Иными словами, корпоративная реклама является нетоварной рекламой компаний, направленной не на донесение информации о товарах, а на создание благоприятного имиджа, хорошей репутации компании. Корпоративная реклама имеет большое значение, поскольку нередко бывает так, что потребители отказываются от покупки товаров определенной компании не из-за самого качества или цены товаров, а из-за несоответствия ценностей компании с ценностями потребителя. К примеру, если компания предлагает качественный товар по оптимальной цене, но при этом сильно загрязняет окружающую среду, создает неблагоприятные условия труда для своих сотрудников, то часть потребителей могут сделать свой выбор в пользу другой компании, даже если предлагаемые другой компанией товары имеют сравнительно низкое качество или более высокую цену.⁵

В политической сфере реклама является одним из каналов коммуникации политического лидера с его реальными и потенциальными избирателями. Целью политической рекламы является создание образа политического лидера, привлекающего целевую аудиторию, а также оказание влияния на избирателей таким образом, чтобы склонить избирателей к поддержке конкретного кандидата, либо политической партии на выборах. Политическая реклама обычно содержит наиболее важную для избирателей информацию о политическом лидере или партии, взглядах, предлагаемых изменениях кандидата в политической и других сферах общественной жизни, преимуществах в сравнении с другими политическими лидерами. Конечная цель политической рекламы – обретение кандидатом властных полномочий путем победы на выборах.

Важно отметить, что политическая реклама должна функционировать не только в период проведения избирательных кампаний, но и в период после выборов до следующей избирательной кампании, чтобы стабильно поддерживать интерес избирателей к политическому лидеру и повысить шансы на победу в следующих выборах. В политической сфере многие политики часто прибегают к помощи разных имиджмейкеров, консультантов, стилистов и других специалистов. Для рекламы политический лидер выбирает менеджера, ответственного за проведение политических PR-кампаний. В среднем реклама политика в СМИ, организуемая PR-менеджером, требует более 30% от всей суммы рекламного бюджета на избирательную кампанию. При этом, вознаграждение PR-менеджера составляет до 15% от суммы затрат на рекламу в СМИ.

В духовной сфере осуществляется реклама различных культурных ценностей. Рекламодателями в этой сфере в основном выступают некоммерческие организации. Реклама в духовной сфере нацелена, в первую очередь, на решение социокультурных проблем в обществе через формирование и укрепление нравственно-культурных ценностей. По своей сути реклама культурных ценностей является социальной рекламой, функционирующей в области культуры для решения проблем культурного развития общества. Важно отметить, что реклама в области культуры нацелена не только на то, чтобы привлечь внимание граждан и власти к разным проблемам в этой сфере, но и изменить отношение общества к этим проблемам, стимулировать к принятию конкретных действий для их решения.

Долгосрочной, глобальной целью рекламы в области культуры является изменение поведенческой модели, характерной для большей части общества. Важными составляющими поведенческой модели, к формированию которой стимулирует реклама культурных ценностей, является бережное отношение общества к культурному наследию, в частности, к памятникам культуры и истории, а также устойчивая поддержка значимых для общества ценностей.

Таким образом, на современном этапе своего развития реклама активно применяется во всех сферах жизни общества, обеспечивая взаимосвязь этих сфер и позволяя рекламодателям контролировать общественное мнение, изменять его в выгодную сторону для достижения текущих и стратегических целей.⁶ Полезная роль рекламы заключается в том, что она позволяет рекламодателю не только информировать целевую аудиторию, но и получать от аудитории обратную связь для дальнейших изменений в качестве и функциональности товаров производителями, изменения своей программы политическими лидерами, выявления отношения граждан и власти к проблемам в социальной и культурной сферах и изменения отношения в лучшую сторону.

* * * *

¹ Рожков, И. Я. Разработка и технологии производства рекламного продукта / И. Я. Рожков // Маркетинговые коммуникации, 2009. - № 2. –С. 405-406.

² Абаев, А. Л., Николаева, К. А. О снижении значения дифференциации бренда в условиях высокой конкуренции/ А. Л. Абаев, К. А. Николаева // Молодой ученый. – 2018. - № 37 (223). - С. 127-129.

³ Чеховских, Ю. А., Рахматуллина, А.Р. Особенности проведения рекламной кампании в интернет-пространстве // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. – 2021. – № 1. – С. 147-152. – DOI 10.46554/OP-MIE-2021.1-pp.147. – EDN NKCRMQ.

⁴ Анкудинова, М. В., Рахматуллина, А.Р. Стимулирование сбыта в розничной торговле // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2020. – № 1-1. – С. 217-219. – EDN HNHATI.

⁵ Сивакс, А. Н. Краудсорсинг как средство повышения эффективности деятельности предприятий / А. Н. Сивакс // Проблемы развития предприятий: теория и практика: Материалы 13-й Международной научно-практической конференции. Самара, 27–28 ноября 2014 года / Редакционная коллегия: Г.Р. Хасаев, С.И. Ашмарина (ответственный редактор), В.А. Пискунов, Е.П. Фомин, А.П. Жабин, А.В. Стрельцов, Б.Я. Татарских, Ю.В. Матвеев, Л.А. Сосунова, Е.В. Волкодасова, Е.В. Меденцева, А.Г. Абросимов, Р.Б. Некрасов, М.В. Симонова, О.В. Баканач, В.Б. Звоновский, Г.С. Розенберг, Н.А. Чечин, А.Е. Маршак, С.С. Комарова, З.Н. Семашкина. Том 1. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2014. – С. 217-218. – EDN TXDLVR.

⁶ Тойменцева, И. А. Влияние маркетинговых и управленческих решений на процесс оптимизации бюджета предприятия / И. А. Тойменцева, А. М. Михайлов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 12(134). – С. 16-19. – EDN WQPZDX.

ADVERTISING AS A MECHANISM OF PUBLIC RELATIONS

© 2023 Androsova Polina Vitalievna*

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: polina_androsova_1998zz@mail.ru

This article discusses the impact of advertising on various spheres of society. The main goals and distinctive features of advertising in each of the spheres are described. Conclusions are drawn about the role of advertising in ensuring the control of public opinion by advertisers and their receiving feedback for successful activities in the relevant field.

Keywords: marketing, advertising, activities, spheres of society, advertisers, target segment, product positioning.

КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2023 **Воинская Анастасия Валерьевна**

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Nastya14v@yandex.ru

© 2023 **Савенков Кирилл Игоревич**

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Nastya14v@yandex.ru

© 2023 **Шарикова Юлия Витальевна**

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: sharikovajv@mail.ru

В статье рассматривается роль менеджера в современных условиях, его компетенции. Выдвигаются глобальные тренды-возможности и угрозы для менеджеров в нынешних условиях. Описываются BANI-мир и SHIVA-мир, необходимые компетенции менеджеров в реалиях SNIVA-мира.

Ключевые слова: компетенции менеджера, современный менеджер, BANI-мир, SHIVA-мир.

В быстроизменяющихся условиях бизнес-среды XXI века, менеджерам необходимо обладать определенными актуальными компетенциями для управления современными компаниями и продвинутыми людьми. С динамичным проникновением цифровизации во все сферы деятельности, роль управленца становится все более весомой для бизнеса, так как именно такой сотрудник должен разбираться не только в своей профессиональной области, но и обладать необходимым багажом знаний в управленческой сфере и совершенствовать их с каждым днем. Действительно, менеджер способствует формированию и разработке оптимальных стратегий, планов развития компании. При любых обстоятельствах он обязан правильно организовать качественную работу подчиненных и своевременно следить за реализацией поставленных перед бизнесом целей. В.М. Шепель в своей книге «Человековедческая компетентность менеджера. Управленческая антропология для менеджеров» обращает внимание на то, что «наличие профессиональных менеджеров, а таковые, как правило, умны, традиционны, пунктуальны и несуетливы, является решающим условием эффективности работы делового социума»¹. Можно согласиться с мнением автора, так как организация может быть инновационной, с отличным техническим оборудованием, с квалифицированными сотрудниками, и в целом, финансово устойчива, но без образованного и эрудированного человека, разбирающегося во всех процессах, протекающих в органи-

ции, и умеющего правильно скоординировать работу подчиненных, компания не сможет добиться желаемой результативности и продуктивности.

Рассмотрим определение понятия «компетенция». А.В. Хуторской, Л.Н. Хуторская считают, что компетенция – «это совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов, и необходимых для качественной продуктивной деятельности в этой сфере»². Авторы считают, что компетенции - это целостная взаимосвязанная система знаний, которая помогает добиться успеха в необходимой области. Следовательно, можно утверждать, что компетенция – это совокупность личных качеств, знаний, умений, жизненного и профессионального опыта, которая необходима для успешного руководства и управления в современном мире. Компетенцию управленца можно определить путем решения реальных задач, достигнутые без каких-либо проблем или ошибок, которые в последствии приведут к успеху. Ведь именно полученные годами знания, навыки и опыт транслируют профессиональную компетентность современного менеджера, которую, в свою очередь, нужно постоянно развивать. Таким образом, понимаем, что в условиях новых возможностей и трендов, вызовов и угроз на первый план выходят вопросы о том, какие компетенции пригодятся современному менеджеру.

Ассоциацией менеджеров был проведен форум «Будущее управленческих профессий», на котором они рассмотрели посредством онлайн-опроса влияние глобальных трендов и угроз, включая последние события за три года, на формирование современных компетенций менеджеров³. В результате опроса выяснилось, что основным трендом «окно-возможностей» является прогрессивное внедрение IT-технологий в компании (умные системы, искусственный интеллект, нейросети) и способность с ними работать, а важнейшей угрозой – сокращение темпов инновационного развития России (возвращение к старым технологиям). Следовательно, проанализировав опрос, становится понятно, что в нынешнюю эпоху быстрого развития автоматизации и информационных технологий, современный менеджер обязан уметь адаптироваться к постоянным внешним изменениям. Так, возникли новые парадигмы BANI-мир и SNIVA-мир, описывающие новую реальность XXI века.

BANI-мир (хрупкий, тревожный, нелинейный, непостижимый) - это концепция новой тревожной реальности. «Хрупкость» говорит о том, что данный мир достаточно непостоянный, в котором может сломаться все, даже самое надежное. В современном деловом мире существует высокая степень неопределенности и риска, что делает компании уязвимыми. Данная парадигма отражает проблемы, с которыми сталкиваются организации на неустойчивом рынке, например, тотальное внедрение цифровизации во сферы жизнедеятельности, изменения потребительских предпочтений и возникновение глобальных кризисов. «Тревожность» относится к постоянным изменениям, в которых компаниям нужно не только выживать в условиях неопределенности, но и процветать благодаря этой неопределенности. Следовательно, остаются на рынке только те организации, которые смогли адаптироваться к переменам, извлекая из них преимущества и растущие возможности. «Нелинейность», в свою очередь, означает, что современный бизнес не является постоянным и предсказуемым. Вместо этого он характеризуется сложностью, противоречием и взаимосвязью различных факторов, которые

могут влиять на успех или неудачу компании. Концепция «Непостижимость» относится к огромному объему информации, его переизбытку, которая находится в доступе у всего мира. Сейчас компании сталкиваются с вызовом обработки и анализа больших данных, интернет - ресурсами, чтобы получить наиболее ценную информацию для принятия обоснованного решения.

Применение концепции BANI-мира можно найти в различных сферах бизнеса. Например, технологические компании должны постоянно адаптироваться к новым технологиям, внедрять их в свое производство и меняющимся потребностям рынка, чтобы оставаться конкурентоспособными. В секторе розничной торговли компаниям следует учитывать моментальные изменения в предпочтениях потребителей и использовать аналитические данные для принятия решений относительно ассортимента продукции и маркетинговых стратегий. Развитие цифровых технологий, меняет то, как и по какому принципу работает компания. Наиболее яркими примерами BANI - мира являются: глобальная пандемия COVID-19, карантин по всему миру, обострение внешнеполитических и экономических процессов. Например, крупнейший производитель программного обеспечения, компания Microsoft, использует концепцию BANI-мира, адаптируясь к изменениям в технологической сфере. Постоянно исследуют и разрабатывают инновационные продукты, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке. В целом, применение концепции BANI-мира в управлении поможет менеджерам создать гибкие и успешные организации, которые способны быстро приспосабливаться к внешним условиям и достигать финансовой стабильности, роста.

Следующей парадигмой является SHIVA-мир, который наступил не так давно. SHIVA-мир - это концепция, с которой люди, компании, весь мир сталкивается сейчас. В 2022 году ее предложил психолог М. Розин: «SHIVA означает крушение старого и зарождение нового мира»⁴. Данный акроним трактуется следующим образом: «Расщепленный, Ужасный, Невообразимый, Беспощадный, Возрождающийся». «Расщепленный и ужасный» говорит о том, что привычные для всех схемы и некие шаблоны уже не работают, а люди стали еще с большей силой ощущать чувство тревожности, опустошения и страха. «Невообразимый» подразумевает отсутствие уверенности в том, что принятое решение, в конечном итоге, приведет к какому-либо верному результату, так как строить прогнозы очень трудно, а иногда даже бессмысленно. «Беспощадный» - отсутствие возможности до конца понять происходящие события. Данная концепция заявляет – после кризиса мир изменится, и наступит новая ветвь развития, поэтому последний этап - возрождение. Это значит, что сегодняшний мир настолько сильно и быстро трансформируется, что должна закончиться эта эпоха и начаться новая, в которой, возможно, будут новые ценности и правила.

Разобравшись, что из себя представляет SHIVA-мир, приведем примеры компаний, которые использовали или используют данную концепцию. Google использует концепцию SNIVA-мира для управления рисками и разработки стратегий в своем бизнесе. Они анализируют потенциальные угрозы, такие как кибератаки или изменения в законодательстве, и разрабатывают стратегии для минимизации рисков. Amazon придерживается концепции SHIVA-мира для управления операциями и логистикой. Анализируют текущие процессы доставки и хранения товаров, и оптимизируют их для повышения эффективности и снижения затрат. Tesla, благодаря данной концепции, исследуют

и разрабатывают новые технологии в области электромобилей. Они анализируют потребности рынка и разрабатывают инновационные продукты, такие как электромобили и солнечные батареи.

М. Овчаренко в своей статье утверждает: «Мы всего за два года перепрыгнули из мира BANI, который характеризовалась хрупкостью, тревожностью и нелинейностью, в расщепленный и беспощадный мир SHIVA»⁵. В самом деле, BANI-мир - реальность, в которой возникла и быстро распространилась глобальная пандемия COVID-19 и всего по прошествии двух лет мир снова изменяется на SHIVA-мир – эра хаоса, отсутствие стабильности. Соответственно в новых реалиях данной концепции старые шаблонные методы управления работать не будут, поэтому на первый план выходят две вещи: моментальная адаптация и ценность команды. Сейчас современный управленец обязан постоянно обучаться, осваивать новые информационные технологии, быть гибким и формировать такие же навыки у своих подчиненных. Таким образом, менеджер играет ключевую роль в сплочении коллектива, которое поможет пережить и справиться со всеми трудностями нового угрожающего мира.

Стремительный переход BANI-мира на SHIVA-мир толкает современных менеджеров на развитие своих новых компетенций и обновление старых.

Так, одной из ключевых компетенций является умение стратегически мыслить и оперативно принимать решения. В нашем постоянно прогрессирующем и турбулентном мире управленцам нельзя просто плыть по течению и выполнять обыденные рабочие функции. Любой менеджер должен мыслить на перспективу, на будущее. Необходимо быстро подстраиваться под сложившиеся обстоятельства, находить альтернативные возможности выхода из проблемной ситуации, стремиться разрабатывать и реализовывать различные тактики, стратегии для достижения качественного и количественного результата.

Другой важной компетенцией будет являться навык личной эффективности менеджера, так как четкое распределение, алгоритмизация своих действий, управление собственной скоростью принятия тех или иных решений, умение критически мыслить, выдержка и стрессоустойчивость, смекалка, развитие интуиции и эмоционального интеллекта помогают управленцу систематизировать свой драгоценный ресурс - время. Все это позволяет менеджеру правильно организовать не только свою работу, но и работу подчиненных.

Этичность менеджера – следующая немаловажная компетенция. Действительно, человеческие отношения чаще всего основываются на доверии и эмпатии, ровно таким же образом формируется и рабочий коллектив. Продвинутые эксперты и молодые компетентные сотрудники в наших реалиях всегда делают выбор в пользу комфорта и здорового психоэмоционального состояния, поэтому не будут терпеть надменного отношения со стороны руководителя. Когда менеджер показывает свой интерес к идеям, которые предлагают его сотрудники, поддерживает, сопереживает, мотивирует и разумно контролирует, тогда построятся доверительные отношения как внутри рабочей команды, так и по отношению к начальству. Такая компетенция особенно ценна для современного менеджера, которая существенно облегчит разрешение каких-либо конфликтных ситуаций в коллективе, поможет команде работать и улучшит рабочий процесс в целом.

Подводя итог, можно сделать вывод, что реальность постоянно подталкивает людей к новому, иногда даже непредсказуемому опыту, к усовершенствованию имеющихся знаний, навыков, то есть формированию компетенций. Современный менеджер обязан использовать в своей деятельности не только системные и линейные подходы, но также должен управлять своими личными характеристиками, уметь стратегически мыслить даже в неизвестной ситуации, построить доверительные отношения с рабочей командой. Быть гибким, амбициозным, уметь адаптировать себя и свою рабочую команду. Стало понятно, что будущее всех компаний зависит от багажа знаний и постоянного формирования новых необходимых для современных условий компетенций менеджера, и те менеджеры, которые идут в ногу со временем, успешно наращивая их, помогут добиться поставленных перед компанией целей.

* * * *

¹ Шепель В.М., Человековедческая компетентность менеджера. Управленческая антропология для менеджеров». – Москва: Народное образование, 1999.

² Хуторской А.В., Хуторская Л.Н. Компетентность как дидактическое понятие: содержание, структура и модели конструирования // Проектирование и организация самостоятельной работы студентов в контексте компетентностного подхода: Межвузовский сб. науч. тр. / Под ред. А.А. Орлова. - Тула: Изд-во Тул. гос. пед. унта им. Л.Н. Толстого, 2008. - Вып. 1. - С.117-137.

³ Форум «Будущее управленческих профессий». Топ менеджер: взгляд 350. 27.09.2022. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/Telegram%20Desktop/b4aa63cb7c80da05eb26bc9220744436.pdf>

⁴ VUCA, BANI и SHIVA: буквы, объясняющие мир, РБК. 11.07.2023. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/62866fde9a794701a4c38ae4>

⁵ Овчаренко М., Мы теперь живем в мире SHIVA: как помочь сотрудникам не сойти в нем с ума и оставаться продуктивными. 12.07.2023. URL: <https://maximovcharenko.ru/myi-teper-zhivem-v-mire-shiva-kak-pomoch-sotrudnikam-ne-sojti-v-nem-s-uma-i-ostavatsya-produktivnyimi.html?ysclid=loehja37cy987995340>

⁶ Кутуев А.В., Шарикова Ю.В. Развитие моделей по управлению изменениями и актуальные задачи в современных условиях // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 21-й Международной научно-практической конференции, 23-24 ноября 2022 года: в 2 частях. – Ч. 1. – Самара: Изд-во СГЭУ, 2022. – С. 176-179.

MANAGER'S COMPETENCIES IN MODERN CONDITIONS

© 2023 **Voinskaya Anastasia Valeryevna**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Nastya14v@yandex.ru

© 2023 **Savenkov Kirill Igorevich**

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Nastya14v@yandex.ru

© 2023 **Sharikova Yuliya Vitalevna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: Sharikovajv@mail.ru

The article examines the role of a manager in modern conditions, his competencies. Global trends are being put forward-opportunities and threats for managers in the current conditions. BANI-world and SHIVA-world are described, the necessary competencies of managers in the realities of the SNIVA-world.

Keywords: manager competencies, modern manager, BANI-world, SHIVA-world.

СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

© 2023 Волкодавова Елена Викторовна
доктор экономических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: vev.sseu@gmail.com

Импортозамещение является в настоящее время стратегическим ориентиром развития российской экономики. В статье рассмотрены базовые внутриэкономическая и внешнеэкономическая стратегии импортозамещения, охарактеризованы ключевые стратегии и экосистема, создающие условия для дальнейшего развития импортозамещения в российской экономике.

Ключевые слова: импортозамещение, стратегии, внутриэкономическая, внешнеэкономическая, импортозамещаемые элементы, направления импортозамещения, экосистема импортозамещения.

Политика импортозамещения применяется во многих странах мира. Ее цель – обеспечение развития промышленности и секторов экономики, достижение независимости выполнения ключевых производственных бизнес-процессов от зарубежных контрагентов, обеспечение национальной безопасности и экономического роста. Проблема импортозамещения в российской экономике существовала давно, но особенно остро она встала перед российскими производителями в 2014 году, в период первой волны санкционного давления недружественных государств. И в настоящее время организация импортозамещения продолжает оставаться насущной задачей для российской экономики, т.к. в современных условиях хозяйствования является эффективным средством обеспечения устойчивых темпов производства необходимой продукции, работ, услуг.

Для успешного обеспечения экономики страны необходимыми товарными группами в условиях непрекращающегося санкционного давления, важен выбор стратегий импортозамещения, применение которых наиболее оптимально в современных условиях ведения бизнеса. Проанализировав современные параметры экономической среды и ее ключевые факторы: политические, интеграционные, экономические (в т.ч. объемы экспортно-импортных операций российских операторов ВЭД), можно сделать вывод, что процессы импортозамещения охватывают не только внутриэкономическую, но и внешнеэкономическую деятельность предприятий и организаций.

Рассмотрим основные базовые стратегии, которые в настоящее время могут успешно использовать российские производители для обеспечения непрерывного бесперебойного производства необходимых: продукции, услуг, работ промышленного характера.

К первой базовой стратегии относим внутриэкономическую, которая направлена на обеспечение развития импортозамещения на базе российских предприятий и производств. Причем это импортозамещение должно производиться не только по готовой

продукции, но и по ее узлам и комплектующим, материалам, технологиям, оборудованию и другим импортозамещающим элементам. Согласно современным рыночным тенденциям при организации импортозамещения на внутреннем рынке, могут применяться любые технологии, не обязательно инновационные. Необходимые для организации импортозамещения технологии могут быть привлечены во внутреннюю экономику за счет создания российско-зарубежных предприятий.

Ко второй базовой стратегии относим внешнеэкономическую, которая направлена на импортные поставки продукции, ее элементов, оборудования, технологий и пр. из дружественных стран.

Конечно не все товарные группы и компоненты импортозамещения могут быть произведены на российских предприятиях. Есть товарные группы и элементы, которые относятся к неконкурентному импорту, т.е. их невозможно произвести силами российских производителей. В этом случае необходимо искать пути альтернативного импортозамещения через импортные поставки из дружественных стран

В результате реализации обеих стратегий, при достижении заданных объемов импортозамещающей продукции и технологий определенного уровня качества, возможна их экспортная поставка в другие страны. В этом случае возникает вопрос межстрановой конкурентоспособности, такая продукция должна обладать высоким качеством.

В настоящее время нельзя отдать предпочтение какой-то одной стратегии. Каждая из них успешно применяется в зависимости от отраслевой принадлежности импортозамещаемой продукции и потребности в ней, уровня технологической применимости оборудования, финансовой и технологической возможности организации импортозамещающих производств.

Процессы импортозамещения успешно осуществляются отечественными производителями. Такое успешное импортозамещение стало возможным, когда с 2014 года, периода первых санкций, в российской экономике начала создаваться экосреда, позволяющая осуществлять его заданными темпами в нужном направлении.

Действенными элементами этой экосреды являются: национальные проекты в области импортозамещения, нормативные и законодательные акты, обеспечивающие приоритеты для национальных производителей и гарантирующие их поддержку.

В 2016 году вышли постановления Правительства №925 об установлении приоритетов российских товаров перед иностранными при закупках ¹, в 2020 году – постановления Правительства № 616² и № 2014 ³, которые устанавливали минимальную обязательную долю закупок отечественных товаров и запрет на допуск иностранных товаров при осуществлении закупок для госнужд.

Важным документом, принятым после введения санкций в отношении России стал закон от 08.03.2022 № 46 – ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты»⁴, который предусматривает комплекс мер поддержки не только российского бизнеса, но и граждан.

Если рассматривать стратегические перспективы импортозамещения в России, то в феврале 2023г. ученые Высшей школы экономики, при участии РСПП и Института исследований и экспертизы ВЭБ.РФ представили научный доклад «Импортозамещение в России: вчера и завтра»⁵. В нем говорится, что несмотря на то, что импортоза-

висимость российской экономики на сегодня составляет не более 39%, остается еще много задач, которые необходимо решить. В частности, следует переориентировать импорт из недружественных стран на импорт из дружественных стран. В докладе раскрываются новые факторы развития импортозамещения, такие как: развитие человеческого капитала, ориентация на инвестирование с целью создания новых технологий, стимулирование участия субъектов малого и среднего бизнеса, активных участников рынка, в производственных цепочках создания ценности, активное использование возможностей по освоению новых производств и продуктов, а также выхода на новые рыночные ниши. В докладе

представлены новые стратегические направления для развития импортозамещения (ссылка) в отраслевом разрезе. К ним относятся: авиастроение, биоиндустрия, медицина, легкая промышленность, фармацевтика, отдельные сегменты ИТ, электроника, автомобилестроение.

Несмотря на то, что импортозависимость российской экономики, в целом, составляет не выше 39 %, есть отрасли, где ее уровень достигает более 80%, например, станкостроение, электронная промышленность. Для дальнейшего развития экосреды импортозамещения Минпромторгом России создан сервис «Биржа импортозамещения»⁶. Цель создания биржи – обеспечение оптимального взаимодействия поставщиков и покупателей импортозамещаемых элементов отечественного производства. На сайте биржи производители могут разместить информацию об импортозамещающих товарах, работах или услугах, которые они производят. Сервис реализован на электронной торговой площадке Газпромбанка на базе Государственной информационной системы промышленности (<https://etpgpb.ru/portal/import-substitution/>). Удобство этого сервиса заключается в том, что импортозамещающая продукция приобретается напрямую от производителя без дополнительных согласований и посредников., сокращается время ее закупки на электронной площадке. В настоящее время в ГИСП зарегистрировано более 14 тысяч пользователей – промышленных предприятий.

Учитывая вышеизложенное, можно утверждать, что успехи российских производителей за годы санкционного давления убедительно доказывают их способность не только находить новые возможности и горизонты для развития отраслей и секторов российской экономики, но и производить инновационные товары, полностью делающие отечественную экономику независимой от зарубежных акторов мирового рынка.

* * * *

¹ Постановление Правительства РФ от 16 сентября 2016 г. N 925 "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" (с изменениями и дополнениями) Электронный ресурс <https://base.garant.ru/71492106/>, (Дата обращения 10.10.2023)

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 без-

опасности государства" https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_351809/, (Дата обращения 12.10.2023)

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) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_370114/, (Дата обращения 12.21.2023)

⁴ Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 08.03.2022 N 46-ФЗ (последняя редакция) Электронный ресурс https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411095/, Дата обращения (15.10.2023)

⁵ Я. Кузьминов, Ю.Симачев, М. Кузык, А.Федюнина, А. Жулин и др. Импортозамещение в российской экономике: вчера и завтра». Электронный ресурс: <https://www.hse.ru/news/expertise/814559899.html>, (Дата обращения 01.10.2023)

⁶ Минпромторг России запустил онлайн-сервис «Биржа импортозамещения». Электронный ресурс: <https://admnvrsk.ru/o-gorode/novosti/glavnye-novosti/news-01042022192432-106907> / (Дата обращения 10.10.2023)

IMPORT SUBSTITUTION STRATEGIES IN THE MODERN RUSSIAN ECONOMY

© 2023 Volkodavova Elena Viktorovna
Doctor of Economics, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: vev.sseu@gmail.com

Import substitution is currently a strategic guideline for the development of the Russian economy. The article examines the basic domestic and foreign economic strategies of import substitution, characterizes the key strategies and ecosystem that create conditions for the further development of import substitution in the Russian economy.

Keywords: import substitution, strategies, internal economic, foreign economic, import-substituting elements, directions of import substitution, import substitution ecosystem.

ОРГАНИЗАЦИЯ НАБОРА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

© 2023 Динукова Олеся Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: odinukova@yandex.ru

© 2023 Динуков Руслан Ринатович

студент
Санкт-Петербургский государственный университет
E-mail: st097281@student.spbu.ru

В статье представлена сущность набора и отбора персонала, перечислены этапы отбора и набора персонала в организации, обоснована необходимость поиска специалистов в соответствии с целями и нуждами компании.

Ключевые слова: набор персонала, отбор персонала, управление персоналом.

Рыночная экономика не может существовать без конкуренции, и одним из главных рычагов для победы в конкурентной борьбе предприятий является квалифицированный персонал. Именно от него зависит успех любой организации. Особенно важным является подбор высшего звена менеджеров организации. Развитие рыночной экономики требует от предприятий эффективного управления и грамотного распределения ресурсов, в том числе трудовых¹.

Набор и отбор кадров – важнейшая часть управления организацией в целом. Для получения результата необходимо сопоставить требования работодателя и квалификацию кандидата. Определение набора персонала можно сформулировать как комплектацию штата организации, а также создания резерва персонала, на случай будущих изменений (декретный отпуск, пенсия и др.).

Отбор персонала – это технология, благодаря которой возможен выбор кандидата на определенную должность, с учетом требований, предъявляемых к этой должности.

Процесс начинается с отбора кандидатов. Организация оценивает их навыки, уровень компетенции и подбирает наиболее подходящих им людей на вакантное место. При этом, конечно же должна обеспечиваться удовлетворенность самих работников и возможность полного раскрытия и использования их возможностей.

Набор специалистов происходит с использованием определенных правил и процедур. Самое важное – это отбор только тех кандидатов, профессионализм и личностные навыки которых устраивают работодателя. Чтобы осуществлять такой узконаправленный отбор необходимо отбирать людей, подходящих по ряду критериев, а также непосредственно готовых к выполнению трудовых обязанностей².

Менеджмент компании должен установить цель набора каждого сотрудника. Это может быть поиск высококвалифицированного персонала с высоким образовательным уровнем, коммуникабельного персонала, умеющего легко строить диалог с коллегами и клиентами или людей, готовых работать долгое время в учреждении, расти вместе с ним и т.п.

При наборе персонала необходимо решить следующие задачи:

- 1) определить потребность в сотрудниках при текущей стратегии организации;
- 2) провести анализ по имеющимся вакансиям, с формулировкой примерных требований, которые предъявляются к кандидатам на вакантную должность;
- 3) определить четкие квалификационные требования, предъявляемые к кандидатам;
- 4) определить личностные и профессиональные качества, необходимые кандидату на данную должность;
- 5) определить способы и методы поиска подходящих кандидатов, поиска источников кадрового пополнения;
- 6) выбрать методы отбора персонала на вакантное место, позволяющие наиболее эффективно оценить пригодность кандидатов;
- 7) непосредственный поиск и наем персонала;
- 8) создать благоприятные условия для вливания нового человека в компанию и максимально быстрого выхода на требуемый уровень результатов трудовой деятельности.

При появлении вакантной ставки подбор кандидатов начинается с определения того, какой именно сотрудник необходим на данное место. Каждая должность должна регламентироваться должностной инструкцией, в которой прописывают все профессиональные требования, предъявляемые к должности. Вторым моментом является определение необходимых личностных качеств работника. В инструкции они не закрепляются, но являются не менее важными, чем квалификационные. Далее рекрутеры начинают отбор кандидатов, наиболее подходящих по заданным параметрам.

Технология набора персонала конкретной организации зависит от многих факторов, таких как отрасль и специфика его работы, стратегия компании, кадровой и управленческой политики, количества и качества персонала организации. Поэтому единственно правильной и идеальной технологии не существует. Однако, существуют несколько стандартных научно-методических принципов организации набора персонала³:

- 1) комплексность предполагает детальное рассмотрение кандидата по всем параметрам, изучение профессиональных навыков, личностных качеств, сбор сведений с предыдущего места работы, мнение бывших коллег и так далее;
- 2) объективность предполагает подтверждение ранее выявленных качеств на каждом из последующих этапов отбора, собеседование разными лицами (чаще всего сначала рекрутер, затем непосредственный начальник будущего сотрудника) для исключения субъективной оценки в решении о найме персонала;
- 3) непрерывность предполагает постоянную непрекращающуюся работу по поиску и отбору персонала, в том числе для пополнения кадрового резерва;

4) научность предполагает использование научно-технического прогресса, а именно новейших технологий в данной области, для более грамотного и эффективного набора персонала.

Одним из главных негативных сценариев при подборе персонала является субъективная оценка кандидата, в том числе принятие решение исходя из первого впечатления о человеке. Научный подход помогает избегать субъективных оценок. Необходимо проводить более четкий анализ всех деталей, привлекать дополнительные источники информации, быть более гибким в корректировке своей оценки на всех этапах набора персонала. Однако, несмотря на научный подход, решение о приеме человека на работу часто происходит именно с субъективной оценкой. Речь идет о симпатии и антипатии к кандидату от лица руководителя. Так как именно он принимает решение, вероятность приема на работу сотрудника, который по личностным качествам не устроил руководителя, мала.

Таким образом, можно сделать вывод, что удовлетворение спроса организации в квалифицированных кадрах – это основная задача найма и отбора персонала.

Компании сталкиваются с рядом трудностей, которые приводят к снижению эффективности подбора персонала и в целом работы предприятия. Наиболее распространенными являются следующие:

- отсутствие плана – нет четкого понимания, когда, куда и сколько необходимо кадров;
- отсутствие качественной работы с откликами – нет оперативной и качественной работы с откликами на вакансии;
- субъективизм при подборе персонала – решение о найме происходит исходя из симпатии или антипатии руководителя к кандидату.

Главной функцией управления персоналом организации является обеспечение организации необходимой квалифицированной рабочей силой в полной мере. Без реализации данной функции организация не сможет осуществлять свою работу.

Набор персонала представляет собой сложную процедуру действий. Он предполагает поиск кандидатов, проведение испытаний через систему отбора. Результатом является отказ или заключение договора с кандидатом.

На первом этапе происходит планирование организацией трудовых ресурсов. Именно на этом этапе собирается необходимая информация о количестве необходимо персонала, характера работы, профессиональных навыках и личностных качеств претендентов. Происходит анализ информации, который приводит к формированию четких требований к кандидату, претендующему на вакантную должность.

Со стороны кандидата также проводится данный этап. Человек, ищущий работу, должен определить какой характер работы ему необходим, условия, удовлетворяющие его потребности, уровень заработной платы и т.д.

По итогу проведения планирования с обеих сторон возникает возможность контакта работодателя и работника по вакантной должности.

Важно отметить, что часто данный процесс со стороны соискателей не прорабатывается должным образом. У людей часто отсутствует стратегия карьеры, они не знают зачем и куда хотят двигаться в ближайшей перспективе. У них у самих часто нет ответа на вопрос «Почему именно вас должны нанять на данную должность?». Из этого

как следствие вытекает неверный выбор в профессии, некорректная формулировка желаемых условий труда.

Финалом сбора необходимой информации является формирование требований к будущим кандидатам. Это следующий этап найма персонала. На основании имеющейся информации определяются знания, навыки, которыми должен обладать будущий сотрудник, деловые качества, черты характера, опыт работы и так далее. То есть определяется необходимый минимум, которым должен обладать кандидат, претендующий на вакантную должность.

После определения четких требований запускается процесс поиска человека, который бы смог удовлетворить данные критерии. На данном этапе определяются методы набора персонала, источники, а также необходимое количество кандидатов.

Источники набора персонала разделяют на внешние и внутренние.

Внутренние источники находятся непосредственно внутри компании и не выходят за ее пределы. Это может быть рассылка в почте на всех сотрудников, газета предприятия, объявление на информационном стенде, обращение к руководителям с просьбой выдвинуть кандидатов, анализ личных дел сотрудников, обращение к базе карьерных предпочтений персонала (если она есть).

Внешние источники соответственно находятся вне предприятия, именно так ищут кандидатов со стороны. Это могут быть: услуги аутсорсинга, то есть привлечение специализированных компаний; изучение баз службы занятости населения; использование специальных сайтов; реклама в СМИ и Интернет; неформальный поиск (то есть по рекомендации знакомых уже имеющих сотрудников); обращение в ВУЗы и колледжи и др.

Оба вида источников имеют свои плюсы и минусы.

Преимуществом внутреннего поиска является снижение уровня текучести кадров и экономия ресурсов на поиск и адаптацию новых сотрудников. Помимо того работник знает организацию изнутри, то есть быстро может показать результаты на новой должности, а работодатель уже знает сильные и слабые стороны работника, его потенциал. Недостатками тут является маленький выбор, а также отсутствие свежих мыслей и новых идей.

Преимуществом внешнего поиска является широкий выбор кандидатов, приток в компанию «нового ума», а значит свежих идей. Минусом являются траты на поиск и адаптацию нового сотрудника, повышение уровня текучести, отсутствие карьерного роста у уже имеющих сотрудников. Последнее может привести к потере хороших уже имеющих кадров.

После поиска кандидатов начинается один из самых важных этапов – отбор персонала. Это основная движущая сила процесса набора персонала. Именно на этапе отбора должна быть достигнута цель обеспечения организации квалифицированными кадрами. Каждая организация определяет для себя систему отбора, этапы и их последовательность.

Выделяют 7 этапов отбора персонала.

Предварительная беседа позволяет выявить информацию о кандидате, его навыки, личностные качества. Важно, что беседу должны проводить компетентные сотрудники организации, способные ответить на вопросы кандидата, задать корректные

вопросы для определения уровня его соответствия требованиям. Это предварительный этап, на котором кандидат поверхностно знакомится с организацией, а организация с кандидатом.

Далее наступает следующий этап – анкетирование. Кандидат заполняет анкету, которая позволяет глубже понять его профессиональные навыки, прошлый опыт работы, склад ума и так далее. Анкета соотносится с требованиями к должности.

На этапе интервью кандидат может выяснить всю необходимую ему информацию об организации. Проводит его кадровый работник или руководитель. Проводится полное тестирование потенциального кандидата и в случае его не соответствия требованиям, отказывается.

Профессиональное тестирование более глубокое, чем анкетирование и направлено уже непосредственно на навыки, необходимые в работе на конкретной должности. Этот этап позволяет узнать и оценить скорость и точность выполнения работы, провести анализ мышления и устойчивости внимания кандидата.

Проверка рекомендаций – важный этап. Простой работодатель может дать объективную характеристику. Также можно обратиться к бывшим коллегам кандидата. Часто рекомендации запрашивают в том случае, если срок работы на прошлом месте составляет менее года. HR-специалистам необходимо детально изучить рекомендации, благодарственные письма и так далее.

Следующий этап актуален не для всех отраслей. Он заключается в прохождении работником медицинской комиссии.

Заключительный этап – принятие решения. Именно на нем делается окончательный выбор наиболее подходящего кандидата, оформляются необходимые документы.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что отбор персонала – многоэтапный процесс, направленный на обеспечение организации персоналом. На каждом этапе существуют свои задачи, которые он призван решить. Каждая организация решает сама сколько этапов ей необходимо для утверждения претендента на вакантную должность.

Так как процесс отбора состоит из нескольких этапов, то на каждом этапе отсеиваются менее подходящие кандидаты. Будущий сотрудник должен пройти все этапы отбора.

В современном мире ключевым этапом является этап собеседования сотрудника или этап интервью⁴. На данном этапе соотносится требования кандидата к вакансии и требования организации к будущему сотруднику. Очень важно, чтобы эти требования совпадали, для того, чтобы избежать найма на работу тех, чьи ожидания не может оправдать фирма или наоборот. Если упустить данный момент, то в организации может возрасти уровень текучести кадров, что негативно скажется на работе организации в целом.

Итак, можно сформулировать главные предпосылки эффективного закрытия потребностей предприятия в кадровых ресурсах:

- 1) своевременность и четкость предоставления информации о необходимых кадровых ресурсах подразделениями организации в службу персонала;
- 2) детализация данной информации, с указанием необходимых навыков кандидата, претендующего на вакантное место⁵.

Таким образом, отбор и набор персонала - один из важных этапов в системе управления персоналом любой организации, необходимый для привлечения квалифицированных специалистов и для успешного поддержания конкурентоспособности.

* * * *

¹ Динукова, О.А. Совершенствование системы подбора персонала [Текст] / О.А. Динукова // Экономика и предпринимательство. 2023. №4 (153). С. 1355-1338.

² Богатырева, И.В. Теоретические аспекты подбора персонала: современные реалии [Текст] / И.В. Богатырева, Л.А. Илюхина // Экономика и предпринимательство. 2023. №3 (152). С. 977-983.

³ Богатырева, И.В. Оценка результативности набора и отбора персонала в организации [Текст] / И.В. Богатырева // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. №2-1. С. 127.

⁴ Динукова, О.А. Совершенствование отбора персонала [Текст] / О.А. Динукова // Экономика и предпринимательство. 2022. №8 (145). С.1037-1041.

⁵ Асеев А.В., Чудаева А.А. К вопросу об оценке экономической эффективности системы развития персонала предприятия // Проблемы совершенствования организации и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. 2020. № 1. С. 16-20.

ORGANIZATION OF RECRUITMENT AND SELECTION OF PERSONNEL

© 2023 Dinukova Olesya Anatolyevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: odinukova@yandex.ru

© 2023 Dinukov Ruslan Rinatovich

Student
St. Petersburg State University
E-mail: st097281@student.spbu.ru

The article presents the essence of recruitment and selection of personnel, lists the stages of selection and recruitment in the organization, justifies the need to find specialists in accordance with the goals and needs of the company.

Keywords: recruitment, personnel selection, personnel management.

НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРОЕКТОВ В ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

© 2023 Егоров Дмитрий Николаевич

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: demik777@yandex.ru

Четвертая промышленная революция предполагает изменения в способах управления проектами и требует от руководителей проектов адаптации к новым потребностям и ожиданиям отрасли, реагируя на развитие новых технологий, внедрение цифровых продуктов и искусственного интеллекта. Эти изменения несут как новые возможности, так и новые вызовы для менеджеров проектов.

Ключевые слова: проектный менеджмент, руководитель проекта, цифровые продукты, цифровизация, новые вызовы, устойчивое развитие.

В настоящее время все мировые экономики переживают фазу серьезных преобразований во всем, что связано с технологиями, с тем, как ведется бизнес и как работает производство. Доступность технологий, использующих искусственный интеллект, Интернет вещей, роботизация, будут продолжать способствовать созданию новых продуктов и новых услуг, которые, как правило, повышают эффективность человеческого труда, общества и компаний. Четвертая промышленная революция вызывает ожидаемые изменения на рынке труда, связанные с исчезновением некоторых более рутинных и рабочих мест связанных с физическим трудом (главным образом в промышленности и сельском хозяйстве), особенно на работах, требующих меньшей квалификации, в тоже время создаются новые рабочие места, связанные с развитием, обслуживанием и администрированием новых технологий и сервисов, а также рабочие места, связанные с творческим интеллектом, организационными изменениями или социальным интеллектом.

Все эти изменения напрямую связаны и влияют на проектное управление и эффективность работы проектных менеджеров. По-настоящему успешный Руководитель проектов будущего будет больше заниматься стратегией, чем тактикой, уделяя повышенное внимание работе с бизнес-лидерами для быстрого и поэтапного внедрения преимуществ изменения для поддержки общей бизнес-стратегии¹. В рамках развития четвертой промышленной революции и эволюции самого управления проектами, Менеджерам проектов также придется адаптироваться к новой реальности. Профессор Северо-Восточного университета в Бостоне в области управления проектами Chris Bolick², резюмирует, что менеджеры проектов могут осуществить цифровую трансформацию в своей деятельности используя четыре различных подхода:

1. Способствовать быстрой изменений

Цифровая трансформация - это гораздо больше, чем простое увеличение вычислительной мощности компьютеров. В ходе цифровой трансформации меняются техно-

логические возможности компаний, внутренние ресурсы (как технические, так и человеческие), меняется подход и требования клиентов. Руководитель проекта помимо того, что сам должен адаптироваться к этой новой реальности, но и должен сам играть более значимую роль в определении ценности продукта, оказывать максимальное содействие творчеству, открытости и повышению гибкости проектной команды, выступая в качестве проводника изменений и быть лидером этих изменений.

2. Развитие интеллектуальных способностей

Цифровая трансформация потребует серьезной эволюции лидерских качеств руководителей. К настоящему времени двумя ведущими из десяти основных лидерских качеств станут когнитивная гибкость и эмоциональный интеллект. Joseph E. Aoun, президент Северо-Восточного университета в Бостоне считает³ что включение этих двух характеристик в список наиболее важных навыков 2020 года подчеркивает их особую значимость. Лидеры, способные развить в себе и применять эмоциональный интеллект и когнитивную гибкость, демонстрирующие критическое мышление и анализ, будут находиться в авангарде цифровой трансформации и Четвертой промышленной революции.

3. Изменение отношения к ресурсам

Руководители проектов должны принять и осознать, что проектные команды в новой реальности, в рамках цифровой трансформации, будут состоять не только из стандартных, уже привычных ресурсов. Команды могут состоять как из традиционных существующих специалистов, так и абсолютно новых специалистов, быть многофункциональными и использовать передовые робототехнические и вычислительные системы. Менеджеры проектов должны будут создавать и руководить командами, в которых необходимо будет соблюдать баланс между "oldschool" знаниями и новым опытом цифрового мира. Кроме того, особое внимание будет уделяться непредвзятости, когнитивным навыкам и эмоциональному интеллекту. Эти качества будут востребованы работодателями для эффективного преобразования имеющихся ресурсов в цифровые трудовые ресурсы.

4. Совершенствование эмоционального интеллекта

Новые вызовы и цифровая трансформация бизнеса потребует от лидеров баланса между инновациями и хаосом со стабильностью организационных процессов. По мере того как все больше организаций будут внедрять искусственный интеллект и передовую робототехнику в свою деятельность, лидерство будет все меньше зависеть от людей с титулами и все больше - от органичных процессов совместной работы. Эта новая динамика требует, чтобы функции управления и руководства проектом пересекались и основывались на совместных знаниях для смягчения организационной политики. Важность взаимоотношений и эмоционального интеллекта по-прежнему будет иметь решающее значение для руководителей проектов, поскольку они способствуют развитию взаимоотношений, поддержанию мотивации и эффективности в команде.

Согласно мнению экспертов⁴, для того чтобы быть руководителями проектов в век цифровой трансформации, менеджеры проектов должны совершенствовать свои навыки и адаптироваться к меняющимся потребностям рынка. В прошлом, в основном, рассматривались чисто технические навыки, однако в текущей ситуации, для успешной профессиональной деятельности, необходимы и социальные навыки, все большее

значение приобретает умение интерпретировать данные, что подчеркивает важность использования Business Intelligence (BI), позволяющего получить более глубокие знания о внутренней и внешней среде и тем самым повышать конкурентные преимущества компаний и успешность будущих проектов. Руководители проектов в современном меняющемся мире, помимо наличия технического профиля в своей области компетенции, должны обладать способностью работать с данными (знать методы, концепции и инструменты по сбору и моделированию данных, уметь использовать BI и/или Big Data), составлять и, главным образом, интерпретировать данные для принятия решений в условиях глобализации корпоративной среды.

Проектные менеджеры должны будут применять все более разнообразные комбинации инструментов, сервисов и консалтинговых услуг для максимального удовлетворения потребностей современных компаний. Масштабирование цифрового бизнеса потребует от руководителей проектов принятия новых подходов к стратегическому планированию и исполнению, а также к реализации успешных практик и программ по преобразованию бизнеса. Менеджеры проектов так же должны находить способы внедрения упрощенных способов использования нескольких типов инструментов Проектного менеджмента для поддержки как принятия решений, так и их исполнения без введения избыточности технологий. Последние цифровые тенденции в развитии бизнеса ставят перед рынком Проектного менеджмента ряд новых вызовов, на которые еще будет необходимо найти ответы. Появляются новые подходы к стратегическому планированию и исполнению, требующие применения более инновационных технологий управления проектами. Спрос на новейшие цифровые технологии (например, искусственный интеллект и роботизированная автоматизация процессов на всех рынках корпоративного ПО) оказывает давление и на поставщиков на рынке Проектного менеджмента⁵. По мнению Anthony Henderson и его коллег вызовы, связанные с новыми цифровыми технологиями, для рынка Проектного менеджмента включают в себя следующие проблемы:

1. Согласование и управление реализацией стратегии

Очень значимым фактором при выборе стратегии реализации проекта является ее максимальное соответствие стратегии организации. Это важный фактор успеха для новых проектов, и также очень важно, чтобы заинтересованные стороны (stakeholders) были максимально вовлечены в сам проект и понимали ход реализации проекта;

2. Непрерывное изменение

Мы живем в глобализованном мире с быстрым развитием технологий, поэтому менеджеры проектов должны быть нацелены на работу в условиях постоянных и непрерывных изменений. Проектный менеджмент - это очень важный инструмент, позволяющий компаниям ориентироваться на инновации и эволюцию, поддерживать диверсифицированное предложение на рынке, не концентрируясь на нескольких позициях, поскольку те, кто не развивается, вряд ли будут успешны и смогут выжить в изменяющемся мире. Важная роль в этом отношении отводится руководителю проекта. В своей работе Chris Bolick (2019) говорит о важности содействия со стороны stakeholders гибкости и поддерживать предложенные изменения, предложенные руководителем проекта как агентом, реагирующим на цифровую трансформацию и технологические изменения. Известно много компаний, которые исчезли из-за отсутствия инноваций и пони-

мания пути изменения технологий и потребностей клиентов. Возьмем, к примеру, историю с Kodak, крупной американской транснациональной корпорацией в области фотографии, которая, отказавшись от инвестиций в цифровую технику и сделав ставку на традиционную пленку, в итоге проиграла и практически исчезла с рынка. Таким образом, инновации и открытость к новым технологиям имеют фундаментальное значение для успешности компании в условиях все более глобальной экономики и необходимости перехода на более высокий уровень конкурентоспособности и цифровизации;

3. Поддержка перехода от проектно-ориентированного управления к управлению цифровыми продуктами

Переход от управления на основе проектов к управлению на основе цифровых продуктов уже стал реальностью. Это означает необходимость дальнейшего развития в направлении создания совместных команд исполнителей, а также необходимость обеспечения ресурсной поддержки управления цифровыми продуктами (Henderson et al., 2019). Управление на основе цифровых продуктов даст преимущества перед конкурентами, которые будут продолжать делать ставку только на традиционную логику управления на основе проектов;

4. Финансирование и обеспечение ресурсами гибких инвестиций (agile investments)

Развитие технологий и стремительные перемены заставляют компании вкладывать значительные средства в цифровые и agile investments, чтобы добиться ожидаемого результата и получить более серьезную нишу на рынке своих услуг или товаров. Для этого бизнес и технологические команды должны быть тесно связаны и согласованы, а инвестиции должны рассматриваться не только с точки зрения времени окупаемости проектов, но и с точки зрения долгосрочного развития технологий и цифровизации компаний;

5. Финансирование и обеспечение ресурсами цифровых продуктов

Если рассматривать вопрос финансирования и обеспечения ресурсами проектов, связанных с цифровыми продуктами, то необходимо адаптировать менталитет и культуру руководителей, в том числе и менеджеров проекта, к глобальной перспективе изменения подхода, к формированию портфеля проектов, ориентированного на цифровые продукты. Как отмечает Henderson, A с коллегами в своей статье (Henderson, 2019), в будущем мы будем иметь больше организаций с корпоративным офисом управления проектами, программами или продуктами (project, program or product management office (PMO)), ориентированным на интеграцию и более широкое использование цифровых продуктов и программ, что будет являться фундаментом успешности компании или сервиса на рынке;

6. Технологии управления проектами с поддержкой ИИ

Менеджеры проектов пытаются найти современные технологии для оптимизации и поддержки новых ролей, обязанностей и методов реализации своей функции руководителя. Применение искусственного интеллекта к технологиям и областям, поддерживающим Проектный менеджмент, представляется многообещающим решением этой проблемы, но, к сожалению, до сих пор рынок инструментов для Проектного менеджмента с поддержкой AI все еще находится в зачаточном состоянии и не раскрыл весь

широкий потенциал применения цифровых продуктов и искусственного интеллекта в управлении проектами;

Таким образом, Руководители проектов должны быть проводниками цифровой трансформации и в своей деятельности стратегию реализации проектов соотносить со стратегией своей организации. Менеджеры проектов должны быть не только техническими специалистами в области своих проектов, но и уметь эффективно использовать преимущества новых цифровых технологий и новых сервисов обмена информацией, доступных с помощью Business Intelligence и Big Data. Они также должны уметь использовать новые возможности, предоставляемые инструментами искусственного интеллекта, Интернета вещей.

Как мы видим, для Менеджеров проекта существуют новые технологические вызовы, на которые должны они отреагировать и ответить, при этом, в новом цифровом мире, необходимо не упустить из виду важность пяти "P" - People, Planet, Prosperity, Processes и Products, заботясь о планете, следуя этическим принципам и принципам устойчивого развития.

* * * * *

¹ KPMG; AIPM; IPMA (2019). "The Future of Project Management: Global Outlook 2019". Project Management Survey 2019, KPMG International Cooperative, Australian Institute of Project Management, International Project Management Association. November 2019.

² Bolick, C. (2019). How can Project Managers Prepare for the Fourth Industrial Revolution?. Northeastern University, Boston // <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/project-management-fourthindustrial-revolution>

³ Aoun, J. E. (2017). Robot-Proof: Higher Education in the Age of Artificial Intelligence. USA: MIT Press.

⁴ Melanima, L. (2018). "Quarta Revolução Industrial e o Gestor de Projetos 4.0" // <https://www.linkedin.com/pulse/quarta-revolu%C3%A7%C3%A3o-industrial-e-o-gestor-deprojetos-40-lucas/>

⁵ Henderson, A.; Stang, D.; Schoen, M. (2019). Magic Quadrant for Project and Portfolio Management. Gartner, Published 21 May 2019 - ID G00366297, <https://www.gartner.com/en/documents/3917095/magic-quadrant-for-project-and-portfolio-management>.

NEW CHALLENGES FOR PROJECT MANAGERS IN THE DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

© 2023 Egorov Dmitry Nikolaevich

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: demik777@yandex.ru

The fourth industrial Revolution involves changes in the ways of project management and requires project managers to adapt to the new needs and expectations of the industry, responding to the development of new technologies, the introduction of digital products and artificial intelligence. These changes bring both new opportunities and new challenges for project managers.

Keywords: project management, project manager, digital products, digitalization, new challenges, sustainable development.

МЕНЕДЖМЕНТ В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

© 2023 Жабин Александр Петрович

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: apzhabin@yandex.ru

В контексте глобальных изменений, связанных с совершающимся ныне переходом к многополярному мироустройству, рассматриваются пути дальнейшего развития менеджмента как практики, науки и образовательного направления. Анализируется действующая система подготовки специалистов по менеджменту в экономических вузах, предлагаются меры по ее совершенствованию.

Ключевые слова: управление, менеджмент, организационное развитие, жизненный цикл организации, образовательные программы, перспективы трудоустройства выпускников.

Мир быстро меняется. Эти изменения идут во всех сферах человеческой жизни, на всех ее уровнях и с нарастающей скоростью. Есть основания опасаться, что адаптационные способности человека в ближайшем будущем не смогут обеспечивать его контроль за происходящими изменениями, в результате чего ход событий может стать неуправляемым и, возможно, губительным для человеческой цивилизации.

В этой связи перед наукой в целом и, прежде всего, перед социальными и гуманитарными науками встает задача исследования в приоритетном порядке динамических характеристик изучаемых явлений. В науке об управлении в социальных и экономических системах, называемой ныне менеджментом, вполне закономерно появилось новое направление - управление изменениями. Родоначалником этого направления считают К.Левина, разработавшего и опубликовавшего в 1951 г. известную сейчас всем модель организационных изменений («размораживание – движение – замораживание»)[см.1]. Разработке теоретических и прикладных аспектов исследований в области управления изменениями посвятили свои труды такие видные теоретики менеджмента как П.Друкер², И.Адизес³, а также авторы из сферы консалтинга [см., например, 4]. В России такие исследования стали проводиться позже [см., например, 5].

В качестве инструментального ядра вырисовалась теория жизненного цикла организации (ЖЦО), рождение которой связывают обычно с именем Ларри Грейнера, опубликовавшего в 1972 г. в журнале Harvard Business Review статью «Эволюция и революция в процессе роста»⁶. Хотя статья и не была пионерной, но аналогия изменений, происходящих в организации в процессе ее становления и развития, с изменениями в живом организме на протяжении его жизненного цикла от рождения и до смерти, была представлена так удачно, что она стала считаться классической и побудила к разработке этой темы большое число исследователей. (Обзор важнейших исследований см. в хрестоматии ⁷).

Хотя с методологической точки зрения аналогии между организациями и живыми организмами нельзя считать безупречными, что убедительно доказала еще в 1952 г.

Эдит Тилтон Пенроуз⁸, концепция ЖЦО и до сих пор остается популярной среди теоретиков и практиков управления и является предметом изучения во всех вузовских курсах менеджмента.

Модель ЖЦО, как показывает опыт ее практического применения, действительно может служить полезным инструментом в проведении организационных изменений. Однако нужно понимать, что времена меняются. Глобализация и сетевизация на фоне происходящего ныне перехода к многополярному мироустройству, вносят в картину развития менеджмента новые факторы изменений.

К ним относят обычно обусловленные санкционными ограничениями новые конфигурации рынков сбыта и рынков закупок товаров и услуг, новые технологии финансовых расчетов и поиска кредитных ресурсов, политику государственной поддержки экономической активности. Менее заметными и обсуждаемыми являются подвижки в сторону усиления роли государства в выстраивании стратегий бизнеса и возрождения роли идеологии в стимулировании трудовой и предпринимательской активности⁹.

Между тем это все есть объективно необходимые шаги в рамках процесса перестройки российского менеджмента в соответствии с условиями переходного периода – от однополярного к многополярному мироустройству. Если уподобить его эволюцию тому процессу, что описывается в стандартной модели ЖЦО, и выделить в качестве стадий: 1) рождение, 2) рост, 3) зрелость, 4) старость, 5) смерть – то сейчас можно констатировать с достаточным основанием, что доминирующая в большинстве стран мира, в том числе и в России, американская модель менеджмента ввиду ее несоответствия национальным ценностям и интересам вошла в этих странах в предфинальную стадию.

Эта стадия - доминирование бюрократии и аристократии на базе технологического превосходства (отчасти мнимого) - совсем недавно представлялась нам совсем в другом свете. Сравнивая системы менеджмента различных стран и констатируя наличие двух тенденций в их развитии – конвергенции и дивергенции – мы полагали более позитивной и перспективной тенденцию к конвергенции и считали ее основным фактором технологического взаимодействия. Так, например, в учебнике для вузов «Сравнительный менеджмент», изданном в 2008 году, можно прочитать: «...необходимо подчеркнуть выдающуюся роль технологии в формировании деловой культуры и наибольшее воздействие в плане конвергенции человеческих сообществ. Унификация технологий сближает системы образования в разных странах. Это, в свою очередь, направляет техническое развитие примерно в одно русло и, что более важно, формирует схожий образ мыслей и систему ценностей»¹⁰.

Собственно и сейчас эта мысль является правильной, если проецировать ее на далекое будущее, в котором мироустройство будет многополярным, и каждая из стран будет иметь возможность развивать свою культуру, ценности и участвовать в мировом процессе развития технологий. Но особенностью переживаемого в настоящее время исторического периода является доминирующая роль одного государства, в основе которой лежит его экономическая мощь и укорененность представлений о превосходстве американского менеджмента по отношению к иным системам управления, практикуемым в других странах.

Конвергенция получается таким образом односторонней и по факту представляет собой навязывание одной единственной модели управления всем остальным странам мира. А поскольку однополярное устройство мира не может обеспечить реализацию общепланетарного потенциала социального, экономического и технологического развития, всем странам предстоит пройти трудный путь борьбы за правильное, многополярное мироустройство. Составной частью этого процесса должны стать диктуемые временем изменения в управлении экономикой и социумом в целом.

Но что именно диктует время, и каков, соответственно, должен быть характер изменений? Должны ли они быть как можно более точным отражением национальной культуры страны и особого характера ее народа?

Или ориентиром должна служить некая усредненная мультикультурная модель управления?

Думается, что правильный ответ находится, как всегда, посередине между приведенными крайними вариантами. И его расположение в континууме между этими вариантами не постоянно. В силу закона пульсации в разные периоды истории превалирует тяготение либо к тому, либо к другому полюсу.

Если наложить на это классическую модель К.Левина (размораживание – движение – замораживание), то можно констатировать, что с 90-х годов прошлого века и до недавнего времени шло движение в сторону глобализации. Но в настоящее время вектор изменений поменял свое направление, и ход этих изменений направлен в сторону замораживания сложившейся симбиотической модели управления.

Нельзя, конечно, исключить иные варианты развития событий, каковыми могут быть дальнейшее обострение международных отношений или, что более вероятно, укрепление экономических и культурных связей между странами, противостоящими однополярному мироустройству. В последнем случае естественным образом будет происходить также и сближение систем управления.

Что касается возможности упомянутых иных вариантов событий, то это не просто дежурная констатация вероятностного характера прогнозов. Это констатация более сложного наблюдаемого явления – экспоненциального ускорения развития социума. Такого рода ускорение приводит к тому, что картина будущего меняется кардинально. Она становится все менее определенной и предсказуемой. Футурологи характеризуют ее условно, используя акронимы английских терминов, как VUCA-мир и BANI-мир, идущие на смену прошлому SPOD-миру, признаками которого были устойчивость, предсказуемость, простота и определенность. VUCA-мир, начало которого относят в 80-м годам прошлого века, описывался в терминах: изменчивость, неопределенность, сложность, неоднозначность. Мир, начинающийся для бизнеса нового поколения с 2020 года, BANI-мир, описывается уже в несколько иных метафорических терминах как мир: хрупкий, тревожный, нелинейный и непостижимый.¹¹

Можно, конечно, спорить относительно терминов и их интерпретации, но бесспорно то, что среда бизнеса с каждым годом становится все более динамичной и менее предсказуемой. Из этого вытекает, что все стратегии, как корпоративные, так и персональные, должны оцениваться и строиться теперь по-другому – с учетом характера нового мира. Высшим критерием качества стратегий должна стать готовность компании к любым поворотам в ходе событий.

Аналогичное суждение справедливо и по отношению к стратегиям и долгосрочным планам каждой отдельно взятой личности. На практике это особенно значимо при выборе образовательной траектории молодыми людьми, намеревающимися посвятить какой-либо бизнес-профессии.

В совсем недавнем прошлом вузы считали правильным предлагать абитуриентам выбор из максимально широкого спектра узко специализированных образовательных программ. Исходили из того, что богатство выбора есть благо для абитуриента. Результатом была значительная доля выпускников, не работающих по полученной специальности. Сейчас, в условиях нарастающей изменчивости и непредсказуемости деловой среды, это явление станет еще более выраженным. Правильной стратегией становится получение в молодом возрасте универсальных высококлассных профессиональных и общекультурных компетенций, позволяющих без серьезных финансовых, временных и моральных издержек изменять свою специализацию и осваивать новые области профессиональной деятельности.

* * * *

¹ Классики менеджмента. Энциклопедия / Под ред. М. Уорнера – СПб.: Питер, 2001, с. 429-431.

² П. Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке. – М.: изд. Дом «Вильямс», 2001.

³ И. Адизес. Управление жизненным циклом корпорации – М.: изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2014.

⁴ Д. Коэн. Суть перемен: путеводитель. Инструменты и тактика руководства преобразованиями в компании. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007.

⁵ Кандрашина Е.А. Результативное управление организационными изменениями // Российская наука: актуальные исследования и разработки. - Самара, изд-во СГЭУ, 2016.

⁶ L. Greiner. Evolution and revolution as organizations grow. – Harvard Business Review. July-August, 1972, p. 37-48.

⁷ Управление изменениями: Хрестоматия. 2-е изд., Высшая школа менеджмента СПбГУ – СПб, изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010.

⁸ E. Penrose. Biological analogies in the theory of the firm. The American Economic Review. 42(5), 1952, p. 804-830.

⁹ А.П. Жабин. Основные векторы изменений в управлении предприятиями в условиях перехода к многополярному мироустройству. // Проблемы развития предприятий: теория и практика. Материалы 21-й Международной научно-практической конференции, 24-25 ноября 2022 г. Часть 2. – Самара, СГЭУ, 2022, с. 146-150.

¹⁰ С.Э. Пивоваров, И.А. Максимцев. Сравнительный менеджмент. 2-е изд. – СПб, Питер, 2008, с. 62.

¹¹ Трансформация современного мира: SPOD – VUCA – BANI. Сайт ЦДО СИУ РАНХиГС – <https://youtube.com.t.me>s/cdo.ranera> (дата обращения 08.11.2023 г.)

MANAGEMENT IN A CHANGING WORLD

© 2023 Zhabin Alexander Petrovich

Doctor of Economics, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: apzhabin@yandex.ru

In the context of global changes associated with the ongoing transition to a multipolar world order, the ways of further development of management as a practice, science and educational direction are considered. The current system of training management specialists in economic universities is analyzed, measures for its improvement are proposed.

Keywords: management, management, organizational development, the life cycle of the organization, educational programs, employment prospects of graduates.

АДАПТАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НЕПУБЛИЧНОЙ КОМПАНИИ В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

© 2023 Жалнин Василий Владимирович*

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kodeks.samara@rambler.ru

Глобальная неопределенность и экономическая турбулентность сопряжены с ростом предпринимательских рисков, как объективных, свойственных любой деятельности, так и субъективных, зависящих от управленческих решений, принимаемых руководителями компаний. Ключевое значение в данной связи имеют риски корпоративного управления. В статье рассмотрены возможности трансформации системы корпоративного управления непубличной компании, являющейся субъектом малого и среднего бизнеса, с целью адаптации к возникающим в процессе экономической деятельности рискам и вызовам, меняющимся целям и задачам.

Ключевые слова: система корпоративного управления, риски, адаптация.

Компании малого и среднего бизнеса, не являющиеся публичными, зачастую, имеют большие возможности для трансформации своей структуры и системы управления по сравнению с крупными публичными корпорациями, что дает им возможность более оперативно и эффективно отвечать на возникающие в процессе их деятельности вызовы и риски, а также адаптироваться к меняющимся условиям, целям и задачам¹. На уровне корпоративного управления определяются важнейшие цели компании, а также решаются ключевые задачи, необходимые для достижения поставленных целей. Кроме того, в рамках проектируемой и используемой системы корпоративного управления должны решаться проблемы согласования интересов участников корпоративных отношений, распределения корпоративных рисков и ответственности между ними². Для российских непубличных компаний, относящихся к сфере малого и среднего бизнеса, характерна вовлеченность собственников не только в процесс принятия решений на уровне корпоративного управления, но и на уровне оперативного управления текущей деятельностью предприятия. Другими словами, собственники малого и среднего бизнеса в России, как правило, готовы принимать на себя максимум полномочий по управлению компанией, в том числе, тех, которые относятся к компетенции исполнительных органов (высшего менеджмента)³. При этом, далеко не всегда собственники компаний осознают, насколько тесно связаны объем полномочий и принимаемые решения с соответствующими корпоративными рисками и корпоративной ответственностью. Соответственно, на практике при проектировании системы корпоративного управления в целом и отдельных ее элементов в частности, мало внимания уделяется управлению кор-

* Научный руководитель - Волкодавова Елена Викторовна, доктор экономических наук, профессор.

поративными рисками и распределению корпоративной ответственности между собственниками компании, членами органов управления и иными лицами, принимающими ключевые корпоративные решения.

В деятельности непубличных компаний малого и среднего бизнеса очень часто возникают новые условия и риски, а также меняются цели и задачи, требующие адаптации их систем корпоративного управления. Необходимость такой адаптации может быть вызвана, например, реализацией того или иного инвестиционного проекта, требующего привлечения дополнительного заемного капитала, либо увеличения уставного капитала. Необходимость расширения географии бизнеса компании путем создания дочерних организаций также будет сопряжена с изменением системы корпоративного управления. Кроме того, целый ряд рисков, в том числе, корпоративных, может потребовать доработки и адаптации к ним системы корпоративного управления компании. К таким рискам можно отнести, в частности, риск возникновения неплатежеспособности, риск утраты (снижения) корпоративного контроля, риск возникновения корпоративных конфликтов, в том числе, риск возникновения конфликта интересов и т.д.⁴.

Адаптационные возможности системы корпоративного управления непубличной компании малого и среднего бизнеса к меняющимся условиям, целям и задачам, а также возникающим рискам представлены в таблице.

**Варианты трансформации системы корпоративного управления
с целью адаптации к изменяющимся условиям ведения бизнеса, рискам, целям
и задачам непубличной компании**

Примеры факторов, провоцирующих трансформацию	Трансформация основных элементов системы корпоративного управления непубличной компании в сфере малого и среднего бизнеса			
	Состав участников корпорации и размер уставного капитала	Органы управления компании и их полномочия	Корпоративный договор	Дочерние компании и управление ими
1	2	3	4	5
Необходимость реализации инвестиционного проекта	Может потребовать увеличения уставного капитала путем привлечения в компанию дополнительных участников, что, в свою очередь, вызовет необходимость изменения состава и полномочий органов управления компании, заключения корпоративного договора. Также может быть привлечен сторонний инвес-	Изменит состав высшего органа управления компании. Может потребовать создания совета директоров, либо расширения его состава, а также создания нескольких единоличных исполнительных органов, действующих независимо друг от друга, либо одного исполнительного органа, состоящего из нескольких лиц,	Сделает целесообразным заключение корпоративного договора между прежними и новыми участниками с целью регламентации порядка и способов осуществления их корпоративных прав, обеспечения взаимных интересов. Либо, заключения договора между участниками	Инвестиционный процесс может включать в себя приобретение долей в уставном капитале другой компании, либо, создание дочерней компании с внесением в ее уставный капитал имущества или денежных средств. Это потребует внесения в уставы обеих компаний положений о порядке управления дочер-

1	2	3	4	5
	тор, не входящий в состав участников, но требующий установления определенного контроля над компанией в период реализации инвестиционного проекта	действующих совместно	и сторонним инвестором, который обеспечит его права в период реализации инвестиционного проекта	ней компанией и (или) заключения договора между ними, регламентирующий процесс управления
Риск возникновения неплатежеспособности компании	Может потребовать санации путем увеличения уставного капитала компании за счет дополнительных взносов участников или третьих лиц, входящих в состав участников компании, может вызвать необходимость изменения состава и полномочий органов управления компании, заключения корпоративного договора	Может привести к изменению состава и полномочий органов управления компании, а также к созданию новых органов управления (совета директоров, новых исполнительных органов). Данные изменения в системе органов управления компании, как правило, происходят в интересах санаторов	По требованию санаторов может быть заключен корпоративный договор, предоставляющий им особые возможности для осуществления их корпоративных прав в период санации, а также ограничивающий возможности осуществления корпоративных прав остальными участниками компании	С целью предотвращения возникновения неплатежеспособности может потребоваться продажа долей в дочерних компаниях, что исключит из системы корпоративного управления элементы, связанные с управлением дочерними обществами. В некоторых случаях, напротив, возможно создание дочернего общества с внесением в его уставный капитал наиболее ликвидных и (или) прибыльных активов
Необходимость расширения географии бизнеса	Может потребовать увеличения уставного капитала за счет внесения дополнительных вкладов участниками или за счет привлечения новых участников. Либо, привлечения стороннего инвестора (кредитора) без увеличения уставного капитала	Может изменить состав высшего органа управления компании, а также потребовать создания совета директоров, либо расширения его состава, а также создания нескольких единоличных исполнительных органов, действующих независимо друг от друга	Может потребовать заключения корпоративного договора между участниками, либо договора, аналогичного корпоративному, между участниками и инвесторами (кредиторами)	Может потребовать приобретения долей в компаниях, работающих в других регионах, либо, создания дочерних компаний с нуля. Это создаст необходимость решения вопросов о порядке и способах управления дочерними обществами

1	2	3	4	5
Риск утраты (снижения) корпоративного контроля	Для снижения данного риска возможно установление ограничения на увеличение уставного капитала крупнейшими участниками без согласия остальных, а также запрет (ограничение) на привлечение новых участников.	Возможно расширение представительства участников, владеющих небольшими долями, в совете директоров, а также увеличение количества голосов при голосовании на общем собрании для принятия решения об увеличении уставного капитала.	Возможно внесение в корпоративный договор положений об ограничении (запрещении) ряда корпоративных действий, способных привести к утрате (снижению) корпоративного контроля частью участников компании.	Могут быть ограничены полномочия исполнительных органов материнской компании по продаже долей в дочерней компании. Такие решения могут быть отнесены к компетенции общего собрания участников материнской компании.
Риск возникновения корпоративных конфликтов	Целесообразна четкая регламентация и учет интересов всех действующих участников при увеличении (уменьшении) уставного капитала, привлечении, исключении, выходе участников. Это достигается посредством включения соответствующих положений в устав и (или) в корпоративный договор.	Введение требования о подтверждении нотариусом состава участников и решений, принимаемых ими на общих собраниях. Создание совета директоров и допуск к его работе представителей всех групп участников. В некоторых случаях, создание единоличного исполнительного органа, состоящего из нескольких лиц, действующих совместно.	Заключение корпоративного договора между всеми участниками с целью регламентации порядка и способов осуществления их корпоративных прав, обеспечения взаимных интересов.	Выбор наиболее оптимального в каждом конкретном случае типа корпоративного управления дочерними компаниями, который бы обеспечивал необходимый уровень корпоративного контроля со стороны материнской компании, но, в то же время, давал определенную автономию дочерней компании и соблюдал интересы других ее участников.

Таким образом, можно сделать вывод о наличии широких возможностей для адаптации системы корпоративного управления непубличной компании малого и среднего бизнеса к меняющимся условиям, целям и задачам, а также возникающим рискам. В представленной выше таблице отражены лишь некоторые ситуации и риски, а также варианты адаптации к ним. В практике корпоративного управления могут применяться и иные адаптационные возможности к различным условиям ведения бизнеса, помогающие решать возникающие бизнес-задачи и достигать поставленных целей⁵.

* * * *

¹ Багрянцев А. Н. Организационно-экономический механизм управления рисками корпоративных отношений : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Самара, 2010. 23 с.

² Гутников О. В. Корпоративная ответственность в гражданском праве. М. : Ин-т законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ, 2019. 488 с.

³ Долгопятова, Т. Г. Корпоративное управление в России: акционерная собственность и корпоративный контроль в компаниях / Т. Г. Долгопятова // World. — 2015. — Т. 54, № 2. — С. 471—517.

⁴ Федорова Е.А. Влияние корпоративной культуры на банкротство российских предприятий на основе метода Partial Least Squares Path Modeling // Корпоративные финансы. – 2016 – М. № 2 (2016). – С. 108.

⁵ Chan, C.Y., D. W. Chou, J. R. Lin, and F. Y. Liu. (2016). The Role of Corporate Governance in Forecasting Bankruptcy: Pre- and Post- SOX Enactment. North American Journal of Economics and Finance 35: 166–188; Daily, C. M., and D. R.

ADAPTATION CAPABILITIES OF THE CORPORATE GOVERNANCE SYSTEM OF A NON-PUBLIC COMPANY IN THE FIELD OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS

© 2023 Zhalnin Vasily Vladimirovich
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: kodeks.samara@rambler.ru

Global uncertainty and economic turbulence are associated with an increase in business risks, both objective, inherent in any activity, and subjective, depending on management decisions made by company leaders. Corporate governance risks are of key importance in this regard. The article examines the possibilities of transforming the corporate governance system of a non-public company, which is a small and medium-sized business, in order to adapt to the risks and challenges that arise in the process of economic activity, changing goals and objectives.

Keywords: corporate governance system, risks, adaptation.

СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ В НОВОЙ ДОЛЖНОСТИ

© 2023 Илюхина Лариса Алексеевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: laresa@inbox.ru

© 2023 Костюкова Екатерина Дмитриевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kkatrinkos@mail.ru

В статье проанализированы стратегии адаптации руководителей в новой управленческой должности. Отмечены характерные особенности данного процесса, рассмотрены ключевые стадии и классификация основных видов адаптации. Проанализировано содержание адаптационной программы для управленческого персонала. Предложены универсальные условия успеха работы нового руководителя в новой должности.

Ключевые слова: управленческий потенциал, руководящий состав, должность, стратегии адаптации, условия успеха, человеческие ресурсы.

Сотрудники – важнейший ресурс любой компании. От квалификации и профессионализма сотрудников зависит результат производственно-хозяйственной деятельности и уровень конкурентоспособности организации в целом. Но все это трудно достижимо без рационального управления/распоряжения человеческими ресурсами и организационной составляющей, то есть умелого руководства. В современном менеджменте вопросу подготовки управленческих кадров уделяется достаточно большое внимание. Одним из ключевых моментов формирования и развития управленческого потенциала является процесс адаптации руководителей в новой должности, что весьма актуально, как для отдельно взятой компании, так и современного рынка труда в целом¹.

Переход на новую должность, не зависимо от кадровой перестановки (повышение или понижение), в большинстве случаев реализуется не по инициативе (желанию) самого работника (и порой такой переход противоречит его амбициям). Сотруднику предстоит сделать весьма сложный выбор (каждый вариант имеет свои плюсы и минусы, риски и ответственность), что с точки зрения физиологических особенностей и психологии может послужить поводом для возникновения как стресса, так и профессионального кризиса (более негативная стадия)^{1, 2}. Трудности поначалу могут возникать из-за ранее занимаемого положения в трудовом коллективе, например, при управлении своими коллегами, взаимодействие с которыми были на равных. Решение текущих задач может быть отлично от ожидаемого результата, при этом будут непонятны многие административные моменты, возможно недопонимание и невосприятие всерьез со стороны персонала, возникнут коммуникации с незнакомыми людьми и более «высоким»

руководством. Поэтому необходима профессиональная «перестройка» под новые должностные обязанности (не зависимо от занимаемого уровня в компании/организации: мастер, начальник участка/подразделения или топ-менеджер), то есть необходим процесс адаптации.

Выделяют 4 ключевых стадии процесса адаптации нового руководителя, а именно³:

- Идентификация целей (знание глобальных целей, принципов функционирования и мировоззрения организации, постановка текущих целей для реализации всего запланированного);

- Организация трудового процесса (распределение задач сотрудникам, разграничение обязанностей и организация слаженной совместной деятельности);

- Решение задач (контроль исполнения поручений на всех этапах реализации поставленных задач, фокусирование внимания на достижении благоприятного итогового результата);

- Делегирование (координация работы персонала/подразделения, корректировка приоритетных целей/задач и путей их решения, постановка ответственных поручений компетентным кадрам, развитие собственных навыков и компетенций путем анализа своей управленческой деятельности).

В табл. 1 представлена классификация существующих видов адаптации новичка в новой должности с описанием факторов, влияющих на нее.

Таблица 1

Виды адаптации и факторы, влияющие на нее*

№ п/п	Наименование	Факторы, влияющие на адаптацию
1	Производственная адаптация	
1.1	Профессиональная	Специфика трудовой деятельности, особенности организации труда, производственные факторы и условия
1.2	Психофизиологическая	
1.3	Социально-психологическая	Взаимоотношения в коллективе, коммуникации
1.4	Организационно-административная	Организационная структура, штатное расписание
1.5	Экономическая	Зарплата и поощрение труда
1.6	Санитарно-гигиеническая	Трудовой распорядок, дисциплина на рабочем месте, безопасность труда и защита от негативного воздействия факторов производства
2	Внепроизводственная адаптация	
2.1	Бытовая	Жилищный вопрос, льготы, распределение места в детском саду для ребенка и др.
2.2	Коммуникационная	Неофициальное общение с коллегами (вне рабочего времени)
2.3	Отдых и досуг	Спортивно-развлекательные мероприятия, культурные заведения, санаторно-профилактические учреждения

* Составлено автором на основе: С чего начать руководителю на новом месте: 7 ключевых действий [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://netology.ru/blog/06-2020-pervyj-mesjac-rukovoditelja>.

Все выше перечисленное справедливо для работников любого звена, не зависимо от занимаемой должности, статуса и перечня обязанностей.

Необходимо отметить, что во многих современных организациях нет четко сформированной программы адаптации руководителя к новой должности. В основном используются обобщенные программы для всех сотрудников без исключения с целью ознакомления с деятельностью компании, структурой, внутренними правилами (уставом) и коллективом. Однако процесс адаптации руководителей весьма сложен, чем это представляется на первый взгляд, требует более индивидуального подхода (это нужно, например, если профессиональные навыки и компетенции менеджера значительно выше компетенций и опыта персонала, сотрудники не смогут однозначно воспринимать поставленные задачи и указания).

Можно выделить следующие ключевые стратегии начала работы руководителей в новой должности^{4, 5}:

- *Выжидательная* - предполагает изучение текущей ситуации и проблем подразделения, а также особенностей работы прежнего руководителя. Она включает в себя мониторинг текущей ситуации, анализ существующих проблем, разбор деятельности предшествующего руководителя, изучение не реализованных проектов/задач, проработка управленческой стратегии;

- *Критическая* - строится на основе анализа управленческой деятельности предшественника и выявлении различных недочетов, стремлении сразу все привести в порядок; в большинстве случаев такой подход заканчивается неудачей и более длительным периодом адаптации;

- *Традиционная* - предполагает продолжение управленческой деятельности предшествующего руководителя, повторение прежних приемов, применение устоявшихся принципов и подходов к организации производственного и трудового процессов;

- *Рациональная* - предполагает охват нескольких направлений деятельности для решения текущих задач, организацию трудового процесса, распределение обязанностей и «зон» ответственности у персонала. Многозадачность начинающего руководителя при такой стратегии приносит благоприятный результат при соответствующей его отдаче. В процессе реализации этой стратегии необходимо постепенно учить подчиненных работать по-новому, поставив им конкретные цели и задачи.

Перечень этапов адаптации для руководителей может быть разным (в зависимости от объема задач вышестоящего руководства, специфики занимаемой должности, компетенций HR-менеджеров и многих других факторов управленческой деятельности). В основном содержание адаптационной программы для руководителей включает 5 этапов, представленные в таблице.

Таким образом, подводя итог, следует отметить, что персонал и вышестоящее руководство имеют свои амбиции и ожидания в отношении нового руководителя. Можно сказать, что новичок в управленческой должности испытывает двойную ответственность и давление. Ввиду этого проводится постепенная адаптация менеджера (не зависимо от занимаемого управленческого уровня) во избежание резких перемен (стрессовых ситуаций) и сбоев в организации производственного процесса. Благоприятный результат возможен при личной отдаче кандидата, его стремлении к изучению новых профессиональных аспектов, ориентировании в текущих процессах, развитии

Содержание адаптационной программы для руководителя*

Наименование этапа	Краткое описание
Вводный	Знакомство с непосредственным вышестоящим руководителем, спецификой деятельности, сотрудниками. На данном этапе может назначаться куратор
Ознакомительный	Изучение документации и организационных моментов, норм/правил внутреннего распорядка дня, задач, ценностей, правил поведения и приоритетов компании/организации, системы поощрения труда и корпоративной этики
Адаптационный	Деятельность начинающего руководителя контролируется куратором с отметками о выполнении определенных заданий, путем разработки плана работ на текущий этап
Оценочный	Анализируются возникшие затруднения, оценивается уровень приобретенных/имеющихся профессиональных компетенций, прорабатываются мероприятия по дальнейшему самосовершенствованию работы руководителя
Заключительный	Подводится итог проделанной работы, формируется заключение о пригодности/непригодности кандидата к руководящей деятельности (должности); при положительном результате оформляются документы о прохождении испытательного срока, которые хранятся в личном деле сотрудника

* Составлено автором на основе: Рядовой сотрудник стал руководителем: как адаптировать его к новой должности [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://vc.ru/hr/741796-ryadovoy-sotrudnik-stal-rukovoditelem-kak-adaptirovat-ego-k-novoy-dolzhnosti>

коммуникационных навыков, проведении консультирования с более компетентными коллегами и сотрудничества с руководителями структурных подразделений и служб. Можно предложить следующие универсальные условия успеха работы нового руководителя в новой должности:

- хорошее знание бизнес-процессов компании и ориентация во внутренних коммуникациях;
- опора на ключевые фигуры, например, временно исполнявшего эти обязанности ранее;
- предварительное изучение будущих подчиненных, их достоинств, недостатков, потенциальных способностей и возможностей;
- утверждение себя с первого дня человеком решительным, но при этом осмотрительным, осторожным, не меняющим всего сразу, однако немедленно устраняющим серьезные помехи в работе;
- внимательное отношение к мнению и предложениям подчиненных;
- исключение влияния нечистоплотных людей, которые пытаются использовать слабую ориентацию нового руководителя в своих целях.

Процесс адаптации руководителя в новой должности не ограничивается рамками испытательного срока. Для успешной деятельности необходимо постоянно совершенствовать свои профессиональные навыки/компетенции, изучать новые направления работы компании, самосовершенствоваться и «подтягивать» в этом плане коллег. Это и будет являться фундаментом успешной адаптации руководителя в новой должности.

* * * *

¹ Адаптация руководителя к новой должности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://hr-portal.ru/article/adaptaciya-rukovoditelya-k-novoy-dolzhnosti?ysclid=llcmqvkzem338182545> (Дата обращения: 15.08.2023).

² Адаптация руководителя: как помочь освоиться в коллективе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.kaus-group.ru/knowledge/300-articles/category/motivation/material/173/?ysclid=llcmw1rz8t392862975> (Дата обращения: 25.08.2023).

³ Рядовой сотрудник стал руководителем: как адаптировать его к новой должности [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://vc.ru/hr/741796-ryadovoy-sotrudnik-stal-rukovoditelem-kak-adaptirovat-ego-k-novoy-dolzhnosti> (Дата обращения: 21.08.2023).

⁴ С чего начать руководителю на новом месте: 7 ключевых действий [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://netology.ru/blog/06-2020-pervyj-mesjac-rukovoditelja> (Дата обращения: 15.08.2023).

⁵ Тонкости адаптации руководителей и HR-менеджеров на новом месте работы [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://delo-press.ru/journals/staff/tehnologii-effektivnosti/39867-tonkosti-adaptatsii-rukovoditeley-i-hr-menedzherov-na-novom-meste-raboty/> (Дата обращения: 21.08.2023).

⁶ Илюхина, Л.А. Теоретические подходы формирования и организации работы с кадровым резервом / Развитие института резервов управленческих кадров в субъектах Российской Федерации как вызов времени и эффективный инструмент совершенствования государственной кадровой политики. Сборник статей Международной научно-практической конференции (9 октября 2014г., г. Самара). Самара, 2014. С. 52-57.

ADAPTATION STRATEGIES FOR MANAGERS IN A NEW POSITION

© 2023 Ilyukhina Larisa Alekseevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: Laresa@inbox.ru

© 2023 Kostyukova Ekaterina Dmitrievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kkatrinkos@mail.ru

The article analyzes the adaptation strategies of managers in a new management position. The characteristic features of this process are noted, the key stages and classification of the main types of adaptation are considered. The content of the adaptation program for management personnel is analyzed. Universal conditions for the success of a new manager in a new position are proposed.

Keywords: managerial potential, management team, position, adaptation strategies, conditions for success, human resources.

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

© 2023 Клевакина Полина Алексеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: klevakinapolina@mail.ru

© 2023 Сивакс Анна Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: anna.sivaks@yandex.ru

Креативные индустрии играют значительную роль в современном мире, они формируют культурные тренды, влияют на общественное мнение и создают новые возможности для развития бизнеса. Управление проектами и командами в таких отраслях требует особого подхода, учитывающего специфику креативного процесса, нестандартные решения и высокую степень неопределенности. В статье рассмотрены особенности менеджмента в творческих индустриях, выделены ключевые аспекты успешного управления в этой области, подчеркнута важность гибкости, творческого мышления и умения управлять талантами и рисками.

Ключевые слова: менеджмент, креативные индустрии, творческие индустрии, менеджмент в креативных индустриях, креативный менеджер, функции менеджмента, функции менеджмента в креативных индустриях.

В XXI веке производство продукции креативных индустрий, таких как кино, музыка, реклама, архитектура, дизайн, мода, программное обеспечение и культурные объекты, стремительно растет и занимает все более значительное место в экономике. Развитие творческих индустрий в Российской Федерации осуществляется на основе «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». Согласно данной концепции, «...творческие (креативные) индустрии — сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, капитализации и коммерциализации прав интеллектуальной собственности производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества...»¹

Управление включает в себя организацию, планирование, мотивацию и координацию, которые создают условия для производства и эффективной работы работников в организации, а также достижения поставленных целей. Функции менеджмента помогают оптимизировать процессы, улучшить производительность, принимать обоснованные решения, управлять изменениями и обеспечивать эффективное взаимодействие между различными уровнями и подразделениями организации. В отличие от традици-

онных сфер бизнеса, в креативных индустриях основное внимание уделяется творчеству, инновациям и нестандартным подходам. Именно поэтому менеджмент имеет свои особенности, которые требуют специального подхода и навыков. В традиционных индустриях менеджмент чаще всего ориентирован на оптимизацию процессов производства, управление ресурсами, контроль качества продукции и обеспечение эффективности бизнеса (см. таблицу).

Сравнительная характеристика функций менеджмента традиционной и креативной индустрий*

Функции менеджмента	Традиционная индустрия	Креативная индустрия
Планирование	Определение долгосрочных стратегий и детальных планов, снижение фактора неопределенности, риски связаны с финансовыми потерями, операционными сбоями, конкурентной борьбой	Гибкий и адаптивный подход, способность быстро реагировать на изменения, риски связаны с неудачей идеи, непопулярностью продукта, непредсказуемыми реакциями аудитории, результат трудно прогнозируемый
Организация	Структура управления жесткая и иерархическая. Оптимизация бизнес-процессов, установление четких процедур, стандартов качества, контроль за бюджетом и управление персоналом	Введение системы «двойного руководства». Структура управления гибкая и децентрализованная. Гибкость в выборе стиля лидерства, развитие инноваций и управление творческими командами
Мотивация	Экономическое и моральное стимулирование. Мотивация сотрудников через систему поощрений, бонусов за достижение результатов и возможность профессионального роста	Индивидуализация вознаграждения в зависимости от ценности работника для организации. Поощрения индивидуальной и групповой креативности, создание условий для самовыражения, поддержка экспериментов
Контроль	Надзор за производственными процессами, контролем качества продукции и обеспечением соблюдения стандартов безопасности, соответствие процессам и результатам с учетом стандартов	Функция контроля более ориентирована на оценку результатов творческого процесса, управление рисками, оценку эффективности творческих идей, гибкую реакцию на изменения в проектах
Координация	Руководство и регулирование на основе власти и мотивации, традиционные методы управления проектами	Руководство и регулирование на основе доверия и сотрудничества (лидерство и культура), использование гибких методологий (например, Scrum, Agile)

* Составлено автором на основе: Прокофьева Д. А., Шамардина Н. В. Влияние креативной экономики на современный менеджмент креативных индустрий // Вестник ГУУ. 2020. №7.

Традиционное управление часто основывается на стандартных моделях и методах, которые были разработаны и оптимизированы на протяжении долгих лет. В креативных сферах менеджмент ориентирован на стимулирование творческого процесса,

развитие инноваций, поиск новых идей и концепций. Здесь важную роль играет управление творческими людьми, стимулирование их творческого потенциала, а также создание условий для свободного выражения идей.

Одной из инновационных форм управления предприятиями можно назвать использование и внедрение аутсорсинга и краудсорсинга в деятельность компаний. Причем аутсорсинг и краудсорсинг внедряется не только в сферу бизнеса, но и в государственный сектор, медицину, образование. Краудсорсинг – использование творческого потенциала неограниченного количества числа людей, участвующих в проектах на специализированных краудсорсинговых площадках.² А аутсорсинг как новая форма управления предприятиями, при которых может быть использован потенциал другой, сторонней фирмы, компании-аутсорсера. Возможно, в компании-аутсорсере большее количество творческих специалистов, способных решить вопросы компании-заказчика.³

Как грамотно выстроить связь между бизнесом и творчеством? Какие новые запросы предъявляет креативная сфера к менеджерам? Руководители нового типа объединяют в себе определенные знания в области экономики, информационных технологий, маркетинга и стратегического планирования, а также психологическую проницательность, нестандартное мышление и способность к системному и панорамному восприятию действительности. Креативный менеджер должен быть высокоорганизованным, гибким и открытым к новым идеям, вдохновляющим команду на достижение высоких результатов.⁴

Сравнительная характеристика подходов к управлению персоналом в креативных индустриях*

Характеристика	Креативный менеджер	Двойное руководство
Организация руководства	Один руководитель, одновременно ответственный за бизнес-стратегию и управление творческим процессом.	Два руководителя, каждый из которых специализируется на разных областях (творчество и бизнес).
Ориентированность	Фокус на разработке продуктов и творческих процессах.	Объединение креативности с бизнес-ориентированными решениями.
Распределение ответственности	Ответственность в руках менеджера, который следит за работой своей команды, делегируя обязанности.	Распределение компетенций может быть нечетким, что приведет к конфликтам внутри компании. Возможность дублирования работы и ресурсов.
Финансовое состояние	Креативный менеджер обычно зарабатывает больше, так как его работа требует специализированных навыков и знаний в области креативности, маркетинга и управления проектами.	Дополнительные затраты на оплату двух высокооплачиваемых руководителей, компания не всегда может предоставлять достойную заработную плату.
Перспективы развития	Может привести к ограниченной бизнес-ориентированной перспективе и решениям	Объединение креативности с бизнес-ориентированными решениями

* Составлено автором на основе: Юров, С. С. Креативная индустрия: новые подходы к управлению организацией 2020 г. с. 11-13.

«Двойное руководство» в креативных индустриях становится все более популярным, поскольку оно позволяет объединить различные навыки и перспективы для достижения более успешных результатов. Это означает, что компании могут иметь двух руководителей, каждый из которых специализируется в разных областях, таких как творчество и бизнес.

Креативный менеджер и двойное руководство представляют собой два различных подхода к управлению персоналом. Оба варианта имеют свои преимущества и недостатки, и выбор между ними зависит от конкретных потребностей, особенностей и возможностей организации. Креативный менеджер может также быть более вовлеченным в работу сотрудников и стимулировать их творческий потенциал, в то время как двойное руководство может обеспечить четкое распределение обязанностей и ответственности.

Вузы в России на сегодняшний день предлагают специализированные программы по креативному менеджменту, которые включают в себя изучение творческих процессов, инновационного управления, дизайна мышления и других аспектов креативного подхода к управлению. Они возвращают новое поколение креативных менеджеров, способных эффективно управлять и развивать бизнес в условиях быстро меняющегося рынка. Осознавая всю сложность задачи подготовки специалистов такого уровня, в институте бизнеса и дизайна (г. Москва) разработали и реализуют профессиональную образовательную программу «Менеджмент в дизайн-бизнесе», которая позволяет совместить в себе знание основ дизайна как процесса и вида деятельности с управленческими навыками.⁵

Развитие менеджмента в креативных индустриях имеет огромное значение, так как они представляют собой особую сферу бизнеса, где важны не только технические и экономические аспекты, но и творческий потенциал и умение управлять им. Творческие отрасли, такие как дизайн, реклама, музыка, кино, мода и другие, требуют особого подхода к управлению, так как они основаны на инновациях, творчестве и уникальных идеях. Менеджмент в этих отраслях должен учитывать специфику процессов создания продуктов, взаимодействие с творческими людьми, управление бюджетами и рисками, а также разработку маркетинговых стратегий.

* * * *

¹ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: утверждена Правительством Российской Федерации: распоряжение от 20 сентября 2021 г. № 2613-р. URL: <https://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf>

² Краудсорсинг как средство повышения эффективности деятельности предприятий / А. Н. Сивак // Проблемы развития предприятий: теория и практика : Материалы 13-й Международной научно-практической конференции, Самара, 27–28 ноября 2014 года / Редакционная коллегия: Г.Р. Хасаев, С.И. Ашмарина (ответственный редактор), В.А. Пискунов, Е.П. Фомин, А.П. Жабин, А.В. Стрельцов, Б.Я. Татарских, Ю.В. Матвеев, Л.А. Сосунова, Е.В. Волковадова, Е.В. Меденцева, А.Г. Абросимов, Р.Б. Некрасов, М.В. Симонова, О.В. Баканач, В.Б. Звонковский, Г.С. Розенберг, Н.А. Чечин, А.Е. Маршак, С.С. Комарова, З.Н. Семашкина. Том 1. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2014. – С. 217-218.

³ Методика оценки эффективности аутсорсинга на предприятии / Шеянова А.Н., Носков С.В. // Вестник Самарской государственной экономической академии. –2006. – № 5. – С. 86.

⁴ Краснобаев Р.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства // Norwegian Journal of Development of the International Science. 2019. №34-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva>

⁵ Мальцева, Е. С. Развитие креативной индустрии: новые требования к компетенциям / Е. С. Мальцева, С. С. Юров // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 11. – С. 136-140.

FEATURES OF MANAGEMENT IN CREATIVE INDUSTRIES

© 2023 Klevakina Polina Alekseevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: klevakinapolina@mail.ru

© 2023 Sivaks Anna Nikolaevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: anna.sivaks@yandex.ru

Creative industries play a significant role in the modern world, they form cultural trends, influence public opinion and create new opportunities for business development. Project and team management in such industries requires a special approach that takes into account the specifics of the creative process, non-standard solutions and a high degree of uncertainty. In this article, we will look at the features of management in the creative industries, highlighting the key aspects of successful management in this area and emphasizing the importance of flexibility, creative thinking and the ability to manage talents and risks.

Keywords: management, creative industries, creative industries, management in creative industries, creative manager, management functions, management functions in creative industries.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА

© 2023 Кузнецова Елизавета Дмитриевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: lady.elizaveta17@mail.ru

© 2023 Юдакова Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: olg-yudakova@yandex.ru

В современной практике предприятия малого бизнеса испытывают экономические трудности при организации продвижения товаров и услуг. В статье рассматриваются современные инструменты, которые можно эффективно применять для продвижения, не испытывая данных проблем.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, маркетинг, реклама, инструменты продвижения.

В наши дни быстро развивается тренд на предпринимательство, количество малого бизнеса увеличивается, каждая компания старается найти “своего” клиента. В поисках клиента, его удержании, влиянии на продукт и продажи и участвует маркетинг.

Сложность возникает в самом начале, когда нужно занять уверенную позицию на рынке и привлечь первых клиентов. У предпринимателя есть выбор: ждать, пока количество клиентов будет органически прирастать или влиять на него напрямую через каналы маркетинговых коммуникаций.²

Маркетинг в малом бизнесе является неизменным звеном успеха, в его функции входит влияние на продукт, его формирование, ценообразование продукта, основанное на анализе рынка, а также продвижение продукта и увеличение продаж с помощью инструментов маркетинга. Эффективное управление маркетингом происходит на основе маркетинговой стратегии. Маркетинговая стратегия - это план конкретных действий, направленных на привлечение клиентов и доведение их до совершения покупки. Первоначальной задачей маркетолога в малом бизнесе является глубокое изучение целевой аудитории продукта, выявление потребностей аудитории, которые продукт может решить.

После выявления потребности и составления маркетинговой стратегии необходимо подобрать конкретные инструменты, позволяющие привлечь новых клиентов и удержать уже существующих. Это могут быть - PR, методы продвижения в социальных сетях - SMM, SEO продвижение сайта, email-маркетинг, особенно эффективный для обработки текущей базы клиентов. В продвижении важно соблюдать тональность ком-

муникации, соответствующую бренду, так как это выделяет продукт среди конкурентов, создает узнаваемость и прокачивает доверие у клиентов.⁴

Помимо этого в развитии малого бизнеса поможет активное ведение блога основателем бренда. Да, это подходит не каждому, но, если такая возможность есть, лучше ее использовать. Потому что, во-первых, это “одушевляет” бренд, вызывает конкретные ассоциации с человеком, увеличивает лояльность аудитории, если личный блог вызывает положительные эмоции. И, конечно, поднимает продажи. С помощью личного бренда предприниматель может быстрее убедить клиентов в сильных сторонах продукта, показать использование продукта и убедить аудиторию в необходимости этого продукта на личном примере.

Малый бизнес не всегда сразу располагает достаточным рекламным бюджетом, но есть менее затратные пути продвижения. Многие забывают про них в digital эпоху, но они также работают и на сегодняшний день, например:

Взаимодействие с локальными инфлюенсерами. Это могут быть не блогеры-миллионники, а представители аудитории, на чье мнение ориентируются клиенты бренда. Даже если это микроблогер до 10.000 подписчиков, у него может быть высокая лояльность и кликабельность в блоге. Кликабельность напрямую влияет на охваты, а охваты на узнаваемость компании среди выбранной аудитории. Причем это могут быть не одноразовые акции, а долгосрочное сотрудничество, рассчитанное на несколько рекламных коллабораций, в которых блогер существенно укрепит доверие аудитории к своим рекомендациям, а компания получит повышенную активность на своих страницах в социальных сетях и дополнительные заказы. Для поиска таких инфлюенсеров можно использовать социальные сети: искать по хэштегу, по конкретному профильному запросу, изучать, на кого подписаны клиенты бренда, за чьими страницами следят. Если времени искать самому нет - использовать форумы и сайты, где уже описано взаимодействие с блогером, эффективность взаимодействия с ним, статистика кликабельности и заказов после рекламы у блогера. Или сразу обратиться в продюсерский центр, где под конкретный бизнес подберут конкретных инфлюенсеров.

Маркеты, фестивали, выставки. Данный канал маркетинга позволяет выйти на аудиторию, которая чаще покупает по привычке - в оффлайн магазинах. Расширение сегмента аудитории - возможность увеличения прибыли. Помимо влияния на клиентов, оффлайн мероприятия - возможность изучить рынок конкурентов, провести более глубокий анализ их продукта, обслуживания и стиля продаж. Данный вид продвижения относится больше к PR, поэтому важно продумать красивую упаковку или подачу продукта, которая впечатлит клиента, зацепит его внимание. С помощью оффлайн мероприятий больше возможностей найти клиентов из B2B сегмента. Зачастую крупные компании подбирают подрядчиков по знакомству с выставок, обмениваясь контактами. Поэтому, чтобы этот канал приносил качественные лиды и заявки на сотрудничество, нужно прокачать презентацию продукта, его УТП и выгоду на фоне конкурентов.

Маркет-плейсы. Актуальный способ расширения площадок продаж - выход на маркет-плейсы, если ваш товар позволяет выйти на них. Это отличная идея рекомендовать свой товар в конкретной нише на продающей платформе, а потом повышать продажи с помощью рекламы. Маркетинг предпринимателя тут ограничивается наполнением карточек товара, участием в акциях и распродажах, управлением отзывами.

Чтобы товар начал активно продаваться нужно первоначально правильно заполнить карточку: указать ключевые слова в описании, верно подобрать категорию товара, сделать привлекательный современный дизайн карточек товара. Вторым шагом - необходимо выбрать ближайшие акции, распродажи, где можно заработать, продав большую партию товара. Лояльность покупателей регулируется отзывами, так как это практически единственный способ изучить качество товара до оформления заказа. Чтобы получить первые отзывы некоторые предприниматели уделяют особое внимание упаковке товара, предлагают бонусы или скидки на следующий заказ. Этот маркетинговый прием стимулирует клиентов оставлять отзывы.

Взаимопиар с другими брендами/ блогерами. Эффективный метод сформировать вокруг компании фанатов бренда. Важно заранее обсудить все условия с партнером по пиару, проявить высокий уровень сервиса, чтобы партнер сам захотел купить продукт компании. Так как подобный пиар можно проводить не единично, а на регулярной основе. Если партнерам нравится ваш продукт, возможно увеличение покупателей через рекомендации, сарафанное радио. Партнерство в маркетинговом продвижении может привести к партнерскому сотрудничеству над совместным проектом/продуктом, а это уже отличная перспектива интенсивного обмена аудиторией, который приведет к увеличению продаж.

Клиентские дни (если это подходит под аудиторию продукта). Это может вызвать затраты на организацию и пиар, но также привлечет поток клиентов, готовых разделить интересное событие с вами. На сегодняшний день потенциальные клиенты поглощены большим количеством рекламы и контента, чтобы выделяться среди конкурентов, важно находить креативные решения в подаче продукта. Цель маркетинга - вызывать эмоцию, триггер на покупку, вызывать интерес к продукту и продавать его. Клиентские дни позволяют создавать яркую атмосферу вокруг посетителя, ощущение праздника, именно эти ассоциации могут создавать устойчивые ассоциации и желание быть причастными к бренду.³

Реферальная программа. Инструмент маркетинга, позволяющий отслеживать и стимулировать процесс "сарафанного радио". Эта модель продвижения отлично подходит малому бизнесу, поскольку позволяют расширять клиентскую базу за счет рекомендаций своих текущих клиентов. Такие партнерские отношения выгодны и компании, и клиенту: компания увеличивает прибыль, а клиент получает привилегии за приведенных клиентов. Обычно привилегиями могут быть скидки на будущие покупки, получение бонусов, денежное вознаграждение. Сильная сторона реферальной программы в том, что приходит аудитория, первоначально заинтересованная в товаре. Это дает бизнесу возможность быстрее обработать таких клиентов и совершить продажу.

Если у малого бизнеса есть бюджет на рекламные затраты, важно сначала четко определить аудиторию, на которую будет направлена реклама, чтобы вложения не были потрачены зря. Особенно, если компания вкладывается в таргетированную или контекстную рекламу, вопрос понимания аватара клиента бизнеса - базовый. Чтобы эффективно настроить рекламу, важно провести исследование уже имеющихся клиентов компании или составить гипотезу и начать ее тестировать. Судить об эффективности запущенной рекламы стоит после окончания выбранного периода с помощью подсчета или выгрузки данных.

Самое важное в маркетинге малого бизнеса - сразу определить сегмент, на который компания продает свой продукт, рекламный бюджет и маркетинговые каналы продвижения. Использование любого метода продвижения - это, зачастую, проверка гипотез: как аудитория отреагирует на выбранный способ продвижения, и какие продажи данный метод принесет бизнесу? Поэтому по каждому маркетинговому каналу важно сводить аналитику за выбранный период и оценивать эффективность по конкретным метрикам.

На данный момент, в мире активно развивается процесс цифровизации, число вовлеченных пользователей растет с каждым днем, а значит - необходимо уделять особое внимание контенту, который бренд транслирует в социальных сетях, наполнению сайта, удобной и понятной навигации на сайте. И сайт, и социальные сети, и мессенджеры - посадочные страницы, куда попадает потребитель по воронке продаж. Чтобы продаж у малого бизнеса больше - нужно отслеживать, чтобы клиентский путь был максимально понятный и емкий по содержанию.

* * * *

¹ Бобрушева, В. В. Актуальные проблемы развития интернет-маркетинга в малом и среднем бизнесе: теоретические и практические аспекты / В. В. Бобрушева, А. В. Салов // Управление социально-экономическими системами. – 2020. – № 2. – С. 51-58. – EDN PJFUQR.

² Маркетинговые технологии формирования и поддержки имиджа дестинации / Н. И. Войткевич, Л. А. Сосунова, И. А. Тойменцева, Е. В. Погорелова // Экономические науки. – 2018. – № 162. – С. 112-115. – EDN YAKGYH.

³ Методы и технологии маркетинговых коммуникаций / В. Н. Калышенко, О. В. Юдакова, Г. А. Коржова [и др.] ; научный редактор Н. И. Войткевич. – Самара : Самарский государственный экономический университет, 2010. – 228 с. – EDN RVDMOH.

⁴ Санина, Э. К. Интернет-маркетинг как один из основных способов продвижения услуг малого бизнеса / Э. К. Санина // Студенческий вестник. – 2020. – № 4-3(102). – С. 79-81. – EDN EIQJNC.

⁵ Синяева, И. М. Технологии диджитал-продвижения продукта в сфере малого бизнеса / И. М. Синяева // Маркетинг и логистика. – 2019. – № 2(22). – С. 56-66. – EDN ZVDVLM.

MODERN PROBLEMS OF PROMOTION OF GOODS AND SERVICES BY SMALL BUSINESSES

© 2023 Kuznetsova Elizaveta Dmitrievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: lady.elizaveta17@mail.ru

© 2023 Yudakova Olga Vasilevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: olg-yudakova@yandex.ru

In modern practice, small businesses are experiencing economic difficulties in organizing the promotion of goods and services. The article discusses modern tools that can be effectively used for promotion without experiencing these problems.

Keywords: small business, entrepreneurship, marketing, advertising, promotion tools.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНО-ИЗЫСКАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ

© 2023 Курникова Марина Викторовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: mvkurnikova@gmail.com

© 2023 Егоров Дмитрий Сергеевич

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: eds063@mail.ru

В статье представлены результаты теоретического исследования состава и специфики проектно-изыскательской деятельности как объекта управления. Обосновано, что рациональное структурное построение модели проектно-изыскательской деятельности определяется специализацией выполняемых организациями видов проектных работ и инженерных изысканий и направлено на определение оптимального, экономически оправданного состава работ и их объема, обеспечение эффективного взаимодействия основных субъектов в процессе проектирования.

Ключевые слова: управление, проектно-изыскательская деятельность, проект.

Проектно-изыскательская деятельность представляет собой комплекс процедур, включающий в себя проведение инженерных изысканий, разработку технико-экономических обоснований, составление итоговой документации и смет для целей исследования и анализа территории, на которой планируется строительство или реконструкция гражданских или промышленных объектов. Как правило, такие работы выполняются для широкого спектра гражданских проектов: проектирования и строительства объектов дорожно-транспортной, коммунальной инфраструктуры, нефтегазовых предприятий и т.д. Масштабы проектно-изыскательской деятельности оцениваются в 30 и более процентов от общей стоимости и трудоемкости всего объема строительно-монтажных и эксплуатационных работ при строительстве зданий и сооружений¹.

В настоящее время проектно-изыскательская деятельность, в соответствии с постановлением Правительства РФ от 16.02.2008 г. № 87, для объектов любой сложности реализуется в два этапа, что находит отражение при разработке проектной документации и рабочей документации, которая регламентируется техническим заказчиком проекта в части объема, состава и содержания.

Понимание специфики проектно-изыскательских работ как объекта управленческой деятельности невозможно без декомпозиции на конкретные виды работ (рис. 1).

Специфика видов проектно-изыскательских работ обуславливается видами строительства в зависимости от сложности проектируемых зданий и сооружений, их функционально-отраслевого назначения. Так, в зависимости от видов строительства при-

нато выделять ПИД, реализуемую в процессе промышленного, жилищно-гражданского, сельскохозяйственного и транспортного строительства, причем само понятие «строительство» может включать новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение.



Рис. 1. Состав проектно-изыскательской деятельности

Анализ состава ПИД показывает, что она дискретна и обладает всеми основными признаками проекта²: в каждом конкретном случае представляет собой уникальный по комбинациям вид согласно рис. 1 комплекс видов работ, направленных на создание готового продукта – проектной и/или рабочей документации, ограниченный во времени соответствующим договором на проведение проектно-изыскательских работ, направленный на преобразование техноценозов, состоящий из совокупности скоординированных и управляемых видов деятельности в соответствии с установленными требованиями, определяемыми (в зависимости от объекта, на который направлена ПИД) Гражданским кодексом РФ, системой национальных технических регламентов, сводов правил РФ, а также технических регламентов наднационального уровня (например, технический регламент Таможенного союза «О безопасности зданий и сооружений, строительных материалов и изделий»³).

Понимания процесс управления как систему⁴, состоящую из трех крупных блоков в составе субъектов, объектов и процесса управления, те же блоки можно выделить в структуре проектно-изыскательской деятельности.

Так, к субъектам управления проектно-изыскательской деятельностью, согласно М.Б. Мариничеву, А.Ю. Маршалка⁵, традиционно относят следующие категории участников: застройщик, технический заказчик, инвестор, проектировщик, подрядчик, эксплуатирующее подразделение. При этом состав субъектов управления может варьироваться в зависимости от того, какие функции управления и в какой комбинации они совмещают.

Объектом управления в проектно-исследовательской деятельности в узком смысле следует считать процесс архитектурно-строительного проектирования и проведения инженерных изысканий, выполняемый для целей разработки проектной и рабочей документации, начиная от решения застройщика (технического заказчика) в случае реализации коммерческого проекта, а также программно-проектные инициативы федерального, регионального, муниципального уровней, определенные соответствующими документами стратегического планирования. Частично взаимодействия между субъектами управления ПИД в реализации проектно-исследовательских работ регламентируются Гражданским кодексом РФ: например, прописаны взаимодействия между техническим заказчиком и застройщиком в процессе исполнения договора подряда на выполнение проектных и исследовательских работ (§4 ГК РФ).

В функциональном смысле процесс управления проектно-исследовательской деятельностью может быть представлен сквозь призму четырех классических функций менеджмента: планирование, организацию, мотивацию и контроль (рис. 2).

Планирование

- определение стадий и этапов проектирования;
- распределение работ между подразделениями и исполнителями (включая субподрядные организации);
- установление сроков выполнения работ (календарное планирование) и ресурсов (трудоемкость, затраты времени, финансовые средства);
- установление этапов, на которых происходит взаимодействие между различными группами участников ПИД

Организация

- разработка технического задания на проведение проектно-исследовательских работ;
- подбор субподрядных организаций;
- разработка и согласование с заказчиком полного комплекта предусмотренной заданием проектной или рабочей документации, содержащей архитектурные, функционально-технологические, конструктивные, инженерно-технические и другие решения;
- сопровождение разработанной документации в экспертизах (как государственных, так и ведомственных) и других разрешительных инстанциях

Координация

- координация деятельности задействованных субподрядных организаций;
- обеспечение взаимодействий между основными субъектами ПИД путем взаимной выдачи и приемки рабочих заданий;
- периодического совместного рассмотрения и анализа результатов проектирования;
- обеспечение взаимных согласований результатов работ по специализированным разделам и подразделам проекта, комплектам и маркам рабочих чертежей и другой разрабатываемой документации

Контроль

- установление и обеспечение соответствия между техническим заданием заказчика и техническими решениями в проектной или рабочей документации;
- контроль соответствия уровня принимаемых проектных решений и сроков выполнения работ установленным требованиям

Рис. 2. Состав функций управления проектно-исследовательской деятельностью

Таким образом, вышеперечисленное свидетельствует о том, что качество реализации всего процесса строительства или возведения инженерного объекта находится в последовательной зависимости от качества исполнения указанных в таблице функций управления ПИД. Следует отметить также, что результатом выполненных проектно-исследовательских работ является выдаваемый заказчику отчет, исчерпывающе содержащий нюансы и требования для выполнения проектных и монтажных работ, который, в части проектной документации, в соответствии с ГК РФ (ст. 49), подвергается внешнему контролю и передается на государственную или негосударственную экспертизу, часто совместно с результатами инженерных изысканий.

В рамках подхода промышленной системной инженерии процесс разработки проектной документации и проведения инженерных изысканий моделируется в терминах входных данных, к которым относятся потребности клиента, политику, документацию, нормы и правила и т. д., и выходного проектного продукта, который готовый войти в следующий этап модели на следующем уровне детализации процессов. В таком широком понимании, проектно-исследовательская деятельность выполняет две важнейшие функции управления качеством в строительстве: 1) предоставление гарантии данных относительно эксплуатационных параметров строительства; 2) обеспечение методов мониторинга и управления проектом строительства.

* * * *

¹ Бусел И. А. Оптимизация проектно-исследовательских работ нулевого цикла // Геотехника Беларуси: наука и практика. Минск : БНТУ, 2013. С. 24-33.

² Полковников А.В., Дубовик М.Ф. Управление проектами. Полный курс MBA - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2015. - 552 с.

³ Ильина О. Н. Системный подход к управлению проектами в организации. Москва : Креативная экономика, 2012. 208 с.

⁴ Организация проектно-исследовательской деятельности: метод. указания для самостоятельной работ/ сост. М.Б. Мариничев, А.Ю. Маршалка : КубГАУ, 2019. 122 с.

⁵ Поцелуев Р. Г., Глызина М.П. Состав и специфика реализации функций менеджмента в торговых организациях // Экономика и менеджмент в условиях цифровой трансформации: проблемы, опыт и тенденции : Сборник научных трудов. Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2021. С. 292-297.

FEATURES OF DESIGN AND EXPLORATION AS A MANAGEMENT OBJECT

© 2023 Kurnikova Marina Victorovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: mvkurnikova@gmail.com

© 2023 Egorov Dmitry Sergeevich

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: eds063@mail.ru

The article presents the results of the theoretical research into the composition and specifics of design and exploration activities as a management object. The authors have substantiated that the rationalized structural construction of the model of design and exploration activity is determined by the specialization of the types of project and engineering works performed by organizations and is aimed at determining the optimal, cost-effective composition and scope of work, ensuring effective interaction of the main actors in the project process.

Keywords: management, design and exploration, project.

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

© 2023 Маринин Иван Александрович

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: 89171158626@yandex.ru

Нефтегазовая отрасль России во многом определяет социально-экономическую ситуацию в национальной экономике. Сложившаяся ситуация на внешнем международном контуре и внутрироссийские условия бизнес-деятельности нефтегазодобывающих компаний предопределяют необходимость инновационного развития отрасли, серьезного анализа и совершенствования системы управления инновационным процессом. В статье представлены результаты анализа и оценки системы управления инновационными процессами в нефтегазовой отрасли России, определяющие перспективы ее дальнейшего инновационного развития в меняющемся мире.

Ключевые слова: нефтегазодобывающая отрасль, инновационное развитие, ВИНК, инновационные модели.

Стратегия развития нефтегазовой отрасли¹ предусматривает сохранение объемов добычи нефти на уровне 490-555 млн. тонн до 2030 г. за счет трансформации системы налогообложения, улучшения качества выработки запасов, комплексного стимулирования применения отечественных инновационных технологий и техники для разработки нефтяных месторождений с выработанными и трудноизвлекаемыми запасами, совершенствование и развитие внутреннего рынка сервисных, инжиниринговых и строительных услуг в нефтяной отрасли.

Нефтегазодобывающая отрасль была и остается ключевой отраслью РФ, обеспечивает ее стабильность и является платформой для устойчивого развития экономики, как на федеральном, так и региональном уровне.

Регулирование деятельности нефтегазодобывающей отрасли осуществляет Министерство природных ресурсов и экологии, Министерство экономического развития, Министерство Энергетики, Федеральная налоговая служба, Федеральная служба по тарифам, и другие ведомства.

Выделяют² два основных метода государственного регулирования: административный (прямой) и экономический (косвенный).

Административные методы регулирования осуществляют федеральные и региональные органы власти, путем принуждения предприятия к соблюдению установленных правительством правил и норм и подразумевают контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, установление краткосрочных и долгосрочных целей развития регионов, влияние на уровень цен и т.д.

Экономические методы, предусматривают создание нормативной базы для обеспечения участия региональных организаций и предприятий в выполнении целей и задач государства с целью развития региона в целом.

Основные задачи государственного управления и регулирования нефтегазового сектора направлены на формирование стабильной доходной части государственного бюджета, рациональное недропользование, выполнение положений доктрины Энергетической безопасности РФ, увеличение качественных и количественных характеристик производственной инфраструктуры, стимулирование применения компаниями инновационных технологий.

Особенностью системы управления нефтегазовой отраслью России является наличие крупных вертикально интегрированных нефтегазодобывающих компаний (ВИНК). На их долю приходится 84,1 % всей добываемой российской нефти³, в т.ч. около 50 % добычи всей нефти осуществляется ВИНК (ПАО Роснефть, ПАО Газпромнефть, ПАО Башнефть, ПАО Татнефть).

Вертикальная интеграция нефтегазодобывающих компаний обеспечивает ряд преимуществ, к которым, как правило, относят⁴:

- сокращение затрат вследствие создания единого производственного цикла;
- усиления влияния на отрасль за счет объединения капиталов;
- возможность самостоятельного осуществления проектов, требующих значительных финансовых и прочих вложений.

В тоже время, в системе управления ВИНК есть существенные трудности, обусловленные сложностями распределения средств между компаниями холдинга, проблемами коммуникации и согласования целей, задач и ресурсов в процессах управления на всех этапах производственного цикла.

Развитие российского нефтегазового комплекса в 21 веке обеспечивалось преимущественно за счет импортного оборудования и технологий, что привело к технологической импортозависимости от компаний США, Канады, Японии и стран Европейского союза.

В 2022 -2023 гг. данные страны ввели беспрецедентные по масштабу и охвату торговые ограничения против ТЭК РФ (запрет на инвестиции в ТЭК РФ, ограничение против отдельных ВИНК, запрет на ремонт и поставку технологического оборудования, отказ от импорта нефти, потолок цен на нефть и нефтепродукты и т.д.).

В связи с чем, в настоящее время, ключевыми факторами дальнейшего развития отрасли является импортозамещение оборудования и технологий, развитие инновационной деятельности, а также системы управления инновационной трансформацией в нефтегазодобывающих компаниях.

Необходимость развития инновационной деятельности в нефтегазодобывающем секторе сформировалось не только на уровне государства, но и во всех ВИНК РФ, что отражается в программах и стратегиях их инновационного развития.

С позиции теоретического анализа, достаточно полно описал эволюцию формирования, применения и развития инновационных процессов Р. Росвелл⁵.

В своей работе «Towards the Fifth-generation Innovation Process» автор дал обобщение и описал пять поколений инновационного процесса: – «технологический толчок» (technology push); модель – «рыночное притяжение» (market pull); сопряженную инновационную модель; - интегрированную инновационную модель;- инновационную модель стратегических систем и сетей.

Согласно проведенным исследованиям⁶, управление инновационными процессами в российских ВИНК осуществляется с использованием модели стратегических систем и сетей и представляет собой систему последовательных этапов по идентификации, выбору и комплексной экономической оценке множества проектов с целью выбора наиболее перспективных.

Попытка адаптации данной модели, для условий деятельности российских ВИНК реализована в созданной системе «Технологического менеджмента» ПАО «Газпромнефть» (см. рисунок).

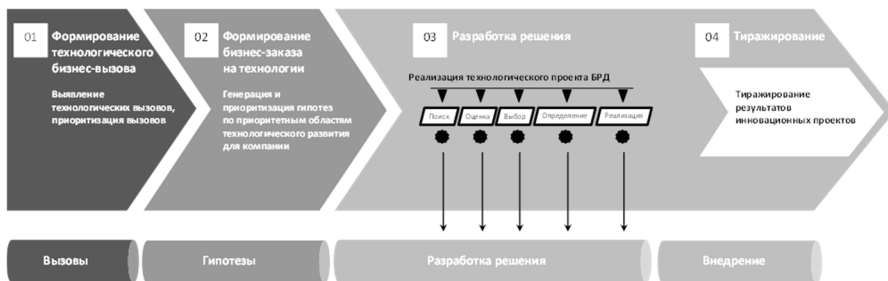


Рис. Процесс управления инновациями в ПАО «Газпромнефть»

Инновационный процесс в ПАО «Газпромнефть» рассматривается, как сбалансированный конвейер управления внедрением инноваций, состоящий из четырех последовательных этапов:

- запрос на технологии (формирование технологического бизнес-вызова),
- поиск и отбор технологий,
- тестирование технологий и реализация проектов,
- внедрение в тираж и коммерциализация.

При этом следует отметить, что каждый из показанных выше этапов имеет собственную систему операций, управленческие требования и регламенты проведения работ.

Инновационный процесс начинается с формирования технологического бизнес-вызова. На данном этапе происходит выявление производственных проблем и их ранжирование, перспективная оценка технологического потенциала их решения. Формируются рычаги, которые влияют на технологический потенциал и определяются задачи для их решения.

На втором этапе предлагаются и тщательно изучаются гипотезы для решения, выявленных производственных проблем по приоритетным областям технологического развития компании. Важным аспектом данного этапа является обоснование целесообразности разработки технологии с привлечением собственных или независимых исполнителей, либо привлечение сторонних компаний, имеющих опыт разработки и реализации аналогичных технологий. Формируется и определяется приоритетность проектов в портфеле инновационных технологий.

На третьем этапе разрабатываются и обосновываются основные этапы приоритетного инновационного проекта с последующей реализацией и опытно-промышленными испытаниями инновационной технологии.

На заключительном этапе разрабатываются нормативные документы для обеспечения тиражирования проекта, управления его эффективностью и коммерциализацией технологии.

Таким образом, можно сделать вывод, что созданная система управления инновационными проектами ПАО «Газпромнефть» адаптирована к современным условиям, в которых осуществляется инновационная деятельность ВИНК. Основное, в том, что решаемые инновационным развитием задачи формируются исходя из производственной необходимости предприятия, выполняется тщательный отбор проектов, за счет чего риски и неопределенности при их реализации в значительной степени минимизируются.

На наш взгляд, дальнейшее инновационное развитие компаний нефтегазовой отрасли должно базироваться на модели управления ускоренной разработкой и внедрением НИОКР. Научные разработки существенно активизируются при обеспечении государственного стимулирования добычи нефти, особенно, на месторождениях с трудноизвлекаемыми и выработанными запасами⁷.

Положительным является то, что во всех ВИНК созданы научно-исследовательские институты, которые выполняют функцию принятия нефтегазодобывающими компаниями научных и технических решений по производственным направлениям, включая внедрение инноваций. В ряде случаев происходит привлечение ведущих институтов РАН и профильных федеральных государственных бюджетных организаций

Для инновационной трансформации управления в нефтегазодобывающих компаниях целесообразно ориентироваться на целевой программно-проектный подход, включающий требования комплексного целевого обеспечения (цели, сроки, источники ресурсов и др.). В качестве ядра трансформации целесообразно выделить задачи развития проектно-процессного управления в ключевых функциональных областях реализации инноваций компаниями (календарное планирование, бюджетирование, контракты с внешними исполнителями и поставщиками, научно-проектные разработки, коммуникации и формирование цифровой проектной базы данных).

* * * *

¹ Энергетическая стратегия России на период до 2035 года. 09 июня 2020 г. № 1523-р. Официальный сайт Министерства энергетики РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://minenergo.gov.ru/node/1026>. (Дата обращения: 8 октября 2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный

² Иванникова М.Н., Тер-Григорьянц А.А. Государственное регулирование нефтегазовой отрасли в России // Индустриальная экономика. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-neftegazovoy-otrasli-v-rossii> (дата обращения: 08.10.2023).

³ Министерство энергетики РФ: [официальный сайт].- Москва.- URL: <https://minenergo.gov.ru/node/910/>.-(дата обращения: 13.10.2023).

⁴ Киссер, П. А. Особенности управления бизнес-процессами ВИНК в условиях цифровой трансформации нефтегазовой отрасли / П. А. Киссер, И. А. Кихтенко, М. В. Триколе // Экономика,

менеджмент, сервис: современные проблемы и перспективы : Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, Омск, 14–15 ноября 2022 года / Редколлегия: Е.В. Яковлева (отв. ред.) [и др.]. – Омск: Омский государственный технический университет, 2022. – С. 539-543. – EDN LTLMHK.

⁵ Rothwell R. Towards the fifth-generation innovation process // International Marketing Re-view. 1994.

⁶ Котов, Д. В. Механизмы экономической оценки и управления реализацией инновационных проектов вертикально-интегрированных нефтяных компаний в современных условиях / Д. В. Котов, О. Ю. Ефимова, М. С. Полещук // Нефтегазовое дело. – 2013. – Т. 11, № 4. – С. 191-200. – EDN RPUKVL.

⁷ Маринин И.А., Балдина Т.Р., Демин С.В. Использование инновационных методов увеличения нефтеотдачи на месторождениях России с истощенными и трудноизвлекаемыми запасами // Теория и практика общественного развития. 2023. № 8. С. 143–153. <https://doi.org/10.24158/ti-por.2023.8.17>.

DEVELOPMENT OF A MANAGEMENT SYSTEM FOR INNOVATION PROCESSES IN THE OIL AND GAS INDUSTRY

© 2023 **Marinin Ivan Alexandrovich**
Postgraduate Student
Samara State University of Economics
E-mail: 89171158626@ya.ru

The Russian oil and gas industry largely determines the socio-economic situation in the national economy. The current situation on the external international circuit and the internal Russian business conditions of oil and gas producing companies predetermine the need for innovative development of the industry, serious analysis and improvement of the innovation process management system. The article presents the results of an analysis and assessment of the innovation process management system in the Russian oil and gas industry, which determines the prospects for its further innovative development.

Keywords: oil and gas industry, innovative development, vertically integrated oil companies, innovative models.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

© 2023 Решетникова Дарья Владиславовна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: reshetnikova_2002@list.ru

© 2023 Вишнякова Ангелина Борисовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: angelina8105@yandex.ru

В статье описаны современные методы оценки стоимости бизнеса. Авторами определены сильные и слабые стороны рассмотренных методов оценки бизнеса. Оценка стоимости компании - процедура установления рыночной стоимости экономического субъекта. Потребность в проведении данной процедуры может появляться в определенном ряду правовых ситуаций и наделяет владельца бизнеса особыми преимуществами перед его конкурентами.

Ключевые слова: стоимость бизнеса, предприятие, стоимость активов, доходный метод, рыночный метод, затратный метод.

Оценка стоимости бизнеса это процесс определения его текущей рыночной стоимости. В основе лежит анализ ее финансовых показателей, активов, позиции в конкурентной среде, а также прогнозные значения денежных потоков.

Развитие существующих подходов к оценке стоимости предприятия (бизнеса) рассматриваются многими авторами-экономистами в своих научных трудах. К таким авторам относятся А. А. Сазонова, А. Н. Нешпор, А. А. Пересмехин, Ю. О. Турневская, К. Р. Быков, К. А. Смелков, А. Л. Полтарыхин, С. А. Шелковников, Р. А. Хомченко и др.

Определение стоимости бизнеса является важным процессом для предпринимателей, инвесторов и финансовых аналитиков¹.

Различают несколько методов оценки стоимости бизнеса, которые используются для определения текущей рыночной стоимости компании. Выделяют несколько инструментов для оценки стоимости бизнеса (рис. 1).

В современных реалиях на рынке применяются три самых распространенных метода оценки:

- 1) анализ дисконтированного денежного потока (DCF);
- 2) анализ сопоставимых компаний;
- 3) рыночный подход.

1. Затратный подход (подход на основе активов) – подход рассматривает стоимость бизнеса на основе учета совокупных затрат, необходимых для создания или восстановления аналогичного бизнеса. Стоимость бизнеса определяется исходя из имеющихся материальных активов, в том числе оборудование, недвижимость, инвентарь, а

также нематериальных активов (программное обеспечение, лицензии, патенты и интеллектуальная собственность).

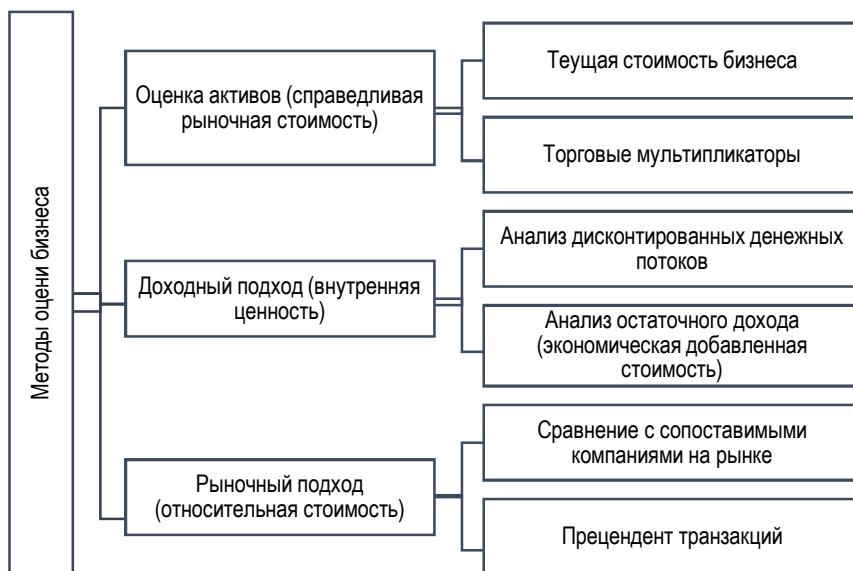


Рис. 1. Методы оценки бизнеса*

* Составлено автором на основе: Смелков К.А. Оценка стоимости бизнеса: современные подходы и технологии // Наука и бизнес: пути развития. - 2023. - № 4 (142). - С. 163-166.

Данная группа методов используется, когда бизнес планируется продать полностью или закрыть, поскольку они позволяют понять, сколько инвесторы или владельцы получат, если все активы компании будут проданы³.

2. Доходный подход основан на прогнозировании будущих денежных потоков, которые сможет принести компания. Применяются дисконтированные денежные потоки для определения текущей стоимости бизнеса. Доходный подход основывается на предположении, что стоимость компании зависит от ее будущей потенциальной стоимости. Для получения точной оценки стоимости учитываются факторы риска и дисконтированные денежные потоки².

Метод дисконтированных денежных потоков –прогнозирует будущий денежный поток компании, а затем «дисконтирует» эту сумму, принимая во внимание инфляцию и неопределенность бизнеса, чтобы получить его текущую стоимость. Метод позволяет учесть факторы времени и уровень риска в инвестициях.

3. Рыночный подход основывается на сравнении бизнеса с аналогичными компаниями, которые уже существуют на рынки и имеют известные стоимости. Путем анализа сделок сравнимых компаний и их показателей стоимости, можно определить адекватную стоимость оцениваемого бизнеса. Рыночный метод особенно полезен для ком-

паний, находящихся на зрелой стадии развития жизненного цикла и имеющие стабильный доход.

На практике для оценки стоимости бизнеса часто используется несколько инструментов одновременно³.

Выбор метода оценки стоимости бизнеса будет зависеть от обстоятельств, целей оценки и особенностей оцениваемой компании. В некоторых случаях, комбинирование нескольких методов оценки может быть наиболее подходящим для получения наиболее точных результатов.

Рассмотрим преимущества и недостатки каждого метода (рис. 2).

Доходный	<ul style="list-style-type: none">• <i>Преимущества:</i>• учитывает инвестиционные ожидания и экономическое старение предприятия;• позволяет оценить будущие доходы с учетом ситуации на рынке• <i>Недостатки:</i>• в основе - прогнозирование, а не четкие факты;• возможны ошибки в расчете ставки дисконта из-за неполноты данных и отсутствия стабильности в экономике
Затратный	<ul style="list-style-type: none">• <i>Преимущества:</i>• надежный метод при оценке новых объектов;• привлекателен для предпринимателей, которые ориентируются на строительство, а не покупку готового объекта;• позволяет оценить, насколько эффективно используется бизнес• <i>Недостатки:</i>• затраты не всегда эквивалентны рыночной стоимости объектов;• сложно рассчитать стоимость воспроизводства устаревших строений;• при расчетах не принимают во внимание перспективы развития предприятия• методы затратного подхода сложны для применения на практике
Сравнительный	<ul style="list-style-type: none">• <i>Преимущества:</i>• основан на достоверной информации, отражает реальные результаты работы компании;• показывает величину спроса и предложения на конкурентный объект с учетом рыночной ситуации.• <i>Недостатки:</i>• расчет основывается на ретроспективе;• потенциал предприятия не учитывается;• расчеты трудоемки с большим количеством корректировок;• методы эффективны только при наличии обширной финансовой информации по конкретному предприятию и его аналогам

Рис. 2. Преимущества и недостатки методов оценки бизнеса*

* Составлено автором на основе: Полтарыхин А.Л., Шелковников С.А., Хомченко Р.А. Цели, задачи и современные подходы к оценке и управлению стоимостью компании // Инновации и продовольственная безопасность. - 2023. - № 2 (40). - С. 149-156.

Таким образом, каждый метод имеет свои преимущества и ограничения, и применяется от специфики бизнеса, а также цели оценки. Комбинирование нескольких методов может привести к наиболее точной оценке стоимости бизнеса.

Оценка стоимости компании является залогом успешного и активного развития экономического субъекта.

Основными целями и задачами данной процедуры выступают: усовершенствование способов управления с учетом рыночной ситуации; построение эффективных бизнес-стратегий и планов на базе реальных показателей, вложений денежных средств в экономически выгодные проекты, проведении операций купли/ продажи на оптимальных для компании условиях.

* * * * *

¹ Сазонова А.А., Нешпор А.Н., Пересмехин А.А. Инструментарий оценки и управления стоимостью бизнеса // Право, экономика и управление: состояние, проблемы и перспективы. - Чебоксары, 2023. - С. 220-224.

² Турневская Ю.О., Быков К.Р. Новые подходы к оценке стоимости бизнеса // Тезисы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Тезисы докладов. - Витебск, 2023. - С. 106-107.

³ Смелков К.А. Оценка стоимости бизнеса: современные подходы и технологии // Наука и бизнес: пути развития. - 2023. - № 4 (142). - С. 163-166.

⁴ Полтарыхин А.Л., Шелковников С.А., Хомченко Р.А. Цели, задачи и современные подходы к оценке и управлению стоимостью компании // Инновации и продовольственная безопасность. - 2023. - № 2 (40). - С. 149-156.

METHODS FOR ASSESSING BUSINESS VALUE

© 2023 Reshetnikova Daria Vladislavovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: reshetnikova_2002@list.ru

© 2023 Vishnyakova Angelina Borisovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: angelina8105@yandex.ru

The article describes existing approaches and methods for assessing the value of a business. Finally, the strengths and weaknesses of the business valuation methods of the considered strategies are highlighted. The valuation of a company is a procedure for establishing the market value of an economic entity. The need for this procedure may arise in a certain number of legal situations and gives the business owner special advantages over his competitors.

Keywords: business value, enterprise, asset value, income method, market method, cost method.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

© 2023 Решетникова Дарья Владиславовна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: reshetnikova_2002@list.ru

© 2023 Шереметьева Елена Николаевна

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: lena_scher@mail.ru

В статье рассматривается понятие ценообразования, подробно изложены современные методы ценообразования. Автором статьи сделаны выводы об основах ценообразования в России в современных условиях.

Ключевые слова: ценообразование, цена, методы ценообразования, уровень цен, стоимость.

Ценообразование в России является сложным и многогранным процессом, определяющим стоимость товаров и услуг на рынке.

Ценообразование - процесс определения стоимости товаров и услуг на рынке. Это одна из ключевых стратегических функций для любой компании, влияющая на ее прибыльность и конкурентоспособность.

Сущность ценообразования заключается в определении оптимальной цены, которая обеспечит баланс между ожиданиями покупателей, затратами на производство и прибылью для компании.

Ценообразование зависит от нескольких методов и факторов, которые оказывают на него значительное влияние. Каждый метод имеет свои особенности и подходит для определенных ситуаций¹.

Методы ценообразования можно подразделить на две группы (рис. 1).

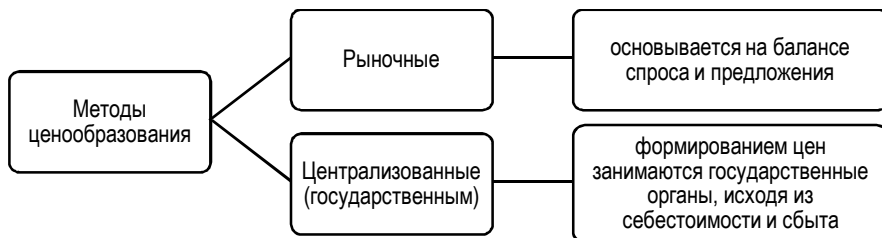


Рис. 1. Методы ценообразования*

* Составлено автором на основе: Ливенцева А.А. Ценообразование в России // Человек, общество, технологии: актуальные вопросы взаимодействия. - Петрозаводск, 2023. - С. 78-82.



Рис. 2. Виды методов ценообразования*

* Составлено автором на основе: Ливенцева А.А. Ценообразование в России // Человек, общество, технологии: актуальные вопросы взаимодействия. - Петрозаводск, 2023. - С. 78-82.

Рассмотрим вышеперечисленные методы ценообразования подробнее:

Методы ценообразования, основанные на затратах, являются одним из наиболее распространенных подходов к определению цены на товары или услуги. Они базируются на учете затрат, понесенных компанией при производстве или предоставлении своей продукции.

1. Метод полных издержек (full-cost pricing): цена товара или услуги устанавливается путем учета всех затрат, как прямых, так и косвенных, связанных с производством и предоставлением. Это включает затраты на сырье, труд, амортизацию оборудования, а также постоянные затраты, такие как аренда помещений или затраты на маркетинг. К комплексной себестоимости добавляется прибыль на каждую единицу товара или услуги, чтобы определить цену.

2. Метод прямых затрат (direct cost pricing): при использовании этого метода цена товара или услуги определяется только на основе прямых затрат, не учитывая накладные расходы или постоянные затраты. Прямые затраты включают себя только

изменяемые затраты на материалы, труд и другие компоненты, которые непосредственно связаны с производством или предоставлением товаров или услуг.

3. Метод предельных издержек (marginal cost pricing): в этом методе цена определяется на основе предельных, или дополнительных, затрат на производство дополнительной единицы товара или услуги. Это позволяет компаниям устанавливать цены, которые покрывают только инкрементальные издержки и помогают оптимизировать прибыльность.

4. Методы учета рентабельности инвестиций: эти методы основаны на анализе ожидаемой рентабельности инвестиций и включают такие методы ценообразования, как метод внутренней оценки доходности (IRR) или метод ожидаемой амортизации (EAC). Цены устанавливаются на уровне, который позволяет компаниям получить требуемую рентабельность инвестиций.

5. Метод на основе анализа безубыточности (break-even pricing): в этом методе цена товара или услуги определяется на основе точки безубыточности, то есть объема продаж, необходимого для покрытия всех затрат. Цена устанавливается на уровне, который обеспечивает достижение точки безубыточности или выше, чтобы компания начала получать прибыль².

В выборе затратного метода ценообразования компании должны учитывать свои цели, рыночную конкуренцию, затраты на производство и предоставление услуги, а также требования потребителей. Компания может также комбинировать различные методы или применять их в зависимости от конкретной ситуации и стратегических целей.

Рыночные методы ценообразования основаны на соотношении спроса и предложения на рынке и отражают конкурентную ситуацию и мнения покупателей. Наиболее распространенные рыночные методы ценообразования:

1. Методы ценообразования на основе воспринимаемой ценности товара или услуги ориентированы на определение цены, которая соответствует восприятию потребителей оценки товара или услуги и их готовности заплатить за него. Два таких метода - расчет максимально приемлемой цены и расчет экономической ценности товара:

Расчет максимально приемлемой цены - данный метод основан на анализе спроса и исследовании рынка, чтобы определить максимальную сумму, которую потребители готовы заплатить за товар или услугу. Основными факторами, учитываемыми при расчете максимально приемлемой цены, являются потребности и предпочтения клиентов, их способность платить и сравнение с альтернативными решениями.

Расчет экономической ценности товара. Экономическая ценность может быть определена путем оценки экономических выгод, получаемых потребителем благодаря использованию товара или услуги. Это может включать увеличение доходов, снижение затрат или другие экономические пользы, которые получает клиент благодаря использованию продукта.

Оба эти метода требуют анализа потребностей, предпочтений и поведения потребителей, чтобы определить оптимальную цену, которая максимизирует ценность для клиентов и обеспечивает прибыльность для компании. Они помогают установить цену, основанную на восприятии ценности товара или услуги со стороны покупателя, что помогает компании быть конкурентоспособной на рынке.

2. Методы ценообразования, ориентированные на спрос, основаны на понимании и анализе потребностей и предпочтений потребителей. Они помогают определить оптимальную цену, которая удовлетворит спрос на товар или услугу. Некоторые из этих методов включают:

Метод опроса: в этом методе компании проводят опросы среди потенциальных покупателей, чтобы получить информацию о их готовности заплатить за товар или услугу. Это позволяет компании понять, как потребители оценивают и воспринимают ценность продукта и определить оптимальную цену на основе данных опроса.

Метод аукциона: этот метод включает проведение аукционов, где покупатели соревнуются, предлагая свои цены на товар или услугу. Цена устанавливается на основе наивысшей предложенной цены. Этот метод позволяет компаниям определить цену, которая максимизирует спрос и позволяет покупателям участвовать в формировании цены.

Метод пробных продаж: при использовании этого метода компания предлагает товар или услуги по временно сниженной цене, чтобы позволить потребителям испытать его и оценить его ценность. После пробного периода цена может быть повышена в соответствии с полученными отзывами и запросами покупателей³.

3. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов, помогают компаниям установить цены, которые учитывают конкурентное окружение и позволяют им быть конкурентоспособными на рынке. Некоторые из таких методов включают:

Метод мониторинга конкурентных цен: этот метод предполагает постоянное наблюдение и анализ цен конкурентов на товары или услуги. Компания сравнивает свои цены с ценами конкурентов и принимает решение о своих ценах с учетом конкурентного окружения. Это позволяет компании быть в курсе изменений на рынке и принимать обоснованные решения о ценообразовании.

Метод конкурса: в этом методе компании организуют конкурс, в ходе которого потенциальные покупатели могут предложить свои лучшие цены на товар или услугу. По окончании конкурса компания выбирает победителя и определяет цену на основе предложенной конкурентной цены. Этот метод позволяет компаниям привлечь внимание потребителей и использовать их предложения для определения оптимальной цены.

Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов, помогают компаниям адаптироваться к конкурентному окружению и принимать ценовые решения, основанные на действиях конкурентов. Они позволяют компаниям привлекать и удерживать клиентов, сравнивая свои цены с ценами конкурентов и стратегически конкурируя на рынке.

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать вывод, что ценообразование является важной составной частью хозяйственного механизма. Это сложный и многогранный процесс, требующий анализа и учета множества факторов. Ценообразование направлено на достижение баланса между конкурентоспособностью компании, удовлетворением потребностей покупателей и достижением прибыли.

Процесс формирования цены на товары и услуги является важной задачей для компаний в любой отрасли. Очень важно, при формировании цены, учитывать факторы, влияющие на нее. Среди них можно выделить: затраты на производство, инфляцию, спрос и предложение, налогообложение, курс валют и др. Выделяют несколько

методов ценообразования, с помощью которых, компании формируют цены на свои товары и услуги: их подразделяют на рыночные, затратные и параметрические.

* * * *

¹ Мисякова Е.С., Власова С.С. Особенности и условия ценообразования // Аллея науки. - 2023. - Т. 2. - № 5 (80). - С. 93-98.

² Ливенцева А.А. Ценообразование в России // Человек, общество, технологии: актуальные вопросы взаимодействия. - Петрозаводск, 2023. - С. 78-82.

³ Острцова А.В., Приймак П.Н., Шматков Е.А. Современные проблемы и факторы ценообразования на предприятии // Наукосфера. - 2023. - № 2-1. - С. 274-277.

MODERN PRICING METHODS IN MANAGEMENT

© 2023 Reshetnikova Daria Vladislavovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: reshetnikova_2002@list.ru

© 2023 Sheremeteva Elena Nikolaevna

Doctor of Economics, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: lena_scher@mail.ru

The article discusses the concept of pricing and describes in detail modern pricing methods. The author of the article made conclusions about the basics of pricing in Russia in modern conditions.

Keywords: pricing, price, pricing methods, price level, cost.

МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ И ПРОЕКТОВ

© 2023 Рыжов Сергей Александрович

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ryzhov_sa@mail.ru

© 2023 Потапов Александр Евгеньевич

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: potapov_alex23@mail.ru

© 2023 Рыжова Елизавета Антоновна

магистрант

НИУ «Высшая школа экономики», г. Москва

E-mail: liza_shinshinova@mail.ru

© 2023 Трошина Елена Павловна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: e-troshina@yandex.ru

Статья посвящена вопросу повышения эффективности реализации региональных программ и проектов. Особое внимание уделено тренду на развитие промышленного туризма в регионах и тому, какие социально-экономические задачи решают проекты данного направления.

Ключевые слова: промышленный туризм, экономическое развитие, инвестиционная привлекательность, внутренний туризм, методы продвижения, профессиональная ориентация.

Сегодня практически все регионы нашей страны сталкиваются с новыми вызовами в области социально-экономического развития: в ключевых отраслях экономики прослеживается дефицит кадров, низкая грамотность в области продвижения продукции, устаревшие инструменты маркетинга. За последние годы в России формируется Данный инструмент решает сразу несколько социально-экономических задач. Ниже подробно рассмотрим каждую из них.

1. *Укрепление имиджа российской промышленности* через проведение экскурсий на промышленных предприятиях с целью популяризации изменяющихся производственных процессов.

2. *Профориентация* для школьников и студентов. Сегодня прослеживается изменение тенденции знакомства школьников и студентов с промышленными предприятиями как с будущими работодателями. Многие регионы включают промышленные экскурсии в федеральные проекты туристических поездок на своей территории. Ярким

примером является программа «Соцзаказ»¹, в рамках которой родители могут выбрать для своих детей экскурсию на предприятие на равне с классической краеведческой программой. Еще одной успешной практикой является проект «Больше, чем путешествие»², где путешественники – лучшие студенты вузов получают возможность посетить и посмотреть регионы нашей страны, а туроператоры интегрируют в эти программы посещение промышленных предприятий, где демонстрируют локальные продукты или имидж успешного работодателя в своем регионе. Такой подход полностью оправдывает концепцию данной программы.

3. Сегодня практически на всех уровнях власти признано, что система образования высшей школы не закрывает потребности современного работодателя. *Организация стажировок от профильных предприятий* является не только эффективным инструментом, который позволяет студенту познакомиться с будущими производственными процессами, но и расширяет географию возможной релокации специалистов внутри страны.

При поддержке Росмолодежи реализуется проект «Больше, чем работа»³, который призван организовывать путешествия для студентов, у которых есть потребность познакомиться со своей специальностью на практике и поехать в тот регион, где конкретная отрасль наиболее развита, открыта и нуждается в молодых кадрах. Данное направление позволяет регионам привлекать современные кадры со всей России, демонстрируя будущему специалисту само предприятие и территорию. Промышленный туризм – тот самый инструмент, за счет которого можно донести смыслы, миссию и ценности компании, а также удовлетворить потребность в быстром обзоре культурной жизни региона, его событийной составляющей, состояния городской среды, инфраструктуры, возможностей развиваться внутри данного региона, возможностей для расширения семьи и жизни. Территории, которые уже сегодня используют этот инструмент, показывают хорошие результаты в привлечении кадров со всей страны.

4. Абсолютно каждый регион заинтересован в расширении производственной базы и привлечении инвесторов. Промышленный туризм и грамотно построенные инвестиционные туры позволяют министерствам экономического развития, институтам развития территории, агентствам привлечения инвестиций демонстрировать успешный опыт тех предприятий, которые уже присутствуют на территории. Промышленные туры с инвестиционной направленностью включают в себя объекты, которые ярко демонстрируют успешный опыт работы с инвесторами, и инфраструктурные объекты, которые необходимы для возведения новых предприятий. Проектирование и проведение интересных и наполненных промышленных туров способствует формированию отраслевой направленности этой территории, а также **росту инвестиционной привлекательности региона**.

5. На территории каждого региона РФ существуют такие предприятия, которые занимают лидерские позиции в своей отрасли или являются носителями исторических технологий, которые развиваются во времени. Также присутствуют такие предприятия, которые в современности владеют особыми инновационными технологиями. Промышленный туризм дает возможность создать два типа продуктов. Первый тип – это программы по обмену опытом с посещением отраслевых центров компетенций, где собираются предприятия-лидеры из разных отраслей промышленности, которые могут де-

лится своим опытом и демонстрировать исторические и бизнес-подходы к достижению текущего результата, как данное производство развивалось и как оно достигало лидерских позиций. Второй тип – это *центр профессиональных компетенций*. Посещая подобные программы можно узнать лучшие практики, которые рождаются на предприятиях нашей страны. Задача подобных программ – эффективная оптимизация бизнес-процессов и обучение сотрудников предприятий для общего развития промышленности. Все эти продукты наиболее востребованы среди профессионалов для быстрого и качественного практикоориентированного обучения. По данным одного из сайтов бронирования наиболее перспективным направлением является организация бизнес-туров с возможностью посещения предприятия и региона в целом⁴.

Таким образом, промышленный туризм позволяет качественно объединить деловое и культурно-познавательное направления туризма. Среди корпоративных покупателей данный сегмент называется MICE туризмом. В данном направлении регион заинтересован с целью получения высокодоходного делового туриста, а при организации качественной программы получения повторного туриста. По данным Национального конгресс-бюро деловой турист имеет тенденцию к возвращению после бизнес-визита на повторное посещение территории с целью продолжения деловых отношений, а также рассматривает данную территорию для организации личного отдыха с семьей и друзьями.

6. Из-за меняющейся геополитической ситуации и изменений глобальных рынков экспорта и импорта каждому предприятию важно наладить новые пути поставок своей продукции. Так как большое количество иностранных производителей уходит с рынка, появляются дополнительные ниши. Промышленные туры позволяют *привлечь новых профессиональных покупателей*. Данная целевая аудитория должна увидеть не только процессы производства продукции, но и ознакомиться с основными принципами работы всей компании, удостовериться в качестве той продукции, которую они в дальнейшем будут поставлять в свои страны. Безусловно современные предприятия определенных отраслей разрабатывают дополнительные линейки товаров, которые ушли с рынка и заинтересованы в презентации данной продукции как внутри региона, так и за его пределами. Одним из лучших способов является продемонстрировать новые продукты, заявить о себе через СМИ, блогер-туры показать потенциальным дилерам и торговым домам все преимущества своего производства. На основании исследований сделанных маркетинговыми компаниями утверждено, что личный контакт при презентации продукта и посещении производства, ознакомления с его уникальными торговыми предложениями и качественными характеристиками дарит экскурсантам безусловные положительные эмоции. Посредством таких программ из будущих профессиональных покупателей можно сделать амбассадоров бренда, которые будут не только надежными партнерами по дальнейшей реализации товаров, но и источниками продвижения среди своих коллег профессиональных по рынку в связи с чем это даст дополнительный PR для предприятия.

7. Развивая промышленный туризм, каждый регион имеет возможность заново выстроить *позиционирование* своей территории и повысить туристическую привлекательность. Сегодня промышленный туризм интересен разным слоям населения для изучения тех предприятий, которые являются настоящими символами и лидерами

нашей промышленности. Также данное направление является интересным любителям научно-популярного туризма. Выделяя и продвигая среди своих предприятий территориальные бренды, регион может сформировать новые туры, которые будут настроены на различные целевые аудитории: от школьных туров до семейных, молодежных или групповых сборных групп.

8. Когда появляется *новое направление в туризме*, для его развития и запуска требуется большой инвестиционный приток. С учетом того, что промышленное предприятие уже создано на территории, для запуска промышленного туризма не требуется огромных инвестиций: необходимо грамотно обучить местных экскурсоводов, туристический бизнес, сотрудников предприятий, проводящих экскурсии, создавать интересный познавательный и доступный контент для туристов.

Регулярный мониторинг внешней среды проектов и программ, ключевых целей и социально-экономических выгод для регионов - это важный элемент механизма повышения эффективности реализации региональных программ и проектов. Сегодня практически каждый регион занимается развитием этого механизма. Разберем те составляющие, которые поспособствовали повышению эффективности реализации региональных проектов в сфере пропыленного туризма в России.

Одна из них – это акселерационная программа, которую запустило Агентство стратегических инициатив «Открытая промышленность»⁵. В рамках данного проекта формируются региональные команды, в состав которых входят представители министерства промышленности, органов исполнительной власти, отвечающих за образование и молодежную политику, туризм, сельское хозяйство, энергетику, министерство экономического развития и инвестиций.

Вторым большим блоком участников региональных команд являются представители предприятий, задача которых разработать интересные программы посещения и промышленные туры на собственное предприятие, ориентированные на цели и задачи предприятия и целевую аудиторию, которую они готовы у себя принимать.

Третий один из самых важных блоков участников формируется из представителей туристического бизнеса, операторов деловых объединений, институтов развития и ВУЗов. Задача этой группы упаковать продукт и донести его до внешнего потребителя. Не менее важной задачей данной группы является развитие и усовершенствование экскурсий на территории для разных целевых аудиторий.

Таким образом, формируется полноценная команда в каждом регионе, который заинтересован в развитии промышленного туризма на своей территории в рамках достижения определенных эффектов. В процессе работы региональной команды регион формирует отдельную проектную деятельность, в рамках которой создаются новые мини-проекты, решающие социально-экономические задачи. В части регионов посредством программы создаются стратегические документы и дорожные карты. Как правило, суть данных документов – определение ключевых блоков целей для конкретного региона, распределение задач внутри региональной команды, привлечение дополнительных участников в команду, которых на данном этапе не хватает, формирование краткосрочных и долгосрочных ключевых показателей эффективности, прописываются конкретные шаги, ответственные, сроки и источники финансирования.

За последний год наблюдаются существенные результаты запуска данного направления и эффективности создания проектов на территории. Многие регионы существенно продвинулись в количестве предприятий, которые открыты для посещения туристов, выстроены позиционирование и целые фирменные стили данного направления, создаются проектные офисы, которые готовы делиться опытом в области создания промышленных туров на своих территориях. Все это тоже части механизма повышения эффективности реализации региональных программ и проектов. Эффективность деятельности показывают два проведенных финала с участием членов Федерального правительства, где были награждены регионы-наставники, готовые передавать опыт по данному направлению. Также данный проект стал самым тиражируемым успешной практикой на ресурсе АСИ «Смартека» за всю историю.

Инициатива продолжается и развивается в течение трех лет. На базе ее опыта создается профессиональный стандарт и новая профессия «Организатор промышленного туризма». Задача этой работы создать по всей стране новые кадры, которые будут продвигать это направление, объединять региональные команды, создавать кросс-проекты и эффективно работать на благо социально-экономического развития регионов. В конце 2023 года на базе Центра компетенции Санкт-Петербурга планируется запуск третьей акселерационной программы, в рамках которой будет подготовлено 1000 специалистов по всей стране с квалификацией «Организатор промышленного туризма».

Запуская подобные проекты, удастся не только организовать слаженную региональную команду, которая эффективно реализует программы и проекты на территории. Но и самое главное, удовлетворяются потребности населения России в открытии для себя новых перспективных направлений для путешествия, бизнес-туров, образовательных программ в регионах страны

* * * *

¹ Акселерационная онлайн-программа для потенциальных исполнителей социального заказа Аксель. Соцзаказ. - URL: <https://fnb-aksel.ru/>

² Программа «Больше, чем путешествие». - URL: <https://morethantrip.ru/about>

³ Программа «Больше, чем работа». - URL: <https://morethanjob.ru/>

⁴ Проект по развитию промышленного туризма. - URL: <https://promtourism.ru/about/>

⁵ Инициатива по продвижению кадрового и технологического потенциала «Открытая промышленность». - URL: <https://promtourism.online/>

MECHANISM FOR IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF IMPLEMENTATION REGIONAL PROGRAMS AND PROJECTS

© 2023 **Ryzhov Sergey Alexandrovich**

Graduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: ryzhov_sa@mail.ru

© 2023 **Potapov Alexander Evgenievich**

Graduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: potapov_alex23@mail.ru

© 2023 **Ryzhova Elizaveta Antonovna**

Undergraduate Student

Higher School of Economics, Moscow

E-mail: liza_shinshinova@mail.ru

© 2023 **Troshina Elena Pavlovna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: e-troshina@yandex.ru

The article is devoted to the issue of improving the effectiveness of the implementation of regional programs and projects. Special attention is paid to the trend towards the development of industrial tourism in the regions and what socio-economic tasks are being solved by projects in this area.

Keywords: industrial tourism, economic development, investment attractiveness, domestic tourism, promotion methods, professional orientation.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТСОРСИНГА И ВЫБОР АУТСОРСЕРОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2023 Сивакс Анна Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: anna.sivaks@yandex.ru

Современная ситуация на рынке, усиление санкций, экономическая и политическая обстановка требуют новых форм и методов управления предприятием. В статье рассмотрен аутсорсинг как новая форма хозяйственных взаимоотношений. Описан краудсорсинг как новая форма взаимоотношений.

Ключевые слова: аутсорсинг, краудсорсинг, аутсорсер.

Усиление санкций по отношению к нашей стране, недружественное отношение европейских стран, политическая и нестабильная экономическая ситуация на рынке предъявляет новые требования к уровню управления в компаниях. Только конкурентоспособные предприятия могут оставаться на рынке и извлекать прибыль из своей деятельности. Для того, чтобы предприятиям оставаться конкурентоспособными, им необходимо использовать новые, нестандартные методы и способы управления предприятиями.¹

Одним из таких нестандартных способов можно назвать аутсорсинг и краудсорсинг. Краудсорсинг – это использование решений сторонними людьми, проблем компаний описанных на специализированных краудсорсинговых площадках.² Аутсорсинг в переводе с английского означает использование сторонних ресурсов или использование сторонних источников. Аутсорсинг как форма хозяйственных взаимоотношений предприятий заключается в том, что не основные, не ключевые функции предприятия передаются для выполнения на сторону. То есть выполнением этих не основных функций занимается другая компания. Такие компании называются аутсорсерами.

К выбору компаний-аутсорсеров необходимо подходить со всей серьезностью. Компания должна быть стабильной, известной на рынке, финансово-устойчивой и иметь в своем штате специалистов высокого уровня именно той квалификации, которая требуется для предприятия-заказчика. На рынке компания должна работать не менее трех лет. И это является важным и существенным условием выбора аутсорсера. К сожалению, рынок аутсорсинговых услуг представлен в России еще не достаточно развитым. И это является определенным минусом при выборе аутсорсинговой компании.

Многие руководители боятся передавать на аутсорсинг некоторые функции, что связано с риском утечки информации. Это может быть и коммерческая информация и информация, связанная с коммерческой тайной предприятия. Для того, чтобы этого избежать необходимо делить большие функции на части и использовать частичный аутсорсинг.

Существует достаточно большое разнообразие видов аутсорсинга: полный, частичный, функциональный, операционный, трансформационный и так далее. Каждая компания индивидуально для себя выбирает тот или иной вид и форму аутсорсингового проекта. Это связано со спецификацией предприятия, его организационной структурой и выполняемым функционалом.

Существенным условием внедрения аутсорсинга в деятельность компании можно назвать четко-описанную и построенную организационную структуру предприятия. В хаосе аутсорсинг работать не может. Так как перед передачей на аутсорсинг требуется четкое описание деятельности предприятия, деятельности всех функциональных подразделений. Функции отделов не должны дублироваться и повторять друг друга. Весь функционал должен быть четко описан. Особое внимание уделяется в первую очередь тем подразделениям, которые будут выводиться за штат или передаваться на сторону, то есть на аутсорсинг.

Чаще всего на аутсорсинг передаются функции и операции, не являющимися основными, ключевыми. К основным функциям относятся теперь, которые составляют ключевую компетенцию организации и приносит основную долю прибыли компании. А вот вспомогательные функции, такие как клининг, охрана, юридические, бухгалтерские, кадровые возможны для передачи на сторону.³

Самыми существенными преимуществами, которыми обладает аутсорсинг можно назвать следующие:

1. Сокращение затрат на выполнение второстепенных функций,
2. Более быстрое выполнение тех или иных операций,
3. Повышение качества выполнения операций,
4. Внедрение новых инновационных технологий при совместных проектах,
5. Сосредоточение основного внимания на ключевых бизнесах.

Компании-заказчика так же могут получить финансовую выгоду от продажи непрофильных активов.⁴

На вырученные дополнительные средства можно приобрести здания, сооружения, дополнительное оборудование для развития основного вида деятельности.⁵

Многие компании именно так и поступают. Понимая, что в современных условиях необходимо использовать любую форму и вид управления предприятием, который принесет существенный преимущества в управлении компанией.

Деловая ситуация в мире складывается таким образом, что многие компании разорвали свои хозяйственно-экономические взаимоотношения.

Что же тогда делать российским предпринимателям и бизнесменам с учетом таких мировых тенденций. Таким компаниям необходимо искать партнеров по бизнесу в нашей стране. Устанавливать доверительные и экономически выгодные взаимоотношения здесь, внутри нашей страны. Аутсорсинг рассматривается предпринимателями как стратегическое партнерство по бизнесу. Как уже было сказано это связано в первую очередь с возможностью, а иногда и необходимостью передачи информации по бизнесу на сторону. Поэтому так важно тщательным образом подбирать аутсорсингового партнера.

* * * *

¹ Toymentseva I. A., Karpova N.P., Toymentseva A. A., Chichkina V. D., Efanov A. V. Methods of the development strategy of service companies: logistical approach // International Journal of Environmental and Science Education. 2016. Т. 11. № 14. С. 6820-6836.

² Сивакс А. Н. Краудсорсинг как средство повышения эффективности деятельности предприятий // В сборнике: Проблемы развития предприятий: теория и практика. Материалы 13-й Международной научно-практической конференции. Редакционная коллегия: Г. Р. Хасаев, С. И. Ашмарина, (ответственный редактор), В. А. Пискунов, Е. П. Фомин, А. П. Жабин, А. В. Стрельцов, Б. Я. Татарских, Ю. В. Матвеев, Л. А. Сосунова, Е. В. Волкодавова, Е. В. Меденцева, А. Г. Абросимов, Р. Б. Некрасов, М. В. Симонова, О. В. Баканач, В. Б. Звоновский, Г. С. Розенберг, Н. А. Чечин, А. Е. Маршак, С. С. Комарова, З. Н. Семашкина. 2014. С. 217-218.

³ Шеянова А. Н. Аутсорсинг как форма хозяйственных взаимоотношений (на примере железнодорожной инфраструктуры). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Сам. гос. эконом. акад.. Самара, 2006.

⁴ Кумейко Д. А., Сивакс А. Н. Транспортно-экспедиторские компании: особенности и преимущества // В сборнике: РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ. Сборник научных статей I Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета. Самарский государственный экономический университет. 2016. С. 230-233.

⁵ Шеянова А. Н., Носков С. В. Методика оценки эффективности аутсорсинга на предприятии // Вестник Самарской государственной экономической академии. 2006. № 5. С. 86.

THE USE OF OUTSOURCING AND THE CHOICE OF OUTSOURCERS IN MODERN CONDITIONS

© 2023 Sivaks Anna Nikolaevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: anna.sivaks@yandex.ru

The current market situation, the strengthening of sanctions, the economic and political situation requires new forms and methods of enterprise management. The article considers outsourcing as a new form of economic relations. Crowdsourcing is also described as a new form of relationship.

Keywords: outsourcing, outsourcing, outsourcer.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

© 2023 Хомяков Юрий Васильевич

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: khomyakov89@bk.ru

© 2023 Ургалкин Юрий Алексеевич

доктор философских наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: cardinal38@yandex.ru

В статье дается определение конфликта в организации, рассматривается его специфика и причины возникновения конфликтов. Особое внимание уделяется понятию «корпоративная культура», рассматривается связь с условиями конструктивного разрешения организационных конфликтов.

Ключевые слова: корпоративная культура, конфликт в организации, организационная культура, межличностные конфликты, управление конфликтами.

За последнее столетие отношение к работнику организации претерпело значительные изменения. Если раньше работник рассматривался как простой исполнитель поставленных задач, то в настоящее время с постоянным увеличением сложности трудовых функций и усложнением нормативов и требований к качеству выпускаемой продукции роль сотрудника в организации возрастает. Теперь сотрудник видится в роли соблюдающего и осознанно поддерживающего ценности и мировоззрение корпорации, сотрудник должен быть лоялен к деятельности и нормам организации, в которой он находится. Таким образом, можно сказать, что сотрудник теперь является не просто бездумным работником, сфера которого распределяется только на поставленные задачи и цели, а также приобретает социальные интересы внутри организации и переносит на себя многие ценности и нормы, которых должен придерживаться¹.

Межличностные конфликты, культура внутри корпорации, степень удовлетворенности трудом, всевозможные межличностные взаимодействия, лидерство — все это является составляющими организационного поведения.

Ф. Ротлисбергер был одним из первых ученых, кто ввел термин «организационное поведение» в научный обиход в 50-е годы двадцатого столетия. Однако в 1970-х годах наиболее полно свои тезисы об организационном поведении изложили в своих работах такие ученые, как Дж. Л. Гибсон, Дж. Иванцевич и Дж. Х. Доннелли младший. Исследуя организационное поведение, ученые пришли к выводу о том, что в большинстве случаев его целью является результативность, поэтому поведение людей внутри организации должно оцениваться как с точки зрения формирования корпоративной культуры, так и с анализа эффективности совместной деятельности коллектива внутри организа-

ции. Ученые полагали, что добиться эффективности совместной деятельности можно путем развития и процветания корпоративной культуры. Под процветанием культуры ученые понимали такую ситуацию, когда сотрудники не просто лояльно относятся к положениям культуры, но и принимают данные общие ценности для себя лично, имеют мировоззрение, схожее с корпоративным².

Таким образом, можно сделать вывод о том, что все процессы внутри организации неразрывно связаны и в структуру формирования корпоративной культуры также должны входить элементы, касающиеся управления конфликтами на предприятии.

Под конфликтным поведением принято считать последовательность действий, направленных на блокирование, подавление или ущемление возможности оппонента в достижении своих целей. В подобной ситуации цели и интересы оппонента начинают восприниматься как противоположные, а также начинает формироваться психологическая готовность к противоборству.

В современной науке выделяются два основных взгляда, подхода к определению взаимосвязи корпоративной культуры и организационных конфликтов. Сторонники первого подхода придерживаются мнения о том, что культура внутри организации является одним из факторов формирования организационного поведения, а также конфликтов в организации, в частности. В свою очередь сторонники второго подхода полагают, что организационные конфликты формируют корпоративную культуру. Ученые, исследователи в данной области не пришли к единому мнению, поэтому данная взаимосвязь, по их мнению, имеет двусторонний характер. На направление данной связи может влиять множество других факторов как внутри организации, так и вне ее³.

Несмотря на данные разногласия ученых во мнениях, можно сделать однозначный вывод — корпоративная культура является важнейшей составляющей любой организации и одним из ключевых условий ее существования. Ценности, образцы, нормы, которые наполняют культуру в организации в огромной степени, влияют на все стороны взаимодействия работников организации как между собой, так и со внешней средой, в частности, они влияют на способы конфликтных взаимодействий.

Исследователи в данной области, в частности социологи, применяют множество методов оценки эффективности корпоративной культуры. Это могут быть как количественные, так и качественные методы. По мнению многих ученых, наиболее популярными в данной области считаются такие методы, как глубинное интервью, анкетирование, социометрия, тесты, анализ данных, а также наблюдение. Э. Шейн и Г. Хофстеде выделяет такой важный метод в исследовании корпоративной культуры, как моделирование⁴.

Герт Хофстеде разработал свою типологию или модель организационных культур в 1980-х годах. Разработанная типология опирается на крупномасштабное исследование, которое было проведено на разных континентах, в этом исследовании были задействованы сотрудники различных организаций в более чем 40 странах мира. Данная модель имеет огромный успех и признание в научном обществе, а также имеет множество последователей.

В попытке объединить мнения и тезисы множества ученых и исследователей, в частности Э. Шейна, Ш. Шварца и Г. Хофстеде, относительно стабильной корпоративной культуры, можно выделить следующие основополагающие элементы:

- слаженность в деятельности организации, вся организация действует как единый механизм, наличие в организации и у отдельно взятого сотрудника командного духа;

- общее мировоззрение организации и ценности, которые наполняют корпоративную культуру, осознанно принимаются преобладающим числом членов коллектива;

- благоприятный и доброжелательный социально-психологический климат в коллективе;

- цели каждого отдельно взятого сотрудника совпадают с целями организации в целом;

- лояльность каждого сотрудника к деятельности организации;

- культура поведения сотрудников в условиях протекания конфликта соответствует образцам поведения, заложенных в корпоративной культуре;

- невысокий процент текучести персонала внутри организации.

Приведенные выше характеристики описывают лишь теоретическую, идеализированную модель благоприятной и развитой корпоративной культуры, которая может обеспечить стабильность внутри организации. Подобного рода культура способна оказать большое влияние на членов организации. В такой организации сотрудники понимают и осознанно соглашаются с теми нормами поведения, которые входят в культуру предприятия, в том числе они понимают, как им следует поступать в случае возникновения конфликтной ситуации, они не находятся в ситуации неопределенности⁵.

При низко развитой корпоративной культуре сотрудники организации, наоборот, очень часто испытывают чувство неопределенности и даже незащищенности при возникновении внештатных ситуаций, а в таких условиях риск возникновения конфликтов значительно повышается.

Некоторые исследователи феномена корпоративной культуры, в том числе Э. Шейн, выделяют критерий развитой и сформированной корпоративной культуры — это возможность организации воздействовать и предотвращать острые конфликтные ситуации, а также нейтрализовать их последствия. В предприятиях с развитой корпоративной культурой зачастую преобладают социально-позитивные организационные конфликты, которые влекут за собой прогресс и положительные результаты.

Конфликты в организации, в принципе, нельзя избежать, поскольку разногласия между сотрудниками, противоборство их интересов и мнений процесс постоянный, что является абсолютно нормальным явлением, к тому же конфликт не всегда несет в себе деструктивные последствия. Обычно считается, что конфликт обязательно приводит к какому-либо разрушению, но не стоит забывать о его конструктивной стороне, порой конфликт может способствовать сохранению устойчивости и жизнедеятельности организации. Он служит неким стимулом для улучшений организационных процессов. Также разногласия разного рода дают возможность высказать свое мнение, что способствует личной удовлетворенности потребностей в уважении, помогают найти более альтернативные решения для более эффективной работы организации, ее роста и развития.

На сегодняшний день центральное место занимает именно вопрос управления конфликтами в организации, поскольку далеко не все руководители обладают достаточными знаниями в разрешении конфликтных ситуаций в трудовом коллективе. Каж-

дой организации, для того, что бы успешно формировать корпоративную культуру, необходимо развивать действующие стратегии по предотвращению и управлению конфликтами внутри предприятия. Формирование корпоративной культуры в современных условиях невозможно без развития стабильной культуры конфликта, разработки норм поведения при возникновении подобных ситуаций и создании условий для их минимизации.

* * * *

¹ Емельянов, С. Конфликтология М.: Юрайт, 2018. – 322 с.

² Беляева, В. Д. Методы управления организационными конфликтами // E-Scio. – 2020. – № 4(43). – С. 444–449.

³ Лознянская, М.А. Управление конфликтами как элемент развития корпоративной культуры // Электронное научнопрактическое периодическое издание «Экономика и социум». Современные технологии управления организацией. 2019. С. 15–28.

⁴ Калмыкова, А. Ценности компании: как разработать, чтобы им следовали все сотрудники. Готовый алгоритм и примеры // Электронный журнал «Директор по персоналу». – 2019. С. 54–62.

⁵ Главатских Д. В. Формирование корпоративной культуры на предприятии // Вестник Науки и Творчества. 2019. С. 122–125.

CORPORATE CULTURE AS THE MAIN CONFLICT MANAGEMENT TOOL IN THE ORGANIZATION

© 2023 Khomyakov Yuri Vasilyevich

Postgraduate Student

Samara State University of Economics

E-mail: khomyakov89@bk.ru

© 2023 Urgalkin Yuri Alekseevich

Doctor of Philosophy, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: cardinal38@yandex.ru

The article defines the conflict in the organization, examines its specifics and causes of conflicts. Special attention is paid to the concept of "corporate culture", the connection with the conditions of constructive resolution of organizational conflicts is considered.

Keywords: corporate culture, conflict in the organization, organizational culture, interpersonal conflicts, conflict management.

ПРОБЛЕМЫ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ И ВЫБОРА ОПТИМАЛЬНОГО СЕГМЕНТА

© 2023 Юдакова Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: olg-yudakova@yandex.ru

Рассматриваются современные проблемы сегментирования, а также проблемы определения оптимального сегмента, которые влияют на снижение результативности маркетинговой деятельности и не способны сформировать устойчивые конкурентные преимущества фирмы.

Ключевые слова: сегментирование, оптимальный сегмент, позиционирование, маркетинговая деятельность, маркетинговое планирование.

Процесс сегментирования является основой всех маркетинговых решений и маркетинговой деятельности в целом. Завершается процесс сегментирования позиционированием товаров услуг фирмы на выбранном целевом рынке. Именно на данных решениях строится вся система маркетингового планирования.

В теории маркетинга существует множество информации по данному вопросу, однако не у всех практикующих маркетологов всегда получаются отличные результаты при реализации данного процесса.

Специалисты – маркетологи в процессе сегментирования часто сталкиваются с проблемами внешнего и внутреннего характера.

Внешние проблемы не позволяют фирме сформировать имиджевые показатели и новые конкурентные преимущества. К ним чаще всего относят отсутствие и неверные информационные данные о емкости сегмента и его профильных характеристиках. Именно так фирма может ошибиться при выборе своего оптимального сегмента.

Внутренние проблемы в области сегментирования рынка способствуют росту затрат и себестоимости, организационным столкновениям или недостаточному количеству ресурсов.

Внутренние и внешние проблемы в области сегментирования и позиционирования также формируют ошибочные стратегические и тактические решения маркетинговой деятельности фирмы и снижают ее стратегическую устойчивость в целом.

Кроме того в российской практике сегментирования всегда присутствует проблема достоверности используемой информации, поэтому ее постоянно нужно корректировать свежими результатами собственных маркетинговых исследований. А для их проведения необходимо финансовые ресурсы и продолжительное время.

Временной период также неблагоприятно может сказываться на процессах внедрения маркетинговых планов и снижать показатели эффективности маркетинговой деятельности.

Поэтому сегментированию и позиционированию необходимо уделять особое внимание и периодически пересматривать предыдущие результаты.

Рассмотрим вышеуказанные проблемы в области сегментирования рынка применительно к рынку разработки сметных норм.

Развитие рынка разработки сметных норм напрямую связано с развитием строительной отрасли и потребностью в точных и надежных данных для планирования бюджетов проектов. Важными факторами, влияющими на этот рынок, являются изменения в законодательстве, технологические инновации и требования к энергоэффективности и экологической устойчивости строительства.

Однако на рынке разработки сметных норм существует конкуренция между различными поставщиками услуг. Фирмы и организации, предлагающие разработку сметных норм, должны стремиться к высокому качеству своих продуктов, постоянному обновлению данных и адаптации к изменяющимся требованиям рынка.

Кроме того, в маркетинговой деятельности они должны постоянно корректировать результаты сегментирования и позиционирования и стремиться к расширению и освоению новых сегментов.

В целом, рынок разработки сметных норм является важной составляющей строительной отрасли и играет ключевую роль в планировании и контроле затрат на строительные проекты.

На государственном уровне разработка сметных норм осуществляется посредством включения норм в план Министерства строительства Российской Федерации. В 2023 году состав заказчиков (инициаторов) разработки норм выглядит следующим образом (см. таблицу).

Инициаторы разработки норм в 2023 году*

№	Заказчики	Количество, шт	%
1	ОАО «РЖД»	565	27
2	ЧУ ГК «Росатом» «ОЦКС»	420	20
3	ПАО «Транснефть»	255	12,4
4	ПАО «НК Роснефть»	263	12,8
5	ПАО «Газпромнефть»	88	4
6	ФАУ «Главгосэкспертиза России»	88	4
7	ПАО «Русгидро»	54	2,6
8	ПАО АК «АЛРОСА»	56	2,7
9	Минтранс России	49	2,4
10	Иные	223	12,1

Общее количество норм – 2061 штук. Количество фирм, которые специализируются на разработке сметных норм, неуклонно растет и с 2022 г – на 25%, а в 2023 году на 30%.

Такая положительная динамика говорит о привлекательности данного рынка и его устойчивости на перспективу.

Основными клиентами рынка разработки сметных норм могут являться две категории хозяйствующих субъектов:

1. Заказчики строительства,
2. Крупные подрядные организации, выполняющие строительные работы.

Чтобы лучше понять свою аудиторию, грамотно выбрать целевую группу клиентов, разработать более эффективные стратегии и достичь большего успеха на рынке проведем сегментацию рынка по двум признакам: направление строительных работ и объем выручки подрядных организаций в отраслях строительства.

По направлению строительных работ традиционно выделяют следующие категории:

- Мосты и тоннели
- Железные дороги и метро
- Инженерные коммуникации
- Нежилые здания
- Жилые здания
- Автодороги
- Специализированные работы
- Прочие инженерные сооружения.

Из общего объема строительных работ в стране в 2022 году (9,5 трлн. руб.) 2,5 трлн. руб., или 26 %, пришлось на строительство жилых зданий и комплексов. Расходы на создание и ремонт автодорог в 2022 году составили почти 2 трлн. руб. Их доля — 21 %. Доля строительных работ в коммунальной инфраструктуре снизилась до 7,2 % (683 млрд. руб.).³

Доля строительства нежилых зданий (включая некоторые другие работы) составила в 2022 году 8 %. Частично сюда входила и социальная инфраструктура. А специализированные работы (снос и разборка зданий, подготовка участков, строительномонтажные работы и отделка) заняли 25 % в структуре отраслевых работ в России. На оставшиеся сферы (в частности, транспорт, не относящийся к автодорогам, и др.) пришлось 13 % строительных расходов.⁴

Средняя по стране структура работ по реконструкции и строительству новых объектов имеет значительный перевес в сторону капиталоемких транспортных проектов и строительства жилья. Но в зависимости от региона может наблюдаться также заметный уклон в промышленное строительство и в реализацию инвестиционных планов монополий.

По объему выручки подрядных организаций можно выделить следующие отрасли строительства:

- Инфраструктурное строительство (транспортное, оборонное, широкого профиля, энергетическое, сельскохозяйственное, социальное, ЖКХ, ИТ),
- Нефтегазовый кластер,
- Недвижимость,
- Промышленное строительство.

Итогом 2022 года стало лидерство по суммарному объему выручки строителей транспортной инфраструктуры (свыше 1,025 трлн. руб., 24,8 % от выручки топ-170) (рис. 2.8). Им удалось обогнать по годовому обороту подрядчиков нефтегазовой отрасли (1,023 трлн. руб., 24,7 %).²

Ранее доля последних внутри топ-170 превышала 30 %. На ее уменьшение оказали влияние снижение цен на нефть, а на улучшение показателя транспортных подрядчиков — повышенные бюджетные вложения в инфраструктуру.

Наибольший рост годового оборота присутствует у строителей жилой и коммерческой недвижимости и промышленных подрядчиков.

Получается самыми привлекательными сегментами на рынке разработки сметных норм, будем считать в области капиталоемких транспортных проектов и строительства жилья, то есть в коммерческом секторе рынка. Но в зависимости от региона может наблюдаться также заметный уклон в промышленное строительство и в реализацию инвестиционных планов монополий.

В текущее время разработка сметных норм заказывается крупными государственными компаниями для разработки узкоспециализированных отраслевых норм. Данный процесс характеризуется уникальными компетенциями, поэтому требуется более длительный срок выполнения заказа. Увеличение срока выполнения заказа в конечном итоге может привести к увеличению сроков сдачи строительных объектов.

Фирмам, оказывающим данные услуги по разработке сметных норм, приходится отходить от традиционной маркетинговой деятельности, и переходить на новые маркетинговые стратегии и тактику, позволяющие осваивать новый привлекательный сегмент.

Рекомендуемые маркетинговые стратегии и тактики будут носить инвестиционный характер и позволят укрепить имидж фирмы на рынке.

Однако, в процессе внедрения маркетинговой стратегии и тактики в деятельность фирм на рынке разработке сметных норм могут появиться различные риски и проблемы, например, организационного характера.

Такие проблемы не будут способствовать полной вовлеченности персонала в процесс реализации маркетингового плана, и будут снижать показатели фактической результативности деятельности.¹

Также новые клиенты могут сомневаться в действующей компетенции фирмы по разработке сметных норм, и придется корректировать имиджевые характеристики в сторону наибольшей убедительности и доверия.

Таким образом, успешная сегментация и выбор оптимальных целевых рынков позволит ориентировать систему маркетингового планирования на удовлетворение потребностей целевого рынка, на формирование их лояльности, позволит экономно расходовать потенциал и компетенции для укрепления стратегического положения фирмы.

* * * *

¹ Джабасова, З. Н. Особенности интернет-маркетинга в России / З. Н. Джабасова, О. В. Юдакова // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики : Сборник трудов международной научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 16–17 ноября 2020 года / Отв. редактор И.В. Косякова. Том Часть 1. – Самара: Самарский государственный технический университет, 2020. – С. 290-293. – EDN NUSUDY.

² Ильина М.В., Мамаева О.А., Бочаров А.Ю., Башкирова Е.А. Формирование методического обеспечения разработки сметных нормативов в системе строительного ценообразования // Вестник самарского муниципального института управления. – 2019. - №2. – С. 37-47.

³ Инвестиции в инфраструктуру. Строительство 2021 // <https://infraoneresearch.ru/materials/db461c3c2d08b78050673d25e5e58eb8.pdf>

⁴ Орлова, С. Ценообразование в строительстве / Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации, - 2021, - № 6. – с. 12-18.

⁵ Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата / Б. Е. Токарев. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. — 264 с

PROBLEMS OF SEGMENTATION AND OPTIMAL SEGMENT SELECTION

© 2023 Yudakova Olga Vasilyevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: olg-yudakova@yandex.ru

Modern problems of segmentation are considered, as well as determining the optimal segment, which affect the decrease in the effectiveness of marketing activities and are not able to form stable competitive advantages of the company.

Keywords: segmentation, optimal segment, positioning, marketing activities, marketing planning.

ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГА: ЭВОЛЮЦИЯ И ТРЕНДЫ

© 2023 Яхнеева Ирина Валерьевна

доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой
маркетинга, логистики и рекламы

Самарский государственный экономический университет

E-mail: yakhneevai.v@sseu.ru

Технологические, экономические и социальные изменения определяют развитие концепции маркетинга и используемых инструментов. В статье рассматриваются этапы эволюции маркетинга и ключевые маркетинговые тренды, соответствующие последним концепциям маркетинга.

Ключевые слова: маркетинг, устойчивое развитие, цифровые технологии.

Эволюция концепции маркетинга отражает изменение приоритетов бизнеса в достижении целей в соответствии с изменениями рыночной среды и общества.

Маркетинг версии 1.0 ориентирован на продукт, его производство, качественные характеристики и сбыт.

В версии 2.0 центром внимания для бизнеса становится потребитель. Предприниматели ориентируются на изучение интересов, потребностей и предпочтений потребителей. Важным критерием эффективности маркетинга становится лояльность потребителей. Целью маркетинговой стратегии является привлечение и удержание целевых потребителей с выгодой для компании.

Маркетинг 3.0 так же ориентирован на удовлетворение запросов потребителей. Однако ценности компаний связаны с изменением мира, его сохранением и улучшением. Маркетинг 3.0 основан на восприятии потребителя как члена общества. Стремление к повышению прибыльности бизнеса сочетается с корпоративной социальной ответственностью, поэтому предпринимательская деятельность осуществляется с учетом общественных интересов.

Маркетинг 4.0, основан на использовании цифровых технологий, расширяющих и дополняющих функции маркетинга. Бизнес в эпоху 4.0 движется в сторону инклюзивности, обеспечивая единый опыт для всех. Технологии способствуют кастомизации и автоматизации, снижая стоимость продуктов и услуг и открывая доступ к новым рынкам. Интернет обеспечивает прозрачность бизнеса, позволяя предпринимателям быстро перенимать опыт и создавать предприятия и продукты, ориентированные на локальные рынки или сегменты. Возрастает роль личности, меняются способы взаимодействия людей друг с другом, в результате чего появляются сообщества, которые становятся альтернативой сегментам рынка. Например, растет давление на бизнес со стороны миллениалов, которые ставят под сомнение базовые предпосылки корпоративного поведения, экономические и социальные принципы ведения бизнеса. По результатам глобальных исследований, 33% миллениалов выбирают устойчивую альтернативу, когда она доступна¹.

Маркетинг 5.0 — это применение имитирующих человека технологий с целью создания ценности для потребителя, сообщения о ней, предоставления и увеличения ее на всем клиентском пути². Цель — создать клиентский опыт нового поколения посредством использования сбалансированного симбиоза человеческого и машинного интеллекта. Согласно концепции, технологии должны быть использованы на благо человечества. Поэтому маркетинг 5.0 включает в себя элементы человекоцентрированного маркетинга 3.0 и усиленного технологиями маркетинга 4.0.

Современные тренды маркетинга отражают микс перечисленных концепций с доминированием одной из них в зависимости от уровня развития маркетинга (см. таблицу).

Тренды, определяющие развитие маркетинга*

Направление	Глобальные тренды	Частные тренды
Инвестиции	Бренды реагируют на экономическую нестабильность инвестициями в маркетинг	Повышение рентабельности маркетинговых затрат
Устойчивое развитие	Руководители служб маркетинга обеспечивают рост за счет внутренних усилий по обеспечению устойчивого развития	Развитие устойчивых инициатив в маркетинге
Творчество	Креативность как движущая сила роста	Повышение значимости создания контента
Технологии	Освоение цифровых технологий	Внедрение искусственного интеллекта в маркетинговые решения
Персонализация	Внедрение систем или алгоритмов для повышения уровня персонализации клиентов	Развитие сообществ и нишевых форумов.

* Составлено автором на основе исследований Deloitte, Brandwatch, IAB.

Неопределенность внешней среды, прежде всего, повышает уровень экономической неопределенности. Согласно отдельным исследованиям, 74% руководителей компаний сталкиваются с сокращением расходов на маркетинг³. По данным Deloitte, директора по маркетингу отдадут предпочтение новым технологиям, расширению рынков сбыта и персонализации клиентов, чтобы помочь своим брендам выстоять в нестабильной ситуации⁴. Преодоление текущей экономической нестабильности и растущей инфляции является главной краткосрочной задачей компаний. Однако вместо сокращения расходов бренды наращивают свой потенциал и возможности. Приоритетными задачами бизнеса являются:

- ускорение перехода на новые цифровые технологии или платформы,
- выход на новые рыночные сегменты,
- внедрение систем или алгоритмов для персонализации предложений.

Второй тренд основан на разработке и реализации маркетинговой политики с учетом концепции устойчивого развития. По мере того, как потребители подчеркивают, что

устойчивое развитие имеет важное значение при выборе бренда, маркетологи начинают осознавать необходимость социально ответственного поведения.

Третье направление усилий маркетологов связано с творческой составляющей. Креативность становится драйвером роста. Среди быстрорастущих брендов часто встречаются процессы и мышление, поощряющие творчество, рискованные действия и межфункциональное сотрудничество. В этой связи особую роль играет контент-маркетинг, который занимает третье место среди российских компаний по уровню использования после продвижения в социальных сетях и контекстной рекламы, основным типом продвижения контент-маркетинг считают 69% компаний⁵. При этом по эффективности контент-маркетинг уступает только контекстной рекламе. Одной из причин этого является возможность персонализации, когда компания учитывает опыт взаимодействия с пользователем и создает такой контент, который удовлетворяет его потребности. Кроме того, сталкиваясь с необходимостью сокращения затрат, многие бренды применяют бюджетные методы, включая публикацию «неполированного» контента, в том числе пользовательского. Сотрудничество с создателями контента может быть выгодным для брендов не только экономически, но и с точки зрения получения качественно выполненной работы.

Освоение новых технологий может создать конкурентные преимущества, и маркетологи рассматривают цифровые технологии, включая искусственный интеллект, большие данные, метавселенную и блокчейн как особенно перспективные. Цифровая трансформация, вовлечение пользователей в создание контента способствуют повышению уровня персонализации. Так, по данным исследований, 66% потребителей ожидают от компаний понимания их уникальных потребностей и ожиданий, а 52% - персонализации всех предложений⁶. Одним из примеров того, как современные инструменты искусственного интеллекта могут предсказать реакцию людей на контент, является компания Neurons. Ее инструмент для прогнозирования визуального внимания, как утверждается, способен с 95%-ной точностью предсказать, куда потребитель посмотрит при просмотре рекламы⁷. Крупные российские компании начали делиться опытом использования цифровых технологий в маркетинге. Розничная торговая сеть «Магнит» применила технологии машинного обучения для сегментирования аудитории и создания качественных и полезных предложений. В результате компании удалось увеличить коэффициент окупаемости вложений в три раза⁸.

Технологии являются неотъемлемым компонентом реализации новых возможностей для клиентов и формирования уникального коммерческого предложения. Это включает в себя способность предлагать индивидуальные сообщения и предложения потребителям на протяжении всего клиентского пути в определенных точках контакта. Поведенческие данные могут быть использованы для разработки релевантных предложений в режиме реального времени. Это имеет разнонаправленное влияние, поскольку данные могут быть использованы как для построения контент-стратегии, так и для расширения социального влияния бренда.

Таким образом, маркетинг одновременно отражает и меняет философию бизнеса, создавая и управляя клиентским опытом через систему отношений, формируемую посредством цифровых технологий на основе интересов отдельного человека и общества в целом.

* * * *

¹ Global Sustainability Study 2021. – URL: https://www.simon-kucher.com/sites/default/files/studies/Simon-Kucher_Global_Sustainability_Study_2021.pdf.

² Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения / Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван ; [перевод с английского А. Горман]. — Москва : Эксмо, 2022. — 272 с.

³ MacRae, D. Marketers face huge budget cuts and drops in customer loyalty. – URL: <https://www.marketingtechnews.net/news/2022/nov/14/marketers-face-huge-budget-cuts-and-drops-in-customer-loyalty/>

⁴ Global Marketing Trends 2023 – URL: <https://www2.deloitte.com/uk/en/insights/topics/marketing-and-sales-operations/global-marketing-trends.html>

⁵ Исследование рынка контент-маркетинга в России. – URL: https://disk.yandex.ru/d/zH4fZ4fBQ_xA

⁶ Levine, T. What Does Today's Consumer Want? Personalized, Seamless, Omnichannel Experiences. – URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/03/11/what-does-todays-consumer-want-personalized-seamless-omnichannel-experiences/?sh=542b75741e1e>

⁷ Newton, K. A. What Marketing Trends Will Have the Most Impact in 2023? – URL: <https://www.brandwatch.com/blog/top-digital-marketing-trends/>.

⁸ «Магнит» завершил тестирование промокампаний на базе искусственного интеллекта. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5394315>

MARKETING TRANSFORMATION: EVOLUTION AND TRENDS

© 2023 Yakhneeva Irina Valeryevna

Doctor of Economics, Associate Professor, Head of Department
of Marketing, Logistics and Advertising
Samara State University of Economics
E-mail: yakhneevai.v@sseul.ru

Technological, economic and social changes determine the development of marketing concept and tools to be used. The article considers the stages of marketing evolution and key marketing trends corresponding to the recent marketing concepts.

Keywords: marketing, sustainable development, digital technology.

СОДЕРЖАНИЕ

Резервы повышения эффективности деятельности предприятий в условиях новых глобальных вызовов (М–Я)

Майсигов Я.Я., Заступов А.В. К вопросу о мерах государственной поддержки цифровой трансформации предприятий в Российской Федерации.....	3
Макеева А.А., Чудаева А.А. Соглашение о защите и поощрении капиталовложений как мера государственной поддержки инвестиционных проектов	9
Михалева О.Л., Колбина А.В., Докудовская Е.О. Содержание и задачи судебно-экономической экспертизы субъектов малого бизнеса.....	14
Морозов Е.Ю. Современные вызовы экономической безопасности стратегических организаций.....	19
Наугольнова И.А. Современные подходы к управлению затратами на предприятиях обрабатывающей промышленности.....	24
Некрасов Е.А., Тершукова М.Б. Коэффициентный метод оценки финансовой устойчивости заемщиков банка и пути его развития в условиях цифровизации	28
Никитина Н.В., Куликова А.А. Развитие товарной политики предприятия строительного сектора.....	33
Пигалкина А.С., Стрельцов А.В. Формирование промышленной политики в современных условиях	39
Пигалкина А.С., Чудаева А.А. К вопросу обоснования нормы дохода для целей оценки инвестиционных проектов в реальном секторе экономики в современных условиях	44
Пименова Е.М., Усеинов Д.В. Некоторые аспекты оценки платежеспособности и ликвидности предприятия в условиях рыночных отношений	49
Питьев Н.Н., Яковлев Г.И. Методические вопросы повышения качества и конкурентоспособности продукции в цифровой экономике	55
Сапова О.А., Сапов А.Ю. Об основных направлениях государственной поддержки инновационных проектов в Самарской области.....	60
Тарасова Т.М., Васильева Д.А., Тимралиева Р.З. Экономическая безопасность компаний страхового сектора	65
Тарасова Т.М., Колбина А.В., Докудовская Е.О. Анализ текущего состояния показателя страховых выплат в России.....	69
Тарасова Т.М., Сердюк Д.М. Экономическая безопасность предприятий нефтеперерабатывающей промышленности.....	74
Татаровский Ю.А. Аналитическое обеспечение в рамках архитектурного и проектного подходов к управлению бизнесом	80
Трофимова Т.В., Никитина Н.В. Влияние изменения ключевой ставки на эффективное развитие российских предприятий.....	84
Усеинов Е.В., Пименова Е.М. Сравнительный анализ рентабельности предприятия в период до и во время пандемии COVID-19	88
Уханов Е.Ю. Подходы к пониманию понятия «управление устойчивым развитием предприятия» в современных условиях.....	93
Фанян А.С., Колупаев Д.С. Социально-экономическое развитие регионов России	97

Филиппова А.А., Либина М.А. Инновации в системе платежных карт «МИР»	101
Шарохина С.В., Шевченко Т.А. Процесс стратегического и операционного маркетинга персонала	105
Шурасьева К.В. Совершенствование учета основных средств как элемент стратегии развития предприятия	109
Щуцкая А.В. Инновационная инфраструктура как фактор, определяющий развитие инновационной деятельности в регионе.....	114
Яковлев Р.О., Стрельцов А.В. Инвестиционная деятельность в современных условиях: возможности и перспективы	119

Менеджмент в меняющемся мире

Андросова П.В. Реклама как механизм общественных связей и отношений.....	124
Воинская А.В., Савенков К.И., Шарикова Ю.В. Компетенции менеджера в современных условиях	129
Волкодавова Е.В. Стратегии импортозамещения в современной российской экономике	135
Динукова О.А., Динуков Р.Р. Организация набора и отбора персонала	139
Егоров Д.Н. Новые вызовы для руководителей проектов в цифровизации экономики.....	145
Жабин А.П. Менеджмент в меняющемся мире	151
Жалнин В.В. Адаптационные возможности системы корпоративного управления непубличной компании в сфере малого и среднего бизнеса	156
Илюхина Л.А., Костюкова Е.Д. Стратегии адаптации руководителей в новой должности.....	161
Клевакина П.А., Сивакс А.Н. Особенности менеджмента в креативных индустриях	166
Кузнецова Е.Д., Юдакова О.В. Современные проблемы продвижения товаров и услуг предприятиями малого бизнеса	171
Курникова М.В., Егоров Д.С. Особенности проектно-изыскательской деятельности как объекта управления.....	176
Маринин И.А. Развитие системы управления инновационными процессами в нефтегазовой отрасли	181
Решетникова Д.В., Вишнякова А.Б. Методы оценки стоимости бизнеса.....	186
Решетникова Д.В., Шереметьева Е.Н. Современные методы ценообразования в менеджменте	190
Рыжов С.А., Потапов А.Е., Рыжова Е.А., Трошина Е.П. Механизм повышения эффективности реализации региональных программ и проектов	195
Сивакс А.Н. Использование аутсорсинга и выбор аутсорсеров в современных условиях	201
Хомяков Ю.В., Ургалкин Ю.А. Корпоративная культура как основной инструмент управления конфликтами в организации	204
Юдакова О.В. Проблемы сегментирования и выбора оптимального сегмента.....	208
Яхнеева И.В. Трансформация маркетинга: эволюция и тренды.....	213

Научное издание

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

**Материалы 22-й Международной
научно-практической конференции**

23–24 ноября 2023 года

Часть 2

**Резервы повышения эффективности деятельности предприятий
в условиях новых глобальных вызовов (М-Я). Менеджмент
в меняющемся мире**

*Материалы представлены
в авторской редакции*

Издательская группа: О.В. Егорова, Н.И. Амплеева

Подписано в печать 29.12.2023. Формат 60x84/16.

Бум. офсетная. Гарнитура «Arial Narrow». Печать оперативная.

Усл. печ. л. 12,79 (13,75). Уч.-изд. л. 19,35. Тираж 500 экз. Заказ № 2.

ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».

443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.

Отпечатано в типографии ФГАОУ ВО «СГЭУ».

ISBN 978-5-00176-183-9



9 785001 761839 >