



Министерство
науки и высшего
образования РФ



СГЭУ
Самарский государственный
экономический университет



Барановичский
государственный
университет

НАУКА XXI ВЕКА: АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Сборник научных статей
XIII Международной научно-практической конференции

Самара, 23 сентября 2024 года

Выпуск 2, часть 1



Материалы конференции размещены в системе РИНЦ

Редакционная коллегия: д.э.н., профессор Е.А. Кандрашина; д.э.н., профессор М.О. Сураева (ответственные редакторы); д.э.н., профессор А.П. Жабин; к.э.н., доцент М.С. Гусева; д.э.н., профессор М.Е. Коновалова; к.э.н., доцент Е.П. Трошина; к.э.н., доцент Н.В. Никитина; д.ю.н., доцент С.П. Бортников; В.В. Кожухова (управление организации научных исследований и подготовки научных кадров); к.э.н., доцент В.В. Климук; PhD в области экономических наук, доцент Н.С. Мирзоев; к.э.н. А.О. Алексина (ответственный секретарь-референт)

Н34 **Наука XXI века: актуальные направления развития** : сборник научных статей XIII Международной научно-практической конференции, Самара, 23 сентября 2024 года / редколлегия: Е.А. Кандрашина, М.О. Сураева (ответственные редакторы) [и др.] ; Самарский государственный экономический университет. – Самара : Изд-во СГЭУ, 2024. – Вып. 2, ч. 1. – 436 с.

ISBN 978-5-00176-206-5 – ISBN 978-5-00176-207-2 (ч. 1)

Сборник научных статей XIII Международной научно-практической конференции «Наука XXI века: актуальные направления развития» посвящен рассмотрению комплекса научно-теоретических и методических вопросов развития общества в современных экономических условиях в следующих областях: региональная экономика; педагогические науки и психология; социологические науки и политология; филологические науки и языкознание; исторические науки; экономические науки и менеджмент; математико-статистические науки; информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте; здоровый образ жизни; философские науки; юридические науки.

В представленных статьях дается анализ теоретических и методических подходов экономического и организационного развития в современных условиях, предлагаются новые научно-методические направления инновационного развития экономики и общества.

Сборник представляет интерес для научных работников, аспирантов, студентов, а также руководителей и специалистов предприятий.

УДК 001
ББК Ч 215

ISBN 978-5-00176-206-5
ISBN 978-5-00176-207-2 (ч. 1)

© ФГАОУ ВО «Самарский государственный
экономический университет», 2024

УДК 332.8
Код РИНЦ 75.31.01

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОБЪЕМ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ ГОРОДСКИМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

© 2024 Гранков Олег Романович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: oleg.grankov@gmail.com

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, предприятие водопроводно-канализационного хозяйства, эффективность деятельности предприятия, нормы потребления воды.

Статья посвящена вопросам снижения потребления водных ресурсов городскими потребителями на примере территорий города Москвы.

На территории города Москвы основным поставщиком услуг по водоснабжению является АО «Мосводоканал».

В последние годы на территории города Москвы наблюдается устойчивая тенденция к снижению потребления водных ресурсов.

В представленной ниже таблице можно наблюдать динамику снижения реализации услуг по всем группам потребителей, а также динамику роста населения города (табл. 1).

Исходя из представленных сведений можно сделать вывод, что при неуклонном росте численности населения жителей складывается устойчивая тенденция к снижению водопотребления.

При этом можно зафиксировать наибольший «провал» в 2020 году. Такое отклонение было вызвано эпидемиологической обстановкой и введением карантинных мер, что вызвало приостановку деятельности многих производственных предприятий, а также отток жителей в загородное жилье.

* Научный руководитель – **Бальзаников Михаил Иванович**, доктор технических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

Таблица 1

**Сводная таблица показателей расхода электрической энергии при подготовке
питьевой воды АО "Мосводоканал" за 2018-2020 гг.**

Наименование показателя	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Реализация услуг водоснабжения (тыс. м³), в т.ч.:	1 013 572,3	1 009 248,6	964 017,6	993 712,3	995 282,4
Населению	626 794,8	625 036,0	614 379,2	613 934,4	607 655,8
Бюджетным потребителям	66 201,5	65 690,1	57 397,6	59 905,3	58 747,4
Прочим потребителям	169 797,6	165 938,9	139 063,9	149 833,4	152 523,7
Потребителям воды технического качества	45 963,7	45 900,0	44 061,5	50 474,8	49 252,6
Потребителям Московской области	104 814,8	106 683,6	109 115,4	119 564,4	127 102,9
Численность населения города (тыс. чел.)	12 506,5	12 615, 3	12 678,1	13 010,1	13 104,2

Среди основных факторов снижения потребления воды можно выделить сокращение нерационального водопотребления, распространение современной водосберегающей бытовой техники и санитарно-технического оборудования, а также выполнение программ реновации жилого фонда.

Рассмотрим каждый из факторов в отдельности.

Сокращение нерационального водопотребления, в первую очередь, связано с установкой приборов учета воды. Норматив потребления коммунальной услуги по холодному водоснабжению в многоквартирных домах и жилых домах с водопользованием из водоразборных колонок установлен в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 23.06.2006 № 306 исходя из удельного среднесуточного водопотребления на одного жителя (табл. 2).

Таблица 2

Норматив потребления коммунальной услуги по холодному водоснабжению

Вид прибора или процедуры	Норма расхода воды на 1 процедуру (л)
Ванна сидячая длиной 1200 мм с душем	250
Ванна длиной 1500 - 1550 мм с душем	275
Ванна длиной 1650 - 1700 мм с душем	300
Ванна без душа	200
Душ	100
Раковина	20
Мойка кухонная	8
Унитаз	6
Общеквартирные нужды	8

Следовательно, при безучетном потреблении норма потребления рассчитывается исходя из количества проживающих лиц в жилом помещении. При этом законодательством предусмотрен повышающий коэффициент (от 1,5 до 3) при безучетном потреблении воды. На примере семьи из 3-х человек плата за водопо-

требление в отсутствии прибора учета воды будет рассчитана как: тариф по нормативу * повышающий коэффициент * 3 (количество зарегистрированных лиц в жилом помещении). Таким образом, потребление воды без прибора учета становится экономически невыгодным для населения.

Учитывая, что с каждым годом доля малогабаритного жилья (студии) растет в новом строительстве, а также тенденцию к замене ванн на душевые кабины, можно сделать вывод, что помимо снижения потребления воды во время санитарно-гигиенических процедур, также происходит снижение потребления на бытовые нужды (мытьё полов, мойка окон и пр.), так как существенно снижается площадь помещений.

Также при установке приборов учета сокращается напор воды при выполнении санитарно-гигиенических нужд (умывание, чистка зубов, мойка рук и пр.), что в свою очередь приводит к дополнительной экономии ресурса.

Дополнительно к нерациональному использованию воды можно отнести бесконтрольное использование ресурса, а именно включение воды для разморозки продуктов питания, подача воды во время чистки овощей и прочих процессов, связанных с приготовлением пищи, подача воды в период отсутствия потребителя и пр.

Распространение современной водосберегающей бытовой техники и санитарно-технического оборудования также можно отнести к одному из способов экономии воды.

При норме 8 литров, на мытьё посуды в семье из 3-х человек будет уходить около 25 литров воды, при этом расход посудомоечной машины составляет в среднем от 7 до 12 литров на цикл. А современные унитазы позволяют сливать не полный бак воды (около 6 литров), а только $\frac{1}{2}$ от общего объема.

Дополнительным источником экономии стало распространение однорычажных смесителей, так как они экономнее, чем краны с двумя вентилями, поскольку помогают быстрее подобрать необходимую температуру и напор воды.

Еще одним фактором снижения водопотребления можно считать аэраторы, так как данные устройства насыщают воду пузырьками воздуха, что приводит к снижению потребления воды без существенного дискомфорта для потребителя, так как ощущение напора и потока остается практически неизменным.

Дополнительный вклад в программу энергосбережения вносит программа реновации ветхого жилья на территории города.

В рамках программы реновации в г. Москве осуществляется снос многоквартирных жилых домов и переселение жителей таких домов в равнозначные жилые помещения или предоставление им равноценного возмещения. Предоставляемые помещения должны иметь жилую площадь и количество комнат не меньше, чем освобождаемые, а общую площадь - больше освобождаемых, а также находиться в том же районе г. Москвы.

Таким образом, при сносе старого жилого фонда и возведении нового происходит процесс перекладки, строительства и реконструкции водопроводных сетей. Также во вновь построенных домах все помещения на этапе возведения обо-

рудуются приборами учета, а коммуникации являются новыми, что, в конечном итоге, приводит к сокращению потерь.

Снижение потребления воды является актуальной проблемой для многих стран мира, в том числе России. В данной статье были рассмотрены различные методы, влияющие на снижение расхода воды, а также их влияние на окружающую среду и экономику.

Одним из основных факторов снижения водопотребления является повышение эффективности использования водных ресурсов, включая применение новых технологий и оборудования, а также улучшение управления водными ресурсами на всех уровнях. Кроме того, важным аспектом является образование и просвещение населения в области водосбережения, что может способствовать изменению поведения людей и снижению их водопотребления.

В целом, результаты исследования показывают, что снижение потребления воды возможно через применение различных методов, которые могут включать в себя как технологические, так и поведенческие изменения. Важно понимать, что эффективное управление водными ресурсами требует комплексного подхода и взаимодействия различных сторон, включая государственные органы, научные сообщества и население.

1. Шушкевич Е.В., Бастрыкин Р.И., Алешина Е.В. «Особенности режима работы системы подачи и распределения воды в условиях снижения водопотребления», Водоснабжение и санитарная техника. 2010. № 10-1. С. 16-19.

2. Феофанов Ю.А., Адельшин А.Б., Нуруллин Ж.С. «Пути экономии энергоресурсов в системах водоснабжения», Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. 2012. № 2 (20). С. 153-159.

3. Зайко В.А., Быкова П.Г. «Анализ расходов и потерь воды при эксплуатации водопроводных сетей Самары», в сборнике: Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Строительные технологии. сборник статей. Самарский государственный архитектурно-строительный университет; под ред. М.И. Бальзанникова, К.С. Галицкова, А.К. Стрелкова. Самара, 2016. С. 160-165.

THE MAIN FACTORS INFLUENCING THE VOLUME OF WATER CONSUMPTION BY URBAN CONSUMERS

© 2024 Grankov Oleg Romanovich*

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: oleg.grankov@gmail.com

Keywords: housing and communal services, water supply and sewerage enterprises, the efficiency of the enterprise, water consumption rates.

The article is devoted to the issues of reducing the consumption of water resources by urban consumers on the example of the territories of the city of Moscow.

* Scientific adviser – **Balzannikov Mikhail Ivanovich**, Doctor of Technical Sciences, Professor, Samara State University of Economics.

СГЛАЖИВАНИЕ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ НЕОДНОРОДНОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОЕКТНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА СУБРЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

© 2024 Мустафина Лилия Анфаловна*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: lilsadykva@rambler.ru

Ключевые слова: регион, региональное пространство, субрегион, неоднородность, региональная политика, межмуниципальный проект.

В статье предложено использование проектного подхода в качестве инструментальной основы региональной политики по сглаживанию пространственной неоднородности на субрегиональном уровне; представлена систематизация и характеристики системы муниципальных и межмуниципальных проектов.

Проектное управление активно внедряется в существующую систему государственного управления. За последние годы был создан ряд нормативно-правовых документов, определяющих используемые методики и способы управления проектами на уровне федеральной и региональной властей. Выступая в качестве инновационного «рычага» и являясь приоритетным направлением в совершенствовании механизма государственного управления, федеральным центром проводится непрерывная законотворческая работа по созданию более действенных форм внедрения проектных технологий на различных уровнях власти.

Государство, как субъект публично правовых отношений, проводит федеральную и региональную политику, согласно которой гарантируется согласованность текущих вопросов муниципального образования с масштабными целями страны.

Поскольку проектная деятельность внедряется с учетом принципа вертикального соподчинения уровней органов власти, муниципальный уровень ориентируется на существующие разработки региональных властей, то есть, как правило, реализация муниципальных проектов осуществляется в рамках реализации национальных проектов¹.

Полагаем, что органам местного самоуправления необходимо являться не только соисполнителем региональных составляющих национальных проектов, а также исходить из собственных инициатив, учитывающих особенности развития отраслей, перспективы и возможности своих территорий.

* Научный руководитель – **Королева Елена Николаевна**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

Для институтов власти и общества, проживающих или ведущих деятельность на одной территории, важно повышение конкурентоспособности муниципального образования в целях привлечения квалифицированных специалистов, инвесторов и т.д. В рамках социально-экономического развития муниципального образования большой возможностью становится выстраивание «диалога» между бизнесом, населением и властью на платформе проектного управления.

Кроме того, проектное управление основано на получении результата в установленный срок с использованием ограниченных ресурсов, что определяет основную цель использования данного подхода – оптимизация человеческих, финансовых, временных и иных ресурсов, а ограниченность таких ресурсов является присущим для органов местного самоуправления, в частности, расположенных на дальней периферии.

Однако, не каждый муниципалитет способен самостоятельно организовать работу по запуску собственного проекта². В таком случае, эффективнее всего рассматривать межмуниципальное сотрудничество, в рамках которого «сильные» подтягивают «слабых». Безусловно, объединение муниципальных «сил» должно опираться на общие сильные стороны и проблемные зоны, наиболее эффективным межмуниципальным объединениям, на наш взгляд, могут стать субрегиональные объединения муниципальных образований.

Современные научные подходы к рассмотрению субрегиональных образований позволяют рассматривать данный уровень территориальной организации в качестве возможного субъекта региональной социально-экономической политики³. Субрегиональные территориальные структуры позволяют структурировать внеагломерационное пространство региона, позволяя наиболее эффективно решать проблемы периферийных территорий⁴.

В настоящее время «проект» является наиболее эффективным инструментом межмуниципального сотрудничества. Это обусловлено тем, что существующие формы межмуниципальной кооперации, такие как заключение совместных договоров, соглашений, образование советов и муниципальных объединений, слабо отражают конкретный алгоритм совместных действий⁵. Так, проектом определяются цели и задачи его реализации, мероприятия, этапы, сроки, критические точки, ответственные исполнители, объем финансирования, форма мониторинга достижения целей.

Таким образом, автор считает, что достижение национальных целей развития Российской Федерации на субрегиональном и муниципальном уровне, должно обеспечиваться, как за счет декомпозированных на муниципальный уровень показателей национальных проектов, так и за счет реализации межмуниципальных проектов.

Предлагаемый механизм достижения национальных целей развития Российской Федерации на субрегиональном и муниципальном уровне в рамках региональной экономической политики представлен в таблице.

Основной целью реализации указанного механизма станет обеспечение сбалансированности развития региона. При этом достигается решение следующих задач:

- снижение уровня диспропорций социально-экономического и инфраструктурного развития субрегиональных и муниципальных территорий субъекта РФ;
- обеспечение согласованности политики органов местного самоуправления;
- усиление роли и повышение вклада муниципальных образований в достижение целей национальных проектов.

**Механизм достижения национальных целей развития Российской Федерации
на субрегиональном и муниципальном уровне
с использованием проектного подхода**

Вид и форма проекта	Муниципальный проект (муниципальная составляющая регионального проекта)	Межмуниципальный проект
Организация формирования проекта	Вертикальная	Горизонтальная
Орган управления	Правительство субъекта РФ, региональные органы власти	Субрегиональные объединения органов местного самоуправления
Целевые показатели проекта	Декомпозиция показателей регионального проекта органом управления на органы местного самоуправления	Показатели формируются органом управления исходя из: - установленных декомпозированных показателей региональных проектов; - анализа внутренних конкретных задач муниципальных образований с учетом территориальных особенностей, сложившихся пространственных преимуществ и ограничений, развитых отраслей, проблемных зон
Координационно-организационное обеспечение	Региональный проектный офис	Цифровой проектный офис субрегиональных объединений органов местного самоуправления
Финансирование	Субсидии местным бюджетам из бюджета субъекта Российской Федерации/в рамках текущей деятельности	«Горизонтальные» субсидии; привлечение субсидий из регионального бюджета/в рамках текущей деятельности
Алгоритм реализации проекта	Этапы и перечень мероприятий муниципального проекта (муниципальная составляющая регионального проекта)	Субрегиональные объединения органов местного самоуправления
Проведение оценки и мониторинга реализации проекта	Оценка достижения результатов (ежеквартально, ежегодно) осуществляется органом управления.	Оценка достижения результатов (ежеквартально, ежегодно), оценка снижения уровня диспропорций социально-экономического и инфраструктурного развития (ежегодно). Осуществляется органом управления

Важно заметить, что на текущий момент отсутствуют:

1) законодательное определение «муниципальный проект», у органов местного самоуправления нет обязанности их формирования/нет основания их инициации;

2) законодательное определение «межмуниципальный проект», что влияет на инициативность использования такого способа сотрудничества.

Параллельная активность работы проектных команд на уровне региональных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления приведет к консолидированной и слаженной работе, проводимой в целях достижения общих и важных целей для всего населения страны, которые направлены, в первую очередь, на достижение высокого качества жизни и благополучия населения в каждом населенном пункте России.

¹ Мустафина Л.А. Совершенствование применения методов проектного управления в рамках реализации национальных проектов // Проблемы развития предприятий: теория и практика. – 2018. – № 1. – С. 111-118. Бадмаева Д.Г. Платежеспособность коммерческой организации: финансовый анализ // Аудиторские ведомости. 2011. № 1. – С. 56-62.

² Мустафина Л.А. Методическое обеспечение проектной деятельности органов местного самоуправления: проблемы и рекомендации по совершенствованию // Местное самоуправление сегодня: сборник студенческих научных работ : Сборник студенческих научных работ по итогам IV Международной научно-практической конференции, Москва, 25–26 апреля 2019 года. – Москва: Государственный университет управления, 2019. С. 21-22.

³ Мустафина Л.А., Королева Е.Н. Содержательная трактовка понятия «субрегион» в региональной экономике: сборник трудов конференции. // Право, экономика и управление: состояние, проблемы и перспективы: материалы Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. участ. (Чебоксары, 22 авг. 2024 г.) / редкол.: Э. В. Фомин [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2024. – С. 54-59. – DOI 10.31483/r-112887/

⁴ Королева Е.Н., Зелепукина Н.М. Особенности развития внеагломерационной территории Самарской области // Развитие региональной экономики: новые возможности роста: Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 25 мая 2023 года / Редколлегия: Е.А. Кандрашина, М.С. Гусева (отв. ред.) [и др.]. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2023. – С. 262-264. – DOI 10.46554/RegEcD-2023-pp.262.

⁵ Королева Е.Н., Стешина М.П. Организационно-экономический механизм активизации межмуниципального сотрудничества в регионе (на примере Самарской области) // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2009. – № 9(59). – С. 128-132.

SMOOTHING SPATIAL HETEROGENEITY AT THE SUB-REGIONAL LEVEL USING PROJECT TOOLS

© 2024 Mustafina Liliya Anfalovna*

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: lilsadykva@rambler.ru

Keywords: region, regional space, subregion, heterogeneity, regional policy, intermunicipal projects.

The article proposes the use of a project approach as an instrumental basis for regional policy to smooth out spatial heterogeneity at the sub-regional level; the systematization and characteristics of the system of municipal and intermunicipal projects are presented.

* Scientific adviser – **Koroleva Elena Nikolaevna**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ РИСКОВ И УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ

© 2024 Пискунов Владимир Александрович
доктор экономических наук, профессор
Самарский государственный экономический университет
E-mail: piskunov-va@mail.ru

Ключевые слова: экономическая безопасность, риск, угроза, строительство, строительная компания, минимизация риска, матрица рисков.

В статье рассматриваются различные внутренние и внешние факторы, которые представляют значительные риски для финансовой и операционной стабильности строительных компаний и могут подорвать их экономическую безопасность. Подчеркивается важность комплексного процесса определения рисков, включающего как качественные, так и количественные оценки, для упреждающего смягчения этих рисков. Внедряя эффективные стратегии управления рисками, строительные компании могут защитить свою экономическую устойчивость и повысить долгосрочную конкурентоспособность в условиях неопределенной деловой среды.

Сфере строительства богата рисками и угрозами, так как является ведущей отраслью в России. Поэтому возможность свободно конкурировать с другими компаниями на рынке является одной из главных целей предприятий, но для того, чтобы стабильно держаться и вести непрерывную деятельность нужно уметь оказывать сопротивление всем возникающим проблемам, имеющим негативные предпосылки. В такие моменты, как никогда стоит знать, как и каким образом минимизировать риски и угрозы компании. Важно знать не только сами риски, но и как вовремя их минимизировать и противостоять отрицательному воздействию¹.

Минимизация и преодоление рисков строительной компании включает стратегическое планирование, проактивное управление и использование как внутренних, так и внешних ресурсов. Основные мероприятия представлены в табл. 1.

Таблица 1

Мероприятия по преодолению и минимизации рисков строительной компании

Мероприятия	Характеристика
1. Комплексная оценка рисков и план управления ими	Анализ выявления и ранжирование потенциальных рисков, таких как финансовые, операционные, экологические, юридические и рыночные риски
2. Управление контрактами и правовая защита	Четкие и подробные контракты Ответственность и страховое покрытие Механизмы разрешения споров

Мероприятия	Характеристика
3. Финансовое планирование и контроль затрат	Бюджетирование и управление денежными потоками Диверсификация источников дохода
4. Управление цепочкой поставок и материалами	Диверсификация поставщиков Контрактные соглашения с поставщиками Управление запасами
5. Использование технологий и инноваций	Внедрение ПО для управления строительством Автоматизация и интеллектуальные технологии Мониторинг безопасности
6. Управление персоналом и обучение	Обучение квалифицированных кадров Программы по охране труда и технике безопасности Стратегия доступности рабочей силы
7. Соблюдение нормативных и экологических стандартов	Мониторинг нормативных требований Практики устойчивого развития
8. Планирование на случай непредвиденных обстоятельств для внешних рисков	Смягчение политических и экономических рисков Готовность к стихийным бедствиям
9. Коммуникация с заинтересованными сторонами и управление отношениями	Прозрачная коммуникация Прочные отношения с клиентами
10. Диверсификация проектов и географическое присутствие	Диверсификация проектов Географическая диверсификация
11. Обеспечение качества и постоянное совершенствование	Системы контроля качества Программы постоянного совершенствования
12. Практики экологического и социального управления (ESG)	Инициативы по обеспечению устойчивости: внедрение экологически устойчивых методов строительства для снижения воздействия строительных работ на окружающую среду, улучшения соответствия и снижения долгосрочных рисков

Руководство предприятия должно иметь возможность управления рисками, с которыми оно может столкнуться в процессе осуществления деятельности. Предлагаемый план работы по внедрению системы управления рисками строительной компании приведен в табл. 2.

Таблица 2

Система управления рисками строительной компании

Этап	Действия руководства
1. Подготовка и планирование	Поддержка руководства и приверженность руководства Определите цели и область действия Разработка политики управления рисками Создание структуры управления рисками
2. Идентификация рисков	Проведение семинаров по рискам и мозговых штурмов Документирование и категоризация рисков Обращение к внешним источникам (отраслевые отчеты, исторические данные и тематические исследования)

Этап	Действия руководства
3. Оценка риска. Анализ риска (качественный и количественный)	Качественный анализ: потенциальное влияние каждого риска с помощью матрицы рисков (низкий, средний, высокий). Количественный анализ: (финансовое моделирование, анализ чувствительности и статистические инструменты для оценки рисков). Приоритизация рисков на основе вероятности их возникновения и влияния на цели компании
4. Планирование снижения рисков и реагирования	Разработка стратегий снижения рисков (избегание, сокращение, передача, принятие рисков). Реализация мер по снижению рисков. Выделение ресурсов для снижения рисков (персонал, время, бюджет) для мероприятий по снижению рисков ²
5. Мониторинг и отчетность	Система мониторинга рисков (ручную или программную). Ключевые индикаторы риска (KRI) для раннего оповещения о потенциальных рисках. Регулярные обзоры и аудиты рисков (ежеквартально или ежегодно). Внутренние аудиты для оценки эффективности стратегий управления рисками и обеспечения соответствия нормативным стандартам. Отчетность о рисках

Таким образом, данные меры помогут сократить влияние рисков и угроз на экономическую безопасность строительной компании. Хочется отметить, что для эффективного комплекса мероприятий по снижению рисков и угроз следует уделить особое внимание таким сферам как технологическая и информационная².

Компаниям строительной сферы необходимо вводить новые программные продукты и системы для повышения эффективности процесса строительства³. Например, лазерное сканирование при строительстве и реконструкции зданий. Данное оборудование помогает получить трехмерное изображение объекта с помощью множества лазерных лучей. Процесс является максимально точным и помогает выявлять даже самые минимальные недочеты на любом этапе реализации проекта, что помогает своевременно устранить недостатки в планах и менять ход строительства. Помимо того, что точность измерения у оборудования составляет 0,5-5 миллиметров, так еще предоставляется возможность моментально провести данную процедуру и интегрировать данные без особых проблем. К тому же это является безопасным методом, даже, если объект труднодоступный.

Еще одной возможностью оптимизировать сферу технологий является способ создания 3D-модели благодаря фотограмметрии. Это то, что уже несколько лет активно применяется на практике в строительной отрасли. Данный способ заменит наземные съемки любых зданий и сооружений. Процесс способствует определению формы, размеров и положения объекта. Такой вариант тоже является максимально безопасным и имеет возможность работать в опасных зонах, имея весь спектр измерений и возможность делать все в короткие сроки.

И последний способ автоматизации – использование робототехники при возведении зданий и сооружений. Именно такой способ позволит решить множество проблем, в частности те, где необходимо использовать тяжелый физический труд людей. Так как роботы могут работать долгий период без отдыха, это аналогично предыдущим способам сократит время, но еще и сохранит здоровье человека. Использовать такого помощника можно при транспортировке и подъеме грузов на какую-либо высоту или, например, при реализации бетонных работ, где идет монопольное строительство.

Если говорить о технологиях в ракурсе строительства и новых материалах для возведения современных домов, то хочется отметить, что на рынке в свободном доступе уже существует ряд прогрессивных товаров. Новые материалы более прочные, легкие, энергоэффективные и конечно, соответствуют требованиям и нормам экологической безопасности лучше всем привычного сырья. Наноматериалы помогают защитить людей от лишней солнечной энергии и тепла в летний период, и дополнительно имеют свойство огнестойкости. Также они способны самоочищаться и не задерживают в себе грязь и пыль благодаря добавлению в цемент диоксида титана.

Все перечисленные способы улучшения производства строятся на одной цели – сделать строительство проще, а построенные объекты немного дешевле.

¹ Абаджян М.М., Афанасьева О.Н. Теоретические и методические основы выявления угроз финансово-экономической безопасности государства // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet», №5/2022. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-i-metodicheskie-osnovy-vyyavleniya-ugroz-finansovo-ekonomicheskoy-bezopasnosti-gosudarstva> (Дата обращения 15.09.2024)

² Тюлькина, К. Л. Комплексная система управления рисками на предприятии / К. Л. Тюлькина, А. В. Шеин // Молодежь и XXI век - 2021 : Материалы XI Международной молодежной научной конференции, Курск, 18–19 февраля 2021 года. Том 2. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 66-68. – EDN VIOBKX.

³ Трошин, Д.В. Методика анализа рисков и угроз экономической безопасности в социально-экономической системе на основе факторной модели / Д.В. Трошин // Онтология проектирования. – 2019. – Т.9, №2(32). – С.239-252. – DOI: 10.18287/2223-9537

IDENTIFICATION OF RISKS AND THREATS TO THE ECONOMIC SECURITY OF A CONSTRUCTION COMPANY

© 2024 Piskunov Vladimir Alexandrovich
Doctor of Economics, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: piskunov-va@mail.ru

Keywords: economic security, risk, threat, construction, construction company, risk minimization, risk matrix.

The article examines various internal and external factors that pose significant risks to the financial and operational stability of construction companies and can undermine their economic security. It emphasizes the importance of a comprehensive risk identification process, including both qualitative and quantitative assessments, to proactively mitigate these risks. By implementing effective risk management strategies, construction companies can protect their economic sustainability and enhance their long-term competitiveness in an uncertain business environment.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

© 2024 Репина Евгения Геннадьевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: violet261181@mail.ru

© 2024 Пищулин Даниил Александрович
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: rop@sseu.ru

Ключевые слова: национальный проект, электронный бюджет, общественно-государственный мониторинг, государственная программа, управление.

Статья посвящена анализу эффективности реализации национальных проектов в регионе (на примере Самарской области). Авторы детально рассматривают показатели государственных программ, структуру финансирования госпрограмм в регионе, а также критерии оценки эффективности их реализации.

Стабильное социально-экономическое развитие государства – один из базисов, на котором строится работа органов власти. В последние годы РФ, пытаясь достичь этого активнее прибегает к применению Национальных проектов. На регулярной основе происходит разработка новых национальных проектов, которые были бы направлены на различные сферы жизни общества, что уже говорит о том, что данный инструмент государственной политики является эффективным инструментом управления в РФ. Все это говорит о жизнеспособности проектного подхода в стране, в том числе в работе органов исполнительной власти.

Для оценки эффективности реализации национальных проектов в регионе стоит обратиться к имеющимся нормативным требованиям к оценке эффективности национальных проектов и сводному годовому докладу о ходе реализации и оценке эффективности реализации государственных программ. Существуют общие требования, позволяющие оценить работу органов власти в части реализации национальных проектов¹.

В настоящее время для мониторинга реализации национальных проектов активно используются информационные системы с использованием функции «Электронный бюджет», а с помощью системы «Управление» происходит обработка и проверка на достоверность полученных данных. Данные информационные системы интегрируются с государственными системами и органы государ-

ственной власти получают своевременную и достоверную информацию об эффективности реализации национальных проектов в короткие сроки.

Отчет о выполнении национальных проектов имеет структуру, которая показана на рис. 1.

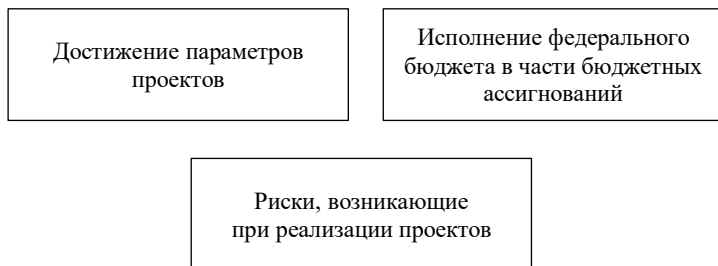


Рис. 1. Структура отчета о ходе реализации проектов разного уровня²

Проведение регулярных общественно-государственных мониторингов осуществляет центр общественного мониторинга реализации нацпроектов. На сегодняшний день структура управления национальными проектами в Самарской области имеет иерархическую структуру.

Координация органов исполнительной власти, контроль за выполнением показателей и задач для достижения целей национальных проектов и программ, а также утверждение паспортов, решения о реализации или закрытии проектов возлагается на высшее должностное лицо субъекта и Совет по национальным и приоритетным проектам. Иерархия структуры включает кураторов и руководителей проектов и программ, которые в свою очередь являются координаторами реализации всех мероприятий проекта. Одна из функций куратора связана с утверждением состава проектного комитета – коллегиального органа, который утверждает паспорт проекта, может скорректировать мероприятия, принимает решение о достижении показателей, прохождении контрольных точек. Кроме того, очень важную роль куратор проекта играет в снятии разногласий при определении содержания, корректировке или реализации мероприятий. Назначение опытных, хорошо зарекомендовавших себя ранее кураторов способствует повышению вероятности достижения целей проектов в установленные сроки³.

Показатели эффективности реализации государственных программ на территории Самарской области за период 2018-2022 гг. представлена в таблице.

В Самарской области количество государственных программ за период 2018 – 2023 гг. выросло на 8 ед., при этом наблюдается и рост объема финансирования в 2,2 раза. Освоение бюджетных средств составил 92,7%, а доля достигнутых показателей по программам в 2023 году составила 79,6%, что свидетельствует о снижении на 4,4 п.п. Отметим, что при этом увеличилась эффективность реализации мероприятий (94,3% в 2023 г.).

**Реализация государственных программ в Самарской области
в период 2018-2022 гг.²**

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Количество государственных программ, ед.	43	49	50	50	51
Объем финансирования, млрд. руб.	133,9	187,56	207,8	236,2	297,6
Уровень освоения бюджетных средств, %	95,8	87	93,36	93,3	94,1
Количество стратегических показателей, ед.	38	86	94	96	98
из них достигнуто	32	65	68	73	78
Доля достигнутых стратегических показателей, %	84	75,6	72,3	76,0	79,6
Количество мероприятий, ед.	1131	1279	1349	1388	1432
из них выполнено в полном объеме	1017	1160	1233	1314	1351
Эффективность реализации мероприятий, %	89,9	90,7	91,4	94,7	94,3

Детализация достижения показателей государственных программ в Самарской области в 2018 и 2022 годах представлено на рис. 2, из которого можно проследить, что за 5 лет значительно выросло в 2,5 раза количество отслеживаемых показателей (с 38 до 98) и при этом доля показателей, по которым достигнуты планируемые значения снизилась с 84% до 79% (- 5 п.п.). Это говорит о достаточно эффективной адаптации органов власти Самарской области к усложняющимся условиям по достижению поставленных целей и исполнения задач. Также стоит отметить, что доля показателей, достигнутые значения по которым превышают запланированные выросла на 3%.



**Рис. 2. Достижение стратегических показателей госпрограмм
в Самарской области с 2018 по 2022 г.⁴**

На рис. 3 можно увидеть структуру финансирования госпрограмм Самарской области в 2018 и 2022 годах. Можно проследить, что регион стал привлекать больший объем финансирования из федерального бюджета. Во многом, это произошло за счет реализации «Комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на период до 2024 года». Рост объема финансирования на 122% (см. таблицу) привело к увеличению затрат из областного бюджета на 122%. Стратегические показатели свидетельствует о том, что органы управления Самарской области заинтересованы в работе над реализацией Национальных проектов.

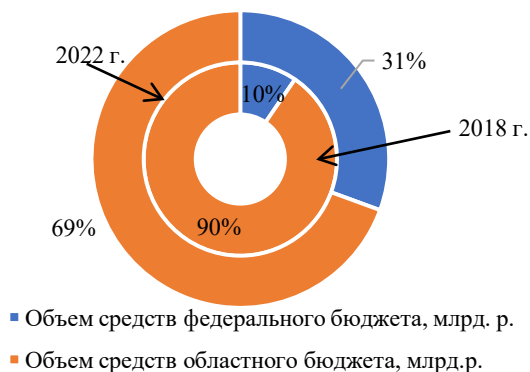


Рис. 3. Финансирование госпрограмм Самарской области в 2018 и 2022 гг.²

В 2018 году были уточнены критерии оценки эффективности госпрограмм. Была повышена нижняя граница критериев отнесения госпрограмм к эффективным до 90%. Вероятнее всего, данный шаг обосновывается тем, что ранее, когда нижняя граница эффективности составляла 80%, большинство эффективных проектов получали реализацию в районе 80%-90%. То есть полноценно органам власти добиваться плановых показателей было необязательно и проекты не реализовывались до конца.

Таким образом, высокоэффективными национальными проектами и программами можно назвать 20 госпрограмм, 14 – эффективными, и только 9 – низкоэффективными. А если рассматривать госпрограммы в соответствии с критериями комплексной оценки эффективности, то высокоэффективными признаны 24 госпрограммы, 15 – эффективными и 12 - низкоэффективными.

¹ Структурные сдвиги в экономике: монография / Л. П. Гончаренко, В. В. Безпалов, С. А. Сыбачин [и др.]. — Москва: Русайнс, 2021. — 209 с. — ISBN 978-5-4365-8812-4. — URL: <https://book.ru/book/942491> (дата обращения: 16.09.2024). — Текст: электронный.

² Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации: Постановление Правительства Российской Федерации от 31.10.2018 года №1288 (ред. от 21.12.2023) - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_310151/ (дата обращения 03.06.2024). - Текст: электронный.

³ Методические указания по порядку и типовой форме заключения соглашения между руководителем федерального проекта и руководителем регионального проекта о реализации на территории субъекта Российской Федерации регионального проекта URL - <https://pm.center/library/metodicheskie-rekomendatsii/metodicheskie-ukazaniya-po-poryadku-i-tipovoy-forme-zaklyucheniya-soglasheniya-mezhdu-rukovoditelem/> (дата обращения 22.05.2024). - Текст: электронный.

⁴ Сводный годовой доклад о ходе реализации и оценке эффективности реализации государственных программ Самарской области. – Обновляется ежегодно - URL: <https://economy.samregion.ru/programmy/gpso/svodnyy-godovoy-doklad-o-khode-realizatsii-gosudarstvennykh-programm/> (дата обращения 31.05.2024). -Текст: электронный.

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF NATIONAL PROJECTS IN THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE SAMARA REGION)

© 2024 Repina Evgeniya Gennadiyevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: violet261181@sseu.ru

© 2024 Pishchulin Daniil Alexandrovich
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: rop@sseu.ru

Keywords: national project, electronic budget, public-state monitoring, state program, state program.

The article is devoted to the analysis of the effectiveness of the implementation of national projects in the region (using the example of the Samara region). The authors consider in detail the indicators of state programs, the structure of financing of state programs in the region, as well as criteria for evaluating the effectiveness of state programs.

АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ИДЕНТИФИКАЦИИ РИСКОВ И УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

© 2024 Тарасова Татьяна Михайловна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: tarasova2004@inbox.ru

Ключевые слова: экономическая безопасность, риск, угроза, внешняя среда, внутренняя среда, строительство, SWOT-анализ, PEST-анализ.

В статье рассматривается важнейшая роль анализа внешней и внутренней среды в обеспечении экономической безопасности организации. Оценивая как внешние факторы, такие как рыночные тенденции, конкуренция, нормативно-правовая база и макроэкономические условия, так и внутренние факторы, включая организационную структуру, управление ресурсами и операционную эффективность, исследование выявляет ключевые риски и угрозы, которые могут подорвать стабильность бизнеса.

В Российской Федерации с каждым годом все больше и больше поднимается вопрос о важности обеспечения экономической безопасности предприятия. И не просто так, ведь от этого зависят производственная деятельность и успешное функционирование любой организации. Экономическая безопасность является одним из главных моментов в жизни предприятия, поэтому руководящему составу необходимо создать такую политику, которая способна помочь в нейтрализации возникновения угроз внешней и внутренней среды.

Экономическая безопасность предприятия вне зависимости от специфики, отраслевой принадлежности, масштабов – требует значительных вложений денежных средств. В российской практике примерно 5-25% прибыли организации тратят на защитные мероприятия по нейтрализации рисков и угроз в экономической отрасли. Важным моментом при этом является проведение анализа внешней и внутренней среды предприятия, который позволит выявить факторы, оказывающие влияние на деятельность предприятия. Так, анализ внешней среды позволяет осуществлять наблюдение за определенными факторами для обозначения, как угроз, так и возможностей организации. Анализ внутренней среды заключается в комплексном изучении, а также оценке внутренних ресурсов компании, дающих представление о текущем состоянии развития компании, и позволяющих выявить ее сильные и слабые стороны.

Одним из методов анализа внутренней и внешней среды компании является SWOT-анализ, который заключается в определении факторов, как внутренней, так и внешней среды¹. Он разделяет их на четыре категории: сильные стороны (S), слабые стороны (W), возможности (O) и угрозы (T). Данный анализ не содер-

жит каких-либо определенных экономических категорий, привязанных к конкретной отрасли, являясь универсальным и применимым для различных сфер и компаний. Он может использоваться для оперативной оценки, а также его часто применяют в области стратегического планирования на длительный период².

Проведем SWOT-анализ строительного рынка в России и результаты приведем в табл. 1.

Таблица 1

SWOT-анализ строительного рынка России

Сильные стороны	Слабые стороны
Растущий спрос на развитие инфраструктуры: государственные инвестиции в крупномасштабные инфраструктурные проекты, такие как дороги, мосты и жилье, стимулируют спрос в строительном секторе	Зависимость от доходов от нефти и газа: волатильность российского нефтегазового сектора влияет на государственные финансы, влияя на финансируемые государством строительные проекты
Богатые природные ресурсы: огромные природные запасы строительных материалов в России, таких как древесина, цемент и металлы, обеспечивают внутреннюю доступность и более низкие затраты	Высокие затраты на строительство в отдаленных регионах: суровый климат и большие расстояния в отдаленных районах могут привести к более высоким транспортным и строительным расходам, что снижает рентабельность
Программы государственной поддержки: такие инициативы, как национальные проекты и льготные кредиты на жилье и строительство, способствуют росту сектора	Ограниченный доступ к передовым технологиям: санкции и ограниченное внутреннее развитие в области строительных технологий создают зависимость от устаревших методов и ограничивают инновации
Квалифицированная рабочая сила: в России существует устоявшаяся традиция инженерного и технического образования, обеспечивающая постоянный приток квалифицированных рабочих для строительных проектов	Бюрократическая неэффективность: сложные процессы утверждения могут замедлить реализацию проекта и увеличить затраты
Стратегическое расположение: географические размеры России и близость как к европейским, так и к азиатским рынкам открывают возможности для развития	Устаревшая инфраструктура: многие регионы по-прежнему страдают от устаревшей инфраструктуры, что увеличивает расходы на обслуживание и снижает общую производительность
Возможности	Угрозы
Рост урбанизации: рост городского населения создает спрос на жилье, транспортные сети и коммерческую недвижимость, представляя потенциал для роста	Экономические санкции: Международные санкции ограничивают доступ к иностранному капиталу, передовым технологиям и материалам, сдерживая рост строительного сектора
Частно-государственные партнерства (ГЧП): Растущий интерес к ГЧП может стимулировать инвестиции в инфраструктуру, транспорт и коммунальные услуги, предоставляя новые возможности для проектов	Экологические нормы: Повышение экологических стандартов и норм может потребовать более высоких затрат на соблюдение, что скажется на прибыльности определенных проектов ⁴

Возможности	Угрозы
Цифровая трансформация: Внедрение информационного моделирования зданий (BIM), автоматизации и интеллектуальных строительных технологий может повысить эффективность и управление проектами	Нехватка рабочей силы: В некоторых регионах наблюдается нехватка квалифицированных строительных рабочих из-за миграционных и демографических проблем, что может замедлить сроки реализации проектов
Выход на новые рынки: отношения России с соседними странами, особенно в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС), представляют возможности для международных проектов и экспорта в сфере строительства	Колебания процентных ставок: Высокие процентные ставки или финансовая нестабильность могут сдерживать инвестиции в недвижимость и крупные строительные проекты
Устойчивое строительство: глобальные тенденции в сторону экологически чистых и энергоэффективных зданий открывают возможности для инноваций в области устойчивых материалов и методов строительства	Волатильность валюты: Колебания курса российского рубля увеличивают стоимость импортных материалов и оборудования, добавляя финансовую неопределенность строительным проектам

Данный SWOT-анализ дает комплексное представление о факторах, формирующих рынок строительства в России, выявляя как сильные стороны, которые могут способствовать росту, так и риски, которые компаниям необходимо учитывать, чтобы добиться успеха в меняющейся рыночной среде.

Еще одним инструментом анализа внешней среды является PEST-анализ, который предназначен для оценки политических, экономических, социальных и технологических факторов, которые непосредственно влияют на состояние и развитие строительных компаний³. PEST-анализ приведен ниже в табл. 2.

Таблица 2

PEST-анализ строительного рынка России

Политические	Экономические
Государственные инвестиции в инфраструктуру: российское правительство активно участвует в крупномасштабных инфраструктурных проектах, таких как дороги, мосты и общественные здания, через Национальные проекты. Эти инвестиции стимулируют рост в строительном секторе	Экономическая зависимость от нефти и газа: Экономика России сильно зависит от экспорта нефти и газа. Колебания мировых цен на нефть оказывают прямое влияние на доходы и, следовательно, на государственные расходы на строительство и развитие инфраструктуры
Государственно-частное партнерство (ГЧП): российское правительство все чаще обращается к ГЧП как к способу финансирования инфраструктурных проектов, особенно в таких секторах, как транспорт и коммунальные услуги. Это создает возможности как для отечественных, так и для иностранных инвесторов	Региональные различия: Экономические условия сильно различаются по всей России, при этом такие регионы, как Москва и Санкт-Петербург, демонстрируют быстрое развитие, в то время как другие, особенно в отдаленных или экономически слабых районах, сталкиваются с трудностями в финансировании и завершении строительных проектов

Политические	Экономические
Санкции и геополитические риски: текущие международные санкции, особенно со стороны западных стран, влияют на доступность иностранных инвестиций, технологий и материалов, что может препятствовать росту и модернизации строительного сектора	Инфляция и процентные ставки: Рост инфляции и высокие процентные ставки могут ограничить доступ к кредитам для строительных компаний и потребителей, влияя на инвестиции как в коммерческую, так и в жилую недвижимость
Нормативная база: сложные и часто обременительные правила, включая длительные процессы утверждения и разрешения на строительство, могут создавать задержки и увеличивать расходы для строительных компаний	Валютная волатильность: Колебания курса российского рубля влияют на стоимость импортируемых материалов и оборудования, влияя на бюджеты проектов и прибыльность, особенно для проектов, зависящих от иностранных ресурсов
Социальные	Технологические
Урбанизация и спрос на жилье: Растущая урбанизация и рост населения в крупных городах, таких как Москва и Санкт-Петербург, стимулируют спрос на жилые, коммерческие и инфраструктурные проекты. Также наблюдается стремление к доступному жилью по мере повышения уровня жизни	Внедрение передовых строительных технологий: строительный сектор в России медленно внедряет новые технологии, такие как информационное моделирование зданий (BIM), автоматизация и цифровые инструменты управления проектами
Старение населения: старение населения России и снижение рождаемости представляют собой долгосрочные проблемы для наличия рабочей силы в строительном секторе. Кроме того, стареющая инфраструктура во многих регионах создает спрос на реконструкцию и обслуживание	Устойчивое и интеллектуальное строительство: инновации в области устойчивых материалов и строительных технологий набирают обороты, что обусловлено как нормативными требованиями, так и рыночным спросом на энергоэффективные, экологически чистые строительные проекты
Миграция из сельской местности в города: продолжающаяся тенденция миграции из сельской местности в городские центры оказывает давление на рынки городского жилья, инфраструктуру и коммунальные услуги, увеличивая спрос на строительство, но также усугубляя региональные экономические дисбалансы	Доступность строительного оборудования и техники: санкции и ограниченные внутренние инновации могут ограничить доступ к передовому зарубежному строительному оборудованию и технике, что замедляет усилия по модернизации сектора и увеличивает зависимость от старых технологий
Культурные сдвиги в сторону устойчивости: растущее понимание экологических проблем и устойчивости влияет на спрос на экологически чистые здания, энергоэффективные материалы и методы зеленого строительства	Нехватка квалифицированной рабочей силы: нехватка квалифицированной рабочей силы, особенно в области передовых строительных технологий и цифровых инструментов, является серьезной проблемой

Подводя итог вышесказанного, PEST-анализ и SWOT-анализ позволяют выявить и ранжировать проблемы, с которыми может столкнуться и сталкивается

организация. В настоящее время в сложившихся условиях необходимо постоянно анализировать финансовое состояние для укрепления позиций на рынке, сдерживания рисков и угроз, а также роста и развития.

¹ Корнеева, Т.А. Развитие методики оценки финансовых рисков как фактор обеспечения экономической безопасности предприятий / Т. А. Корнеева, В. В. Кожухова, Е. И. Хайрулов // Общество: политика, экономика, право. – 2023. – № 11(124). – С. 118-127. – DOI 10.24158/rep.2023.11.15. – EDN YFWTBU.

² Кузьмина, Н. С. Концептуальные подходы формирования стратегии развития компаний строительного комплекса (на примере Омского региона) / Н. С. Кузьмина, Н. П. Реброва // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 8-1. – С. 147-152. – EDN WILOEP.

³ Трошин, Д.В. Методика анализа рисков и угроз экономической безопасности в социально-экономической системе на основе факторной модели / Д.В. Трошин // Онтология проектирования. – 2019. – Т.9, №2(32). – С.239-252. – DOI: 10.18287/2223-9537

ANALYSIS OF THE EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ENTERPRISE AS AN ELEMENT OF IDENTIFICATION OF RISKS AND THREATS TO ECONOMIC SECURITY

© 2024 Tarasova Tatiana Mihailovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: tarasova2004@inbox.ru

Keywords: economic security, risk, threat, external environment, internal environment, construction, SWOT analysis, PEST analysis.

The article examines the critical role of external and internal environment analysis in ensuring the economic security of an organization. By assessing both external factors such as market trends, competition, regulatory framework and macroeconomic conditions, and internal factors including organizational structure, resource management and operational efficiency, the study identifies key risks and threats that can undermine business stability.

СТРУКТУРА И ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ КАК ИНСТРУМЕНТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

© 2024 Халимуллина Диана Ильдаровна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: halimullina01@mail.ru

Ключевые слова: рынок труда, проектная деятельность, национальный и федеральный проект, реализация государственных программ, проектный подход.

В статье проведен анализ структуры национальных проектов, которые играют важную роль в реализации государственной политики и в достижении национальных целей, поставленных указами Президента РФ. Автор рассматриваются основные направления национальных и федеральных проектов, а также дается оценка их влияния на состояние экономики и общества в целом.

В условиях неопределенности и стремительно меняющегося мира возникает объективная необходимость совершенствования государственного управления социально-экономического развития. Одним из эффективных инструментов повышения результативности и создания преимуществ, способных ускорить развитие, является проектное управление, которое доказало свою эффективность и результативность при сжатых сроках реализации проектов и ограниченности ресурсов.

Применение проектного подхода в государственном секторе становится современным средством по решению сложных задач, связанных с разработкой и реализацией программ и проектов, улучшением качества услуг, предоставляемых населению. Благодаря этому появляется возможность оптимизировать затраты бюджета и повысить уровень удовлетворенности граждан.

Проектное управление – это системный подход к решению вопросов, который предполагает использование специальных методов и инструментов, позволяющих эффективно управлять ресурсами, сроками и качеством проекта.

Национальные и федеральные проекты – это инструменты, с помощью которых органы власти стимулируют развитие наиболее важных социальных и экономических сфер жизни страны.¹

Механизм управления программно-проектной деятельностью в России реализуется через систему национальных и федеральных проектов, которая направлена

* Научный руководитель – Агаева Лилия Кябировна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

на достижение государственных целей и целевых показателей стратегического развития страны в целом, в том числе и ее регионов. Механизм предусматривает эффективное управление проектами с учетом специфики государственного управления на всех уровнях, а также особенностей проектной деятельности.³

В настоящее время предусмотренный пакет проектов сконцентрирован на решение проблем в сфере социального и экономического положения России, развитие науки и цифровых технологий. Указом Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» поставлены национальные цели, имеющие большое значение для текущего и дальнейшего развития страны и ее регионов.

Для решения растущих задач государства на текущий момент реализуются 15 национальных проектов, который уже отличается от первоначального списка, утвержденного в 2018 году. В 2024 году расходы федерального бюджета на их реализацию оцениваются в 3 трлн. руб. (см. таблицу). Однако на этом список не заканчивается. В связи с майским указом Президента к 2025 году список национальных проектов расширится и будет направлен на решение вопросов в таких сферы, как технологический суверенитет, инфраструктура, социальная поддержка, экономическое развитие. В рамках послания Президента Федеральному Собранию от 29.02.2024 были озвучены такие нацпроекты, как «Семья», «Кадры», «Экономика данных» и т.д.

Сравнительная характеристика национальных проектов Российской Федерации⁶

Национальные цели	Наименование национального проекта	Финансирование на 2024 год, млрд руб.
1) сохранение населения и повышение их благополучия	Демография	958
	Безопасные качественные дороги	659
	Здравоохранение	289
2) реализация потенциала каждого человека, а также формирование социально ответственной личности	Образование	251
	Наука и университеты	166
	Цифровая экономика	156
3) экономика, стремящаяся к стабильному росту	Международная кооперация и экспорт	138
	Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры	128
	Жилье и городская среда	123
4) цифровая трансформация управления на государственном и муниципальном уровне	Экология	77
	Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы	73
	Культура	52
5) создание условий для комфортной и безопасной среды для жизни	Беспилотные авиационные системы	45
	Туризм и индустрия гостеприимства	44
	Производительность труда	5
6) лидерство в технологиях		
7) экологическое благополучие		

* По данным официального сайта Правительства Российской Федерации.

Тем не менее, реализовывать целый нацпроект сложно, в связи с чем каждый национальный проект делят на федеральные проекты, в которых предусматриваются и планируются мероприятия, нацеленные на решение социально-экономических задач и через которые до регионов доводятся федеральные средства.

Например, в целях разделения социальных сфер в нацпроекте «Демография» осуществляется реализация 4 федеральных проектов, отраженных на рисунке. Сам же федеральный проект «Содействие занятости» включает различные мероприятия, направленные на поддержку уязвимых слоев населения.

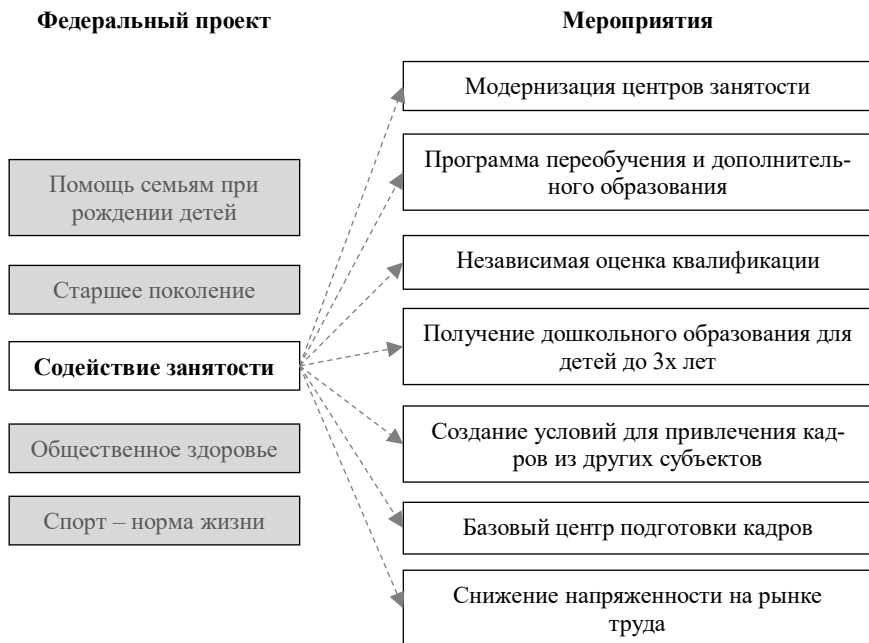


Рис. Структура национального проекта «Демография» в разрезе федеральных проектов*

* По данным официального сайта Правительства Российской Федерации.

Для определения успешности реализации мероприятий есть плановые показатели, к достижению которых стремятся регионы.⁵

Также мероприятия федеральных проектов интегрированы в госпрограммы Российской Федерации. Так, в госпрограмме РФ «Содействие занятости населения» предусмотрен комплекс мероприятий федерального проекта, направленных на предотвращение роста уровня безработицы. Эти мероприятия направлены на создание правовых, экономических и других условий для гибкости и эффективности рынка труда, на стабилизацию спроса и предложения, повышению каче-

ства рабочей силы и увеличения количества рабочих мест, а также стимулированию трудовой активности.

Региональные программы субъектов РФ являются инструментом реализации государственных программ РФ, национальных и федеральных проектов. В частности, реализаций мероприятий федерального проекта «Содействия занятости» нацпроекта «Демография» осуществляется за счет госпрограммы Самарской области «Содействие занятости населения Самарской области», в рамках которого региональная служба занятости направляет федеральные средства для достижения государственных целей. В частности, в 2023 году Самарская область в рамках мероприятия федпроекта завершила модернизацию территориальных центров занятости населения, благодаря чему каждый ЦЗН стал кадровым центром нового типа, в котором оказываются услуги с использованием современных подходов для решения жизненных и бизнес-ситуаций.

Таким образом, проектное управление в государственном секторе является процессом, позволяющим сконцентрировать ресурсы для достижения поставленных целей в условиях ограниченности времени и бюджета.

¹ Портнягин А.И. Состав и структура федеральных и региональных проектов в реализации национального проекта // Аллея науки. 2024. № 1(88). С. 559-597.

² Ширина Д.Е. Национальные проекты РФ и их роль в обеспечении экономической безопасности // Актуальные вопросы налогообложения, налогового администрирования и экономической безопасности: Сборник научных статей VI-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 2022. С. 380-382.

³ Ишина И.В. Роль национальных проектов в реализации национальных целей развития российской экономики // Финансовая жизнь. 2021. № 3. С. 46-50.

⁴ Борщевский Г. А. Управление государственными программами и проектами // Практическое пособие. 2023. 363 с.

⁵ Рычковская Д. Н. Региональные аспекты реализации национальных проектов // Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов Юга России: Сборник научных трудов по материалам VII Всероссийской научно-практической конференции, Майкоп, 2021. С. 119-127.

⁶ См. официальный сайт Правительства Российской Федерации.

THE STRUCTURE AND MAIN COMPONENTS OF NATIONAL AND FEDERAL PROJECTS AS INSTRUMENTS FOR THE IMPLEMENTATION OF PUBLIC POLICY

© 2024 Halimullina Diana Ildarovna*
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: halimullina01@mail.ru

Keywords: labor market, project activities, national and federal projects, implementation of state programs, project approach.

The article analyzes the structure of national projects that play an important role in the implementation of state policy and in achieving national goals set by decrees of the President of the Russian Federation. The author examines the main directions of national and federal projects, as well as assesses their impact on the state of the economy and society as a whole.

* Scientific adviser – **Agueva Lilia Kabirovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ И ПСИХОЛОГИЯ

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

РОЛЬ СПОРТА В РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА И СОЦИАЛИЗАЦИИ ИНДИВИДА

© 2024 Горшкова Александра Андреевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: savoed15@rambler.ru

© 2024 Савченко Олег Григорьевич
кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: savoed15@rambler.ru

Ключевые слова: спорт, социализация, влияние, олимпийские игры, ценности, мировоззрение, личность, общество.

В статье дается определение таких понятий, как спорт и социализация. Приводятся аргументы в пользу положительного влияния спорта на развитие общества и индивида, на основе которых делается вывод по раскрываемой теме.

Сам процесс социализации представляет собой усвоение индивидуумом норм и ценностей, привычных для общества, в котором он существует². Социализация начинается с самого детства и продолжается на протяжении всей жизни человека. На этот процесс непосредственно влияют сферы жизни человека, его окружение и наставники.

Именно от социализации одного человека зависит то, насколько развито будет общество. В современной западной социологии, прежде всего благодаря трудам Т. Парсонса, утвердилось представление о социализации как о наиболее важной части общего процесса становления личности - той его части, которая «ответственна» за формирование наиболее общих, наиболее значительных, наиболее распространенных и устойчивых черт личности⁴. Мировосприятие одного чело-

века влияет на мировосприятие другого, формируя тем самым общественное мнение и общественные ценности.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в XXI веке люди недооценивают занятия спортом. Многие видят в этом лишь способ стать физически развитым, не осознавая влияние спорта на духовный мир человека.

Прежде чем перейти к рассмотрению конкретного поднятого вопроса, необходимо дать определение понятию спорт. Так, спорт – это вид деятельности, направленный на физическое и умственное развитие человека. Важно отметить, что спорт является одним из направлений социальной политики Российской Федерации. Государство нацелено стимулировать граждан к занятию спортом с целью поднятия уровня жизни общества. Спорт в России всегда пользовался популярностью. Россия- это самая большая страна в мире и она включает в себя разные климатические зоны, что дает гражданам широкий выбор летних и зимних видов спорта: футбол, хоккей, легкая атлетика, катание на лыжах, фигурное катание, боевые искусства, велоспорт и другие. Существует множество спортивных клубов, стадионов, футбольных полей, теннисных кортов, плавательных бассейнов, спортзалов и катков в каждом городе.

Одна из характерных и значимых функций спорта – это оздоровление. По многочисленным статистикам, занятие физической культурой способствует поднятию иммунитета человека и снижению общей заболеваемости. Так, именно занятия спортом помогают справиться с физической и эмоциональной нагрузкой. Кроме того, они непосредственно влияют на систему кровообращения, силу и выносливость организма и его готовность к труду.

Говоря о непосредственной социализации личности, стоит отметить, что спорт является своеобразным социальным институтом со своими агентами социализации. Занимаясь в различных спортивных секциях, человек, независимо от своей воли, подвержен коммуникации с другими людьми. Первоначально, приходя в спорт, человек знакомится с тренером – наставником. Тренер на начальном этапе знакомит человека не только со спортивной деятельностью, но и со спортивными ценностями⁵. Именно в спорте прививаются такие качества, как умение работать в команде, целеустремленность, толерантность. После чего, в жизни человека появляются новые агенты социализации- товарищи по игре и соперники.² Помимо непосредственно спортивных взаимоотношений, появляются также и межличностные отношения. Человеку прививаются разные ценности, среди которых и стремление быть первым, и умение вести честную игру. Важно также сказать о том, что в спорте человек закрывает свои духовные потребности. Через самореализацию, стремление познать мир и себя человек способен найти смысл жизни, развить свой внутренний мир¹.

Если рассматривать каждый вид спорта отдельно, то можно прийти к выводу, что, помимо спортивных ценностей, человеку также прививаются и моральные, общественные ценности. Так, например, люди, занимающиеся боевым искусством, познали не только способы ведения боя, но и случаи, в которых это будет уместно, - важное качество для безопасного существования гражданского общества.

Нельзя не упомянуть также и олимпийские игры – самые крупные международные спортивные игры, которые проводятся раз в четыре года. Помимо всех вышеперечисленных качеств, олимпийские игры способствуют развитию патриотизма³. Каждый российский спортсмен, участвующий в данных соревнованиях, осознает, что он соревнуется не только за себя или за свою команду, но и за всю страну. Более того, кроме спортсменов, защищающих честь России на олимпийских играх, сами граждане искренне «болеют» за участников и верят в победу. Данные соревнования сближают нацию, делают ее единым целым, пробуждают дух патриотизма.

Важность спорта для формирования личности заключается также в том, что среди спортивных «звезд» человек способен найти кумира. Разбирая на конкретном примере, можно обратиться к биографии российского лыжника Романа Петушкова, ставшего шестикратным паралимпийским чемпионом на Олимпийских играх в Сочи. Спортсмен признавался, что в детском возрасте его кумиром был Брюс Ли, что и сподвигло будущего победителя начать заниматься спортом. Несмотря на ампутацию обеих ног, Роман Петушков смог завоевать победу и не упасть духом. Таким образом, гласность в спортивной сфере способствует развитию не только одной отдельно взятой личности, но и общества в целом.

Обобщая все вышесказанное, хочется еще раз отметить, что спорт является важным фактором в процессе формирования ценностей и мировоззрения как личности, так и общества. В различных спортивных организациях человек заводит дружеские связи, находит учителя. Влияние спорта на общество в целом довольно широко. Спорт оздоравливает и физически, и духовно.

¹ Кирсанов, В.Е. Спорт как институт социализации молодежи/ В.Е.Кирсанов. – Москва: Власть – 2018 – 64с.

² Алексина, А.О., Казакова, О.А., Суркова, Д.Р., Шилихин, А.С. Спорт как средство социализации студенческой молодежи // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sport-kak-sredstvo-sotsializatsii-studencheskoy-molodezhi/viewer>. (дата обращения: 18.09.2024)

³ Амриллаева, А.М. Социальная роль спорта в развитии личности и социализации личности // Уфимский университет науки и технологий. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-rol-sporta-v-razvitii-obschestva-i-sotsializatsii-lichnosti/viewer>. (дата обращения: 18.09.2024)

⁴ Апциаури, Л.Ш. Спорт как социальное явление и фактор социализации личности // Грузинская государственная академия физического воспитания и спорта. URL: <http://sportlib.info/Press/TPFK/2003N1/p12-14.htm>. (дата обращения: 18.09.2024)

⁵ Елфимова, А.Н. Роль спорта в социализации личности // Уральский Федеральный университет им. первого президента Б.Н. Ельцина. URL: https://clar.urfu.ru/bitstream/10995/46795/1/klo_2017_044.pdf. (дата обращения: 18.09.2024)

THE ROLE OF SPORT IN THE DEVELOPMENT OF SOCIETY AND THE SOCIALIZATION OF THE INDIVIDUAL

© 2024 Gorshkova Alexandra Andreevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: savoed15@rambler.ru

© 2024 Savchenko Oleg Grigorievich

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: savoed15@rambler.ru

Keywords: sports, socialization, influence, Olympic Games, values, worldview, personality, society.

This article defines such concepts as sports and socialization. Arguments are also given in favor of the positive impact of sports on the development of society and the individual, on the basis of which a conclusion is drawn on the topic being disclosed.

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ СТУДЕНТОВ СО СПЕЦИФИЧЕСКИМИ ЯЗЫКОВЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ

© 2024 Капустина Любовь Викторовна
кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: lkap@inbox.ru

© 2024 Баканова Ирина Геннадьевна
кандидат педагогических наук, доцент
Приволжский государственный университет путей сообщения, г. Самара
E-mail: backanovairina@yandex.ru

Ключевые слова: обучение, иностранный язык, специфические языковые потребности, особенности обучения, дислексия.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью разработки адекватной методики преподавания иностранных языков для студентов со специфическими языковыми потребностями. Цель данного исследования – выявить особенности обучения таких студентов.

Учащиеся с различиями в когнитивной и языковой обработке сталкиваются со значительными трудностями в процессе изучения языка, как родного, так и иностранного. Под «специфическими языковыми потребностями» (СЯП) понимается сочетание трудностей (постоянных или преходящих) в образовании и/или обучении, которые в основном влияют на развитие коммуникативных навыков на родном языке и оказывают значительное влияние на изучение других языков до такой степени, что требуется адаптация, интеграция или реструктуризация траектории обучения языку¹. СЯП могут иметь различные причины и являться результатом коммуникативных, языковых или обучающих расстройств^{2,3}. Пример подобного расстройства – дислексия.

Один из подходов, разработанных языковой дидактикой для обучения студентов с СЯП, можно резюмировать следующим образом:

- психолингвистическое измерение (способствует формированию новых навыков на основе имеющихся лингвистических и неязыковых знаний и умений);
- лингвистический аспект (побуждает обучаемого рассматривать языковые явления целостно);
- психокогнитивное измерение (способствует культурной децентрализации);
- социолингвистический аспект (узаконивает языковое и культурное разнообразие и способствует лучшей интеграции учащихся)⁴.

В отличие от родного языка, который изучается спонтанно через взаимодействие с носителями, языковое образование в вузе происходит в формальном и структурированном контексте. Образовательная траектория, таким образом, должна разрабатываться и управляться специалистами, а также использовать инструменты, материалы и методологические решения, связанные с целями обучения:

1. Для учащихся с СЯП языковые предпосылки и достижение определенных целей (например, овладение письменными навыками или навыками металингвистического мышления) не могут считаться само собой разумеющимися.

2. Отношение ученика к языку зависит от его предыдущего школьного опыта. Следовательно дальнейшая его мотивация и спектр трудностей, с которыми он может столкнуться при изучении иностранных языков, должны влиять на выбор правильной стратегии обучения.

3. Именно сочетание фоном и графем в иностранном языке создает значительные трудности для студентов с СЯП, так как они уже имеют слабые места в фонологических и орфографических навыках в своем родном языке⁵.

4. Трудности в изучении иностранного языка, с которыми сталкиваются учащиеся с СЯП, в основном связаны с проблемами управления процессами более низкого порядка (такими как различение звуков, извлечение значения слов, сборка элементов предложения и т. д.). Процессы более высокого порядка, связанные с исполнительными функциями, остаются нетронутыми. Поэтому дидактические вмешательства должны быть направлены на преодоление, решение, компенсацию технических (тактических) проблем, чтобы высвободить когнитивные ресурсы для инвестирования в более высокие (стратегические) процессы.

Именно знание всех вышеперечисленных моментов приводит к выводу о необходимости включения в методику преподавания иностранных языков студентам с СЯП следующих обязательных компонентов:

1) Избегание помех со стороны родного языка, поскольку он может «сбить с толку студентов»⁶.

2) Поиск прямого доступа к целевому языку без посредничества родного.

3) Отказ поддерживать предыдущие знания учащегося из-за страха возможных источников ошибок (таких как переводы, например).

4) Создание ощущения самоэффективности, которое активизирует постоянное позитивное отношение студента к изучению языка⁷.

5) Использование компенсаторных средств (аудио- и видеоресурсы), так как они:

- позволяют активировать другие каналы (звуковые дорожки снимают бремя письменного декодирования, видеотреки опираются на невербальные языки),
- предлагают менее напряженные виды деятельности,
- предоставляют корректную языковую модель,
- позволяют управлять ресурсами автономно.

6) Вмешательство в формирование фонологической осведомленности (т.е. процесса, который способствует знакомству учащегося со звуковой структурой языка) двумя способами:

- неформальным: мероприятия, которые по своей природе могут способствовать неявному знакомству учащегося со звуками языка (фонологически богатая учебная среда);

- формальным: образовательные действия, специально разработанные для содействия развитию фонологических и метафонических навыков, рамки которых всегда должны быть повествовательными, эксплицитными и мультисенсорными.

7) Усвоение грамматики иностранного языка индуктивным методом. Студентам с СЯП трудно усваивать грамматику дедуктивным способом: дефицит в процессах абстракции и запоминания делает традиционные грамматические упражнения неэффективными и разочаровывающими. Подход к грамматическому аспекту языка должен быть индуктивным (поскольку он следует за знакомством с языком и не предшествует ему) и эксплицитным (т.е. осуществляться учителем очевидным образом).

В заключении стоит отметить, что представленные выше аспекты методики обучения иностранным языкам студентов с СЯП ставит автономию обучающегося в центр внимания: студент с СЯП не перестанет быть тем, кто он есть, поскольку причина его расстройства нейрофизиологическая, и поэтому ему придется научиться жить со своей особенностью и управлять ею наилучшим образом, следя за тем, чтобы она не мешала ему достигать своих жизненных целей.

¹ Daloiso M. (2013). Riflessioni sul raggio d'azione della Glottodidattica Speciale. Una proposta di definizione e classificazione dei «Bisogni Linguistici Specifici». In EL.LE, 2(3), pp. 635-649.

² Weck G., Marro P. (2010). Les troubles du langage chez l'enfant, description et évaluation, Issy-les-Moulineaux, Hauts-de-Seine, Masson.

³ Moret, A. (2018). Les troubles dys: Obstacles, résistances et controverses. Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.moret.2018.01>

⁴ Candelier M. et al. (2007). CARAP – Cadre de référence pour les approches plurielles des langues et des cultures, Version 2, Projet Alc, Celv Graz, Conseil de l'Europe, <https://Www.Ecml.At/Portals/1/Documents/Ecml-Resources/Carap-Es-Web.Pdf?Ver=2018-03-20-120700-460> (дата доступа 01.09.2024).

⁵ Daloiso M. (2015). L'educazione linguistica dell'allievo con bisogni specifici. Italiano, lingue straniere, lingue classiche, Torino, UTET Università.

⁶ Fiorentino A. (2017). Des stratégies translangagières pour la construction progressive des connaissances dans l'approche EMILE. In Bennett F., Meullemann M., eds., Regards croisés sur l'EMILE/CLIL et l'Intercompréhension intégrée, Reims, EPURE, 113-133.

⁷ Caddéo S., Jamet M.-C., eds. (2013). Intercompréhension, une autre approche pour l'enseignement des langues, Paris, Hachette.

TRENDS IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES TO STUDENTS WITH SPECIFIC LANGUAGE NEEDS

© 2024 Kapustina Liubov Viktorovna
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: lkap@inbox.ru

© 2024 Bakanova Irina Gennadievna
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Volga State University of Railway Engineering, Samara
E-mail: backanovairina@yandex.ru

Keywords: education, teaching foreign languages, specific language needs, dyslexia.

The relevance of the study is due to the need to develop a methodology for teaching foreign languages for students with specific language needs. The purpose of the paper is to identify the features of training such students.

ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ВУЗЕ

© 2024 Никитина Ирина Николаевна
кандидат филологических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: i.n.nikitina@gmail.com

Ключевые слова: переводческая компетенция, высшее образование, экономический вуз, иностранный язык, умения и навыки.

В статье рассматривается понятие переводческой компетенции. Автор определяет объем и содержание понятия переводческой компетенции относительно целевых установок обучения иностранному языку в экономическом вузе, а также описывает методы формирования данной компетенции.

Целью обучения иностранному языку в экономическом вузе является подготовка студентов к практическому использованию иностранного языка в будущей профессиональной деятельности, а именно осуществление делового общения с зарубежными партнерами в ходе деловых встреч, переговоров, при заключении контрактов, обмена информацией общего и профессионального характера.

Помимо всего перечисленного выпускник экономического вуза также должен уметь работать с оригинальной литературой на иностранном языке по своей специальности, что включает в себя умение извлекать нужную информацию из иноязычного текста, то есть умение переводить с иностранного языка на русский.

Следует отметить, что умение переводить с иностранного языка или на иностранный язык не приходит автоматически, одновременно с развитием навыков иноязычной речевой коммуникации, но требует формирования специальной переводческой компетенции.

В статье предпринята попытка определить объем и содержание понятия переводческой компетенции относительно целевых установок обучения иностранному языку в экономическом вузе.

Если в языковом вузе преподаватель располагает достаточным временем для формирования переводческой компетенции на занятиях специальной учебной дисциплины, то задача обучения переводу в экономическом вузе должна решаться в рамках освоения курсов: «Иностранный язык», «Иностранный язык (профессиональный)». Как правило, данная задача ограничивается навыками письменного перевода экономических статей и иноязычной деловой корреспонденции.

Очевидно, что перед тем, как выполнять задания по переводу текстов по специальности студент должен иметь представление о том, какой перевод можно

считать адекватным («хорошим») и каковы способы достижения этой адекватности.

Таким образом, в задачи преподавателя иностранного языка в экономическом вузе входит ознакомление студентов с основополагающими принципами теории перевода, переводческими приемами и способам решения определенных переводческих задач, что необходимо для формирования у студентов практических навыков письменного перевода экономической и деловой литературы. Все основные вопросы, касающиеся теории перевода, освещены в работе Я.И. Рецкера¹, хотя преподаватель в праве выбрать труды и других отечественных лингвистов. Разумеется, что выбор проблем для ознакомления студентов из всего многообразия вопросов общей и частной (касающейся пары языков) теории перевода должен быть обоснован их частотностью и важностью для перевода экономических текстов. По этой причине, например, не подлежали рассмотрению способы и приемы оформления эмоционально эстетической информации, характерной для художественных текстов.

Основным средством развития и закрепления практических навыков перевода могут служить тренировочные упражнения, тексты для сопоставительного анализа. Материалом для сопоставительного анализа могут быть аутентичные тексты различных жанров и тематики (экономика, финансы, бизнес и т. п.) и их переводы, выполненные профессиональными переводчиками².

По жанровой принадлежности учебные тексты должны принадлежать к наиболее часто встречающимся в практике экономического перевода функциональным стилям:

- 1) научно-техническая и научно-популярная литература,
- 2) газетно-публицистическая литература,
- 3) официально-деловая литература.

Следует отметить, что особое внимание в рамках освоения курсов: «Иностранный язык», «Иностранный язык (профессиональный)» в экономическом вузе уделяется формированию навыков декодирования иноязычной деловой документации и одновременно умению в соответствии с современными функционально-речевыми и стилевыми нормативами грамотно составлять и переводить на иностранный язык предусмотренные программой деловые документы.

При формировании данных навыков представляется целесообразным использовать трехуровневый подход.

Первый уровень (функционально-стилевой) направлен на изучение устойчивых языковых форм, стиливых стереотипов, характерных для оформления иноязычной деловой документации.

Второй уровень (лексический) предполагает расширение лексического запаса в основном за счет освоения терминологической лексики, а также усвоения кодифицированных форм обращений.

Третий уровень (грамматический) включает в себя изучение тех типов грамматических структур, в которых манифестируется данный тип коммуникации (формы пассивного залога, причастные обороты и другие характерные синтаксические конструкции).

Именно опора на заданный трехуровневый подход способен обеспечить наиболее адекватный и целостный тип изучения данного материала, а все конкретные методические приемы, необходимые для усвоения изучаемой тематики, будут логически вытекать из данного концепта³.

Как результат освоения практического материала студент должен будет уметь:

- переводить тексты экономической тематики, обеспечивая их достаточную смысловую, стилистическую и прагматическую адекватность;
- в случае необходимости осуществлять языковую адаптацию иноязычного текста к языковым и стилистическим нормам родного языка;
- соотносить иноязычные экономические термины с аналогами на родном языке.

Совокупность вышеперечисленных умений и навыков составит переводческую компетенцию учащегося экономической специальности.

¹ Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода. М.: Издательство Р.Валент, 2006, 240 с.

² Nikitina, I. N. Economic Translation: Учебное пособие по экономическому переводу. Рекомендовано РАО по классическому университетскому и техническому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 - «Экономика» / I. N. Nikitina, G. V. Glukhov, T. V. Gromova. Самара: Самарский государственный экономический университет, 2017. 192 с. – ISBN 978-5-94622-812-1. – EDN XODJKX.

³ Gromova, T. V. Digital transformation of higher education: Components and conditions of functioning (on the example of Samara State University of Economics) / T. V. Gromova // Pedagogy. Theory & Practice. 2023. Vol. 8, No. 6. P. 641-647. – DOI 10.30853/ped20230094. – EDN XKJQPG.

DEVELOPMENT OF TRANSLATION COMPETENCE IN FOREIGN LANGUAGE CLASSES AT AN ECONOMIC UNIVERSITY

© 2024 Nikitina Irina Nikolaevna

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: i.n.nikitina@gmail.com

Keywords: translation competence, higher education, economic university, foreign language, skills and abilities.

The article examines the concept of translation competence. The author defines the scope and content of the concept of translation competence in relation to the target settings of teaching a foreign language in an economic university and describes the methods of developing this competence.

РАБОТА С ТЕКСТОМ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА В БОЛЬШИХ ГРУППАХ

© 2024 Перцевая Екатерина Александровна
кандидат филологических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kmilyutina@mail.ru

Ключевые слова: обучение иностранному языку в больших группах, работа с текстом, взаимодействие преподавателя со студентами, практическое занятие, чтение, говорение, аудирование, письмо, задания для выполнения.

В статье рассматривается работа с текстом при обучении иностранному языку студентов неязыкового вуза в больших группах, численностью от 25 человек. Описываются возможные варианты заданий, ориентированных на чтение текста, развитие словарного запаса и перевод. Приводятся рекомендации по содержанию и объему заданий, связанных с текстом.

Современный подход к изучению иностранного языка в высших учебных заведениях характеризуется изменением, направленным на увеличение количества студентов в группе. Данная тенденция взаимосвязана со спецификой взаимодействия преподавателя с большой группой слушателей на практическом занятии, ориентированном на отработку навыков каждого отдельного обучающегося по разным аспектам речевой деятельности, связанным с чтением, говорением, аудированием и письмом.

При проведении занятия преподаватель и студенты, составляющие многочисленную группу (более 25 человек), сталкиваются с целым рядом проблем, в основе которых лежит отсутствие времени на тщательную проработку навыков каждого обучающегося, а также возможность уделить время отдельному слушателю. Данные проблемы изучены в научных трудах, посвященных анализу изменений аспектов индивидуально-групповой работы при обучении иностранному языку¹, а также методам работы в больших группах². Отмечается, что групповое взаимодействие может помочь активизировать процесс взаимопомощи и стимулирования студентов в процессе обучения³, однако оставляет нерешенными целый ряд вопросов. Отдельно выделяется снижение мотивации для изучения языка у студентов неязыковых специальностей или обучающихся в неязыковых вузах⁵.

Наиболее подробно актуальные проблемы взаимодействия преподавателя со студентами рассмотрены в работе А. В. Подгорновой и Л. В. Поповой⁴. Среди наиболее распространенных названы следующие:

1) академические, обозначающие наличие в одной большой группе значительной разницы в уровне владения иностранным языком, отсутствие достаточного

количества времени, необходимого для участия в каждом предложенном задании отдельного студента, а также шум, препятствующий внимательному и вдумчивому пониманию и изучению поставленного вопроса;

2) психологические, связанные с личностными особенностями студента: волнением при формулировании собственных мыслей, растерянности при необходимости быстрого ответа на поставленный вопрос, общей стеснительностью или недостаточной активностью;

3) межличностного взаимодействия, ограничивающие возможность за короткое учебное время запомнить имена и фамилии всех участников дискуссии (причем данная проблема характерна как для преподавателя, так и для студентов);

4) межкультурного взаимодействия, предполагающие одновременную работу в рамках одного занятия с представителями разных культур.

К сожалению, в современной научной литературе описываются ограниченные варианты взаимодействия преподавателя со студентами в группах по изучению иностранного языка, численность которых превышает 25 человек.

В настоящей статье мы хотели бы поделиться наблюдениями, связанными с работой по преподаванию иностранного (английского) языка студентам больших групп неязыковых специальностей и отметить некоторые особенности, характерные для выполнения заданий по отдельному аспекту речевой деятельности (чтению) на практических занятиях.

В составе большой группы по иностранному языку представлено от 25 до 39 студентов, обладающих различным уровнем владения английским языком, причем различие может быть очень большим: от начального уровня (Elementary) до высшего среднего (Upper Intermediate).

В процессе проведения занятий нами было отмечено, что трудности, возникающие при изучении иностранного языка в больших группах студентов, неравномерны в количественном отношении, по таким аспектам речевой деятельности как чтение, говорение, аудирование и письмо.

Устные виды речевой деятельности, а именно аудирование и говорение, требуют наибольшего внимания от преподавателя, а письменные (чтение и письмо) – максимальной сосредоточенности и вовлеченности студента при выполнении заданий. Следовательно, наиболее эффективными и показательными для оценивания являются задания, связанные с письменным аспектом языка, поскольку именно они демонстрируют истинный уровень знаний.

Особые сложности, как показал практический опыт, представляют собой задания, ориентированные на чтение, поскольку стандартные тексты, предлагаемые в современных учебных пособиях, не являются достаточно протяженными, что не позволяет задействовать при их выполнении максимальное количество участников группы. Таким образом, возникает необходимость изменить и расширить задания, связанные с чтением, являющимся основой для последующего устного высказывания. В работе мы отталкивались от понимания, что основой всех новых заданий должно выступать используемое в процессе обучения учебно-методическое пособие, однако необходимо помнить о том, что количество и объем

предлагаемых заданий необходимо увеличить, ориентируясь не на минимальное, а на максимальное количество студентов в группе.

На первом этапе работы с текстом необходимо повысить интерес студентов к изучаемой теме, предлагая ответить на ряд связанных вопросов. Например, если предполагается изучение стажировок и обретения профессионального опыта, то возможно подготовить ряд вопросов, касающихся как самого понятия «опыт» (experience) и различных видов опыта (личный, профессиональный и т. д.). Минимальное количество вопросов, предлагаемых для обсуждения, должно составлять 30 и более единиц.

Необходимо помнить о том, что тексты для изучения должны быть достаточно объемными и протяженными, касаться не только теоретических моментов изучаемого явления, но и практических понятий, а объем текста должен позволять прочесть минимально одно предложение одному студенту, при условии работы с текстом на английском языке. После чтения текста возможно обсуждение, направленное на понимание описываемых в тесте понятий или явлений, предполагающее ответы на вопросы, заранее сформулированный преподавателем.

Также необходима работа с отдельными словами из текста, направленная на расширение активного словарного запаса каждого участника. Хорошо себя зарекомендовала практика выполнения заданий, связанная с подбором значения слов (Matching), когда с одной стороны располагаются слова на английском языке, а с другой – на русском. В качестве альтернативного варианта возможен простой перевод лексических единиц, подбор синонимов как на русском, так и на английском языках. Минимальное количество слов начинается от 15 и включает в себя все части речи, а, по возможности, использованные в тексте словосочетания.

Заключительным этапом работы с конкретным тестом может быть перевод предложений, задействующий ключевые единицы изучаемой лексики для более тщательного запоминания. Количество предложений минимально включает в себя 30 единиц, причем данное задание может быть использовано в качестве домашнего.

Подобная работа требует со стороны преподавателя большого количества времени, затрачиваемого на разработку заданий и многократное апробирование на практике в группах с различной численностью студентов, поскольку некоторые задания, ориентированные на прочтение текста, являются пригодными для обучения в индивидуальном порядке или в группах с небольшим количеством студентов, однако довольно сложны при работе с большими группами студентов неязыковых специальностей. В ряде случаев выполнение заданий затрудняется вследствие отсутствия максимально лаконичного или доступного каждому объяснения, поскольку одной из сложностей можно назвать увеличение количества времени, необходимого для объяснения задания не только на иностранном языке, но и на русском, связанном с разницей в уровнях владения языком в рамках одной группы.

В заключение следует отметить, что работа с текстом при обучении иностранному языку больших групп студентов неязыковых специальностей требует тща-

тельной переработки имеющегося материала с целью увеличения количества и объема предлагаемых для выполнения заданий.

¹ Бронзова Л. И. Использование различных форм группового взаимодействия на занятиях по иностранному языку как средство оптимизации учебного процесса//Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. Выпуск №1/2014. С.285-290.

² Карева Н. В. Дифференцированно-групповое обучение как средство преодоления трудностей адаптации обучающихся в условиях высшего профессионального образования: На примере дисциплины «Иностранный язык» Дисс... канд. Пед. Наук. Орел, 2006. 228 с.

³ Тимохина Е. И., Исмаилова Г. К. Обучение студентов разговорному иностранному языку в больших учебных группах //Перспективы развития науки и образования: Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. В 3-х частях. 2017. С. 96-100.

⁴ Подгорнова, А. В. Попова Л. В. Руководство большой группой при обучении иностранным языкам//Язык и культура: вопросы современной филологии и методики обучения языкам в вузе: материалы науч.- практ. конф. - Хабаровск: Тихоокеанский Государственный Университет, 2015. - С. 115-119.

⁵ Бузина Ю. Н. Трудности обучения иностранным языкам в больших группах в неязыковом вузе//Гуманитарное образование в экономическом вузе. Материалы V Международной научно-практической заочной интернет-конференции. В 2 томах. 2017. С. 57-62.

WORKING WITH TEXT WHEN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE TO NON-LINGUISTIC UNIVERSITY STUDENTS IN LARGE GROUPS

© 2024 Pertsevaya Ekaterina Aleksandrovna
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: kmilyutina@mail.ru

Keywords: learning a foreign language in large groups, working with text, interaction between teachers and students, practical classes, reading, speaking, listening, writing, assignments to complete.

The paper examines working with text when teaching a foreign language to students at a non-linguistic university in large groups of twenty-five or more people. Possible options for tasks focused on text reading, vocabulary development and translation are described. Recommendations on the content and scope of tasks related to the text are also provided.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММ ЦИФРОВОГО ПЕРЕВОДА И ОНЛАЙН-СЛОВАРЕЙ В ПРЕПОДАВАНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ В ВУЗЕ

© 2024 Петрянина Ольга Валерьевна
кандидат филологических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Petryaninaolga@rambler.ru

Ключевые слова: инструменты цифрового перевода, онлайн-словари, языковая компетентность, преподавание, мотивация.

Данная статья посвящена анализу взглядов и мнений преподавателей и студентов, связанных с восприятием фактического использования инструментов цифрового перевода и онлайн-словарей (например, Google Translate, DeepL, Leo, Pons) на занятиях по иностранному языку в вузе.

За последние несколько лет цифровые приложения, в основе которых лежит искусственный интеллект, приобретают все большую популярность.

Сегодня учащимся доступны разнообразные бесплатные приложения и веб-сайты машинного перевода, которые можно использовать при наличии доступа в Интернет и удобных устройств.

Хотя эти инструменты были разработаны в первую очередь для перевода текста (частей) на разные языки, в настоящее время они нашли свое применение и в преподавании иностранных языков. Поэтому вопрос о том, какую роль могут и должны выполнять средства цифрового перевода при изучении нового языка, становится все более важным.

Данные показывают, что независимо от языкового происхождения и образовательного контекста участники воспринимают инструменты цифрового перевода как нормальную и во многом устоявшуюся часть своей повседневной практики¹. Можно с уверенностью констатировать тот факт, что эта технология больше не исчезнет. Большинство учащихся регулярно используют программы цифрового перевода, особенно при письме на иностранном языке или для заполнения пробелов в лексических знаниях. Такое поведение усилилось за последние 15 лет.

По сравнению со своими преподавателями, студенты более оптимистично оценивают потенциальный вклад этих инструментов в изучение иностранного языка и меньше беспокоятся о возможных подводных камнях, связанных с их использованием.

Педагоги в своей оценке относительно продуктивной интеграции цифровых платформ машинного перевода в учебную среду не столь однозначны. Если одни

выступают за конструктивное использование инструментов и обсуждают их преимущества и недостатки на занятиях, то другие даже выступают за запрет цифровых средств перевода.

При этом многие преподаватели хотели бы использовать цифровые переводчики и онлайн-словари на своих занятиях, но выражают неуверенность в том, как это сделать осмысленно. Они также выражают обеспокоенность по поводу некоторых практик учащихся, а именно отсутствия когнитивной вовлеченности при простом переводе текста без учета результата, подчеркивают разрыв между учебными/ институциональными предписаниями и тем, как обычно применяются подобные инструменты, и как это несоответствие может повлиять на их преподавание.

Известно, что эмпирически не доказано, способствуют ли цифровые системы изучению языка или нет. Однако есть свидетельства того, что программы цифрового перевода помогают формированию металингвистических знаний², которые развивают у учащихся более высокий уровень языковой осведомленности, и приводят к лучшим результатам при письме на иностранном языке. Предполагается также, что эти инструменты могут принести особую пользу учащимся с высоким уровнем тревожности при изучении языка: благодаря возможности проверки языковых двусмысленностей они могут обрести уверенность, что в идеале снижает неприятные ощущения³.

Чтобы проанализировать и оценить, как воспринимаются различные технологии машинного перевода в контексте изучения языка, нами был проведен исследовательский опрос, в котором приняли участие 520 участников (500 студентов и 20 преподавателей из высших учебных заведений).

В процессе опроса были заданы следующие вопросы: 1. тип используемых программ перевода; 2. частота и цель использования; 3. отношение к цифровым средствам перевода.

Участникам был представлен набор инструментов и целей перевода, которые они оценили по частоте их использования (Никогда = 1; Время от времени = 2; Регулярно = 3; Очень часто = 4). Также им были предложены закрытые утверждения, согласие с которыми они оценивали по шкале: категорически не согласен = 1; согласен, скорее не согласен = 2); отчасти согласен = 3; полностью согласен = 4).

Кроме того, анкеты, соответствующие той или иной целевой группе (для преподавателей и студентов), отличались по содержанию и форме набора вопросительных суждений. Например, задание для учащихся гласило: «Использование программ цифрового перевода и онлайн-словарей укрепляет мою уверенность в себе». Для преподавателей оно было переформулировано следующим образом: «Использование программ цифрового перевода и онлайн-словарей укрепляют уверенность учащихся в себе».

В ходе исследования было установлено, что фактически все участники регулярно используют различные инструменты цифрового перевода, среди которых самыми популярными являются переводчики DeepL и Google Translate. Другие приложения для создания переводных эквивалентов в виде отрывков из текстов,

например, корпусный инструмент Linguee или Pons, практикуются преимущественно «время от времени». Учащиеся в основном применяют средства перевода для выполнения домашних заданий, для поиска слов, написания текстов и подготовки устных презентаций, гораздо реже для проведения досуга (например, общения в социальных сетях или понимания видео).

Основное внимание при анализе уделялось деятельности, которая соответствует фактическому назначению программ цифрового перевода, т. е. переносу текста (частей) между языками. В этой связи важно отметить, что такие инструменты редко применяются для более сложных задач, таких как развитие словарного запаса.

Проблемы цифровых инструментов и потенциал для их интеграции в учебный процесс проявляются по-разному в зависимости от точки зрения опрошенных групп.

Все опрошенные преподавателей отмечают, что хотя бы раз в учебном году рассказывают своим обучающимся о преимуществах и недостатках онлайн-переводчиков, поскольку данная тенденция неизбежна. На вопрос о том, является ли инклюзия подобных инструментов в обучение иностранному языку эффективной, респонденты отвечали по-разному, поскольку языковая компетентность является лишь симуляцией. Подавляющее большинство преподавателей высших учебных заведений скептически относятся к тому, чтобы программы цифрового перевода были бы интегрированы в уроки, и не признают педагогическую ценность онлайн-переводчиков в языковых группах, считая их использование формой академической нечестности⁴. Только 24 % преподавателей выразили позитивное отношение к цифровым сервисам перевода и ожидают их положительного эффекта в изучении иностранных языков.

Группа студентов, напротив, демонстрирует высокий уровень одобрения (93%) и полагают, что эти инструменты оказывают значительную поддержку при освоении иностранного языка.

Различия также возникают в выборе сервисов, которые реализуют либо функционал реального бумажного словаря, предоставляя перевод или толкование определенных слов, либо перевод целых текстовых фрагментов. Преподаватели приветствуют частое пользование онлайн-словарей, поскольку предполагается, что тогда целевой язык будет изучаться более активно. Однако это желание контрастирует с привычками учащихся, которые отдают предпочтение программам-переводчикам, которые считывают введенный текст и переводят его на нужный язык.

Что преподаватели считают особенно проблематичным, так это отсутствие личных усилий при работе с программами перевода. Оно проявляется в бездумном переносе частей текста с первого языка на иностранный, что приводит к снижению мотивации учащихся и лишению их возможности участвовать в критических когнитивных процессах, которые составляют основу процесса усвоения языка⁶. Помимо этого инструменталистское освоение языка не ведет к познанию богатства и сложности человеческого взаимодействия, идентичности и культуры того или иного народа.

Необходимо подчеркнуть, что программы цифрового перевода изначально были предназначены не для изучения языка как такового, а скорее для передачи контента между языками. Поэтому следует ожидать, что пользователи полагаются в значительной мере на инструменты для заполнения языковых пробелов, даже если это противоречит дидактическим соображениям.

Таким образом, учащиеся и преподаватели в целом согласны с тем, что технологии цифрового перевода есть и останутся частью как повседневной жизни, так и преподавания. Поэтому возможное применение программ цифрового перевода и онлайн-словарей на базе искусственного интеллекта должно обсуждаться открыто и прозрачно на уроках иностранного языка. Студентам необходимо самостоятельно научиться выбирать различные приложения в соответствии с потребностями и случаями и компетентно внедрять в свою образовательную деятельность, постоянно расширяя свои знания. Только в этом случае цифровые платформы будут способствовать независимому, индивидуализированному обучению и приносить пользу при изучении иностранного языка. Преподавателям, в свою очередь, также требуются конкретные материалы по использованию цифровых платформ и концепции обучения, направленные на поддержание у изучающих язык стремления стать не только компетентными пользователями языковых технологий, но и развивать автономное владение иностранным языком с помощью инновационных инструментов.

¹ Левина Л.В., Левин А.И. Использование средств машинного перевода в преподавании иностранных языков // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика, 12(3), 2022. С. 164-175.

² Lee S.-M. The impact of using machine translation on EFL students' writing // Computer Assisted Language Learning, Vol. 33, N. 3, 2020. p. 157-175.

³ Гришина Н.Ю. Обучение переводу в условиях распространения систем машинного перевода // Педагогический журнал, Т. 11, № 6А. 2021. С. 142-149.

⁴ Clifford, J., Merschel, L., & Reisinger, D. Meeting the challenges of machine translation // The Language Educator, № 8, 2013. p 44-47.

⁵ Скворцова О.В. Проблемы и преимущества автоматизированного и машинного переводов // Молодой ученый, №9. 2016. С. 1287-1289.

⁶ Urlaub P., Dessein E. Machine translation and foreign language education // Frontiers in Artificial Intelligence, V. 5, 2022. p. 1-5.

FEATURES OF USING DIGITAL TRANSLATION PROGRAMS AND ONLINE DICTIONARIES IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES AT HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

© 2024 Petryanina Olga Valerievna
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: Petryaninaolga@rambler.ru

Keywords: digital translation tools, online dictionaries, language competence, teaching, motivation. translation, translator, equivalent, method, linguistic difficulties.

This article is devoted to analyzing the views and opinions of teachers and students related to the perception of the actual use of digital translation tools and online dictionaries (e.g., Google Translate, DeepL, Leo, Pons) in foreign language classes in higher education.

ЗНАЧЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ: СОЗДАНИЕ УСПЕШНОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

© 2024 Стадник Екатерина Сергеевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: ses200522@gmail.com

Ключевые слова: корпоративная культура, тенденции в развитии организационной культуры, ценности, эффективность для бизнеса.

В статье рассматривается, какие именно ценности считаются ключевыми для успешного создания корпоративной культуры, способы их интеграции в компанию, тенденции, а также то, как их реализация способствует развитию бизнеса.

В современных реалиях формирование эффективной организационной культуры определяет перспективность компании на бирже труда, ее достижения и перспективы в будущем. Они являются основой, на которой базируется рабочая атмосфера в организации, формируют поведенческие стандарты сотрудников и определяют ключевые решения в компании. Грамотное создание корпоративных норм с учетом локальных особенностей страны, специфики работы, стратегии развития компании и других факторов поможет добиться более эффективной системы управления, улучшение рабочего микроклимата, повышение производительности труда и снижение текучки кадров.

Корпоративная политика представляет собой набор принципов и ценностей, которые организация придерживается в своей деятельности. Она может быть адаптирована под разные направления и стратегии бизнеса, отражая такие аспекты, как инновации, результаты или забота о персонале.¹ Важно, чтобы корпоративная политика соответствовала миссии компании и создавала благоприятную корпоративную культуру, основанную на общих целях и принципах.

Миссия определяет вектор развития компании, ее цели, стратегическое развитие и формирует осознание коллективом своей роли в обществе. Она транслирует культурные ценности компании как во внешней, так и во внутренней среде.

Корпоративная культура — внутренний характер компании, формирующийся под воздействием стихийных и предписанных, материальных и нематериальных процессов, воссоздающий ее нормы, ценности, систему внутренних и внешних коммуникаций сотрудников. Культура необходима как для формирования имиджа компании, адаптации новых людей в коллективе, их мотивации, регуляции и

* Научный руководитель – **Кочеткова Наталья Викторовна**, кандидат педагогических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

объединения. Понятия «корпоративная культура» и «организационная культура» согласно исследователям (Т. Дил, А. Кеннеди, Э. Шейн) синонимичные.

Необходимость внедрения организационной культуры можно описать и в статистических данных. От соответствия ценностей работника характеристикам эффективного сотрудника в организации возрастает более чем на половину эффективность работы, а также снижается изменчивость кадрового состава более чем на 20%.² При создании корпоративной культуры необходимо учитывать социальные ценности и обычаи, особенности деятельности и стратегию развития. Чтобы сотрудники полностью осознали ценности компании и прониклись культурой, важно способствовать их проявлению внутри организации.

Формирование корпоративной культуры требует комплексного подхода, включающего анализ ценностной системы, ментальных особенностей, социально-психологических характеристик сотрудников, а также индивидуализацию подходов в соответствии с основными направлениями бизнес-стратегии и спецификой профессиональной деятельности. Эффективное применение этих инструментов способствует созданию благоприятного климата в коллективе, снижая возможные негативные последствия, связанные с применением новшеств.³

Для эффективной организационной культуры следует развивать уникальное ДНК предприятия и историю компании, поддерживать атмосферу внутри коллектива ритуалами и традициями. Условия труда каждого работника должны тщательно проверяться и совершенствоваться, так как они оказывают прямое влияние на доверие компании каждого сотрудника.

Также важно стимулировать сотрудников к постепенному усвоению и дальнейшему выражению в повседневных действиях корпоративных ценностей, что способствует формированию единой корпоративной идентичности.⁴

Для поддержания уже сформированной корпоративной культуры необходимо уделять время грамотному подбору персонала, ориентироваться на деятельность руководства и способствовать культурной адаптации компании и сбалансированному микроменеджменту.⁵

Рассмотрим отечественные примеры с ярко выраженным проявлением корпоративной культуры. Банк Тинькофф выделяется на фоне других предприятий благодаря своей прогрессивной корпоративной культуре, характеризующейся демократическими принципами управления и отсутствием жестких иерархий. В этой организации мало внимания уделяется формальному образованию; взамен акцент делается на привлечении и последующем наставничестве молодых талантов, которым необходимы лишь быстрая обучаемость и стремление к профессиональному росту. Компания выделяется также своей открытостью к дистанционной работе, предлагая гибкое рабочее время и нестандартные условия, что позволяет привлекать высококвалифицированные кадры.

Яндекс активно интегрировал принципы западной корпоративной культуры, предоставляя сотрудникам возможность удаленной работы и совмещения различных профессиональных интересов. Повышение квалификации и развитие знаний стоят на переднем плане, в связи с чем Яндекс обеспечивает сотрудникам доступ к обучающим программам и обширной базе информационных материа-

лов. Внимание к профессиональной активности и ответственности также высоко ценится, а выявление и сообщение о допущенных ошибках воспринимается как важный элемент корпоративной этики.

В настоящее время компании столкнулись с различными современными тенденциями в области корпоративной культуры, оказывающими заметное влияние на эффективность их работы. Рассмотрим некоторые из них.

Одной из ключевых тенденций является переориентация на более открытые формы организации труда, где приоритетом выступает коллективное взаимодействие, поддержка и понимание между коллегами. Это способствует активному вовлечению персонала в процессе принятия решений и стимулированию развития у него лидерских способностей. Корпорация должна предоставлять конкретные пути карьерного прогресса, что в свою очередь будет способствовать укреплению веры работников в прозрачность каналов продвижения и объективность процедур назначения.

Для повышения продуктивности команды необходимо организовывать обучающие тренинги, обеспечивать эффективный механизм обратной связи и систему мотивации работников.

Последнее время приобретает популярность смешанный вид мотивации, то есть предоставление не только финансовых поощрений, но и нефинансовых (участие в корпоративных акциях, необычные поездки, дополнительный отпуск). Также нужно дать сотрудникам возможность самим выбирать какой формат поощрений и мотиваций им ближе, это помогает им ощутить персонализированный подход, а также оценить перспективы роста в компании.

Компании также следует отталкиваться от ценностей потенциальных и уже существующих сотрудников, чтобы они хотели отождествлять себя с ней и ее деятельностью. Так, например, социальные и экологические проекты становятся не только частью миссии компаний, но и инструментом мотивации. Организация может осуществлять выездные мероприятия по уборке территорий, обучать правильной сортировке мусора и способствовать его переработке. Это помогает сотрудникам ощутить свою причастность к решению глобальных экологических проблем и чувствовать большее удовлетворение своей работой.

Безусловно важно уделять внимание поддержанию психологической безопасности и построению здоровых межличностных отношений в коллективе. Необходимо обеспечивать равное отношение к каждому сотруднику со стороны руководства. Исключение дискриминации и минимизация проявлений иерархии способствуют укреплению корпоративного духа и снижению текучести кадров. Компании очень важно минимизировать строгость наказаний за неудачи сотрудников. Отсутствие страха перед ответственностью и возможными рисками при принятии нетрадиционных решений способствует образованию уникального опыта, открывая путь к новшествам и прогрессу.

Разработка модели взаимодействия между персоналом и заказчиками, четко определить пределы компетенций, демонстрируя поддержку интересов работников со стороны организации и внимательное отношение к потребителям услуг.

Такие изменения позволяют организациям быть более адаптивными и эффективными в современной динамичной и конкурентной среде.

Корпоративная культура как интегральная характеристика компании выступает основным инструментом для достижения стратегических целей, следования миссии и повышения экономической эффективности организации.

¹ Кочеткова Н.В., Печерская Э.П. Влияние феномена корпоративной культуры на успешность и эффективность функционирования организации/Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. 2007. № 2 (16). С. 109-114. (дата обращения: 17.09.2024).

² Дегтярев П. С. Корпоративная культура в России: какая она и как она меняется // Дегтярев П. С / Экопси - 2022 – URL: <https://ecopsy.ru>

³ Баязитова, Т. И. Корпоративная культура как инструмент успешного управления организацией и персоналом / Т. И. Баязитова. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2016. № 19 (123). С. 291-292. URL: <https://moluch.ru/archive/123/33963/> (дата обращения: 10.09.2024).

⁴ Оржевская Анна Андреевна, Исабекова Ольга Александровна Исследование феномена корпоративной культуры // Московский экономический журнал. 2018. №5 (1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-fenomena-korporativnoy-kultury> (дата обращения: 17.09.2024).

⁵ Спивак, В. А. Корпоративная культура: теория и практика / В. А. Спивак. М.: Наука, 2001. 234 с.

THE IMPORTANCE OF CORPORATE VALUES: CREATING A SUCCESSFUL ORGANIZATIONAL CULTURE

© 2024 Stadnik Ekaterina Sergeevna*
Student
Samara State University of Economics
E-mail: ses200522@gmail.com

Keywords: corporate culture, trends in the development of organizational culture, values, spiral dynamics, efficiency for business.

The article examines which values are considered key to the successful creation of a corporate culture, ways to integrate them into the company, trends, and how their implementation contributes to business development.

* Scientific adviser – **Kochetkova Natalia Viktorovna**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ УНИВЕРСИТЕТА

© 2024 Франтасов Дмитрий Николаевич*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: frantasovd.n@sseu.ru

Ключевые слова: информационные технологии в образовании, электронное обучение, цифровизация образования.

Современное общество характеризуется стремительным развитием информационных технологий, что неизбежно отражается на всех сферах жизни, включая образование. Данная статья посвящена анализу современного состояния и перспектив использования информационных технологий в высшем образовании Российской Федерации. Рассмотрена нормативная база, регулиующую применение ИТ в образовательном процессе, а также практические примеры их внедрения в различные дисциплины. Особое внимание уделено новым технологиям и вызовам, стоящим перед российским образованием в цифровую эпоху.

Использование информационных технологий в высшем образовании Российской Федерации регулируется комплексом нормативных актов, которые охватывают различные аспекты этого процесса. Основные нормативные документы:

- Федеральный закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» является основополагающим документом, определяющим общие принципы организации образовательного процесса, включая использование информационных технологий. В законе прописаны требования к оснащению образовательных организаций техническими средствами и программным обеспечением, а также к организации электронного обучения.

- Постановление Правительства РФ от 11 октября 2023 г. N 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ». В котором оговорено использование информационных систем, проведение аттестации, текущего контроля успеваемости, получение сведений из зачетных книжек. Помимо прочего, предусмотрено применение Госуслуг, Единой биометрической системы.

- СанПиН 2.4.2.3286-15 «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям и организации обучения в общеобразовательных организациях». Хотя этот документ в первую очередь направлен на общеобразовательные организации,

* Научный руководитель – **Кочеткова Наталья Викторовна**, кандидат педагогических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

многие его положения могут быть применены и к высшим учебным заведениям, особенно в части обеспечения безопасности при использовании компьютерной техники.

Локальные нормативные акты вузов. Каждый вуз разрабатывает свои локальные акты, регламентирующие использование информационных технологий в образовательном процессе, с учетом специфики своей деятельности и требований вышестоящих органов.

Основные аспекты, регулируемые нормативными документами:

- Технические требования: Оборудование учебных помещений, программное обеспечение, доступ к сети Интернет.

- Электронное обучение: Порядок организации и реализации электронного обучения, требования к электронным образовательным ресурсам.

- Защита персональных данных: Обеспечение безопасности персональных данных студентов, преподавателей и других участников образовательного процесса.

- Доступность образовательных ресурсов: Обеспечение доступности образовательных ресурсов для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Важно отметить, что нормативная база в сфере образования постоянно развивается и совершенствуется.

Использование современных информационных технологий в образовательном процессе университета приобретает все большую значимость и актуальность. Современное общество характеризуется огромным потоком информации. ИТ позволяют студентам получить доступ к актуальным знаниям из различных источников в режиме реального времени. Информационные технологии создают новые возможности для взаимодействия между преподавателями и студентами, а также между студентами друг с другом, что способствует более эффективному обучению¹.

Выпускники вузов должны быть готовы работать в цифровой среде, поэтому овладение ИТ становится неотъемлемой частью образовательного процесса. ИТ позволяют адаптировать учебный процесс к потребностям каждого студента, обеспечивая индивидуальный темп и траекторию обучения. Использование интерактивных материалов, онлайн-курсов, виртуальных лабораторий и других ИТ-инструментов делает обучение более интересным и эффективным. Многие рутинные задачи преподавателей и администраторов могут быть упрощены, освобождая время для более творческой работы. С учетом введения в действие с 1 сентября 2024 г. новых правил применения дистанционного образования можно говорить о том, что студентам позволяется обучаться в удобное для них время и месте, что особенно актуально для работающих студентов и людей с ограниченными возможностями.

Применение информационных технологий облегчают сотрудничество между университетами, позволяя студентам и преподавателям участвовать в совместных проектах и обмениваться знаниями. Так, в Российской Федерации успешно действуют несколько университетских консорциумов, целями которых является

формирование единых информационных пространств университетов и правил взаимодействия внутри них².

Развитие цифровых компетенций еще одно направление, которое декларируется как обязательное для современного студента. Высшее образование должно способствовать развитию у студентов таких важных компетенций, как информационная грамотность, умение работать с большими объемами данных, критическое мышление и творческие способности. Ярким примером можно представить проект «Цифровые кафедры», являющегося обязательным для университетов, участников программы «Приоритет 2030». ИТ могут помочь преодолеть социальные барьеры и создать более инклюзивную образовательную среду. Использование современных информационных технологий в образовательном процессе университета является не просто трендом, а необходимостью, обусловленной глобальными изменениями в обществе. ИТ позволяют повысить качество образования, расширить его доступность и подготовить выпускников к успешной работе в современном мире.

Современный образовательный процесс немалозначим без использования разнообразных информационных технологий. Рассмотрим подробнее некоторые из наиболее популярных инструментов и платформ³:

Системы управления обучением (Learning Management System) – это программное обеспечение, которое позволяет управлять всеми аспектами учебного процесса. К основным функциям LMS относятся:

- Создание и управление курсами: Разработка учебных материалов, организация модулей, назначение заданий.
- Взаимодействие преподавателей и студентов: Обсуждение тем, предоставление обратной связи, проведение тестов.
- Отслеживание прогресса: Мониторинг успеваемости студентов, формирование отчетности.

Популярные LMS: Moodle, Canvas, Blackboard, Google Classroom.

Массивные открытые онлайн-курсы (Massive Open Online Courses) – это онлайн-курсы, доступные для неограниченного числа студентов. Они отличаются гибким графиком обучения и часто бесплатны. Популярные платформы: Coursera, edX, Udey.

Виртуальные лаборатории позволяют студентам проводить эксперименты без физического присутствия в лаборатории. Они используются в таких областях, как химия, физика, биология. Примеры виртуальных лабораторий: Labster, Virtual ChemLab.

Другие инструменты и платформы:

- Интерактивные доски: Позволяют проводить динамичные презентации, вовлекать студентов в процесс обучения.
- Видеоконференции: Обеспечивают возможность проводить онлайн-занятия, семинары и вебинары.
- Онлайн-тесты и опросы: Помогают оценить знания студентов и получить обратную связь.

- Социальные сети для обучения: Такие как Edmodo, позволяющие организовать учебные группы и обсуждения.

- Инструменты для создания инфографики и презентаций: Canva, Prezi.

- Платформы для совместной работы: Google Docs, Microsoft Teams.

Выбор конкретных инструментов и платформ зависит целей обучения, технических возможностей образовательной организации и финансовых ресурсов.

Влияние информационных технологий на различные дисциплины, как гуманитарные, так и технические, неоспоримо. Рассмотрим подробнее, как ИТ трансформируют эти области знаний.

- Гуманитарные науки. ИТ предоставляют новые инструменты для исследования исторических документов, текстов, языков. Например, программы для анализа текстов позволяют выявлять скрытые смыслы, проводить сравнительный анализ.

- Социальные науки. ИТ используются для сбора и анализа больших данных, моделирования социальных процессов, проведения опросов и экспериментов онлайн⁴.

- Искусство. ИТ расширяют возможности для создания и распространения произведений искусства, позволяя создавать интерактивные и мультимедийные проекты.

- Естественные науки. ИТ используются для проведения сложных расчетов, моделирования физических процессов, анализа экспериментальных данных. Например, в биологии ИТ применяются для изучения генома, в физике – для моделирования квантовых систем.

- Инженерные дисциплины. ИТ используются для проектирования и моделирования технических систем, автоматизации производства, создания интеллектуальных систем управления⁵.

Из общих тенденций для всех областей знаний можно выделить то, что знания все чаще представлены в цифровом формате, что облегчает их поиск, хранение и распространение. Это позволяет проводить более сложные и масштабные исследования, открывая новые горизонты для научного познания. Междисциплинарность исследований способствует интеграции различных дисциплин, создавая новые междисциплинарные области знания⁶.

Влияние информационных технологий на различные дисциплины сложно переоценить. ИТ открывают новые возможности для исследований, обучения и творческой деятельности. Однако, важно понимать, что ИТ являются лишь инструментом, и их эффективность зависит от того, как они используются. В заключение, будущее образования тесно связано с развитием информационных технологий. ИТ открывают новые возможности для персонализации обучения, повышения его эффективности и создания более гибкой и интерактивной учебной среды. Однако, важно помнить, что технологии являются лишь инструментом, и успех образования зависит от того, как они используются.

¹ Гаирбекова П.И. Актуальные проблемы цифровизации образования в России // Современные проблемы науки и образования. 2021. № 2. С. 65-65.

² Балановская А.В., Франтасов Д.Н., Горбунова О.А. Направления развития образовательных организаций в условиях цифровой трансформации отрасли науки и высшего образования // Известия Байкальского государственного университета. 2022. Т. 32. № 2. С. 423-431.

³ Франтасов Д.Н., Балановская А.В., Прокаева А.Е. Роль цифровых сервисов в процессе цифровой трансформации организаций высшего образования // Экономика и предпринимательство. Экономика и предпринимательство. 2022. № 2 (139). С. 1043-1046.

⁴ Франтасов Д.Н., Хадеева Э.Р. Анализ цифрового следа обучающегося для выявления факторов влияния на мотивацию посещения занятий // Современные стратегии и цифровые трансформации устойчивого развития общества, образования и науки: Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. Махачкала, 2023. С. 231-235.

⁵ Коровин А.Л. Об использовании современных методов искусственного интеллекта и анализа данных для решения образовательных задач // Материалы III Международной научно – практической конференции «Задачи в обучении математике, физике и информатике в условиях цифровой трансформации». 2022. С. 223-226.

⁶ Кочеткова Н.В., Цуканова Н.А. Задачи создания цифровой образовательной среды в профессиональной образовательной организации/В сборнике: Наука XXI Века: актуальные проблемы перевода, перевождения и лингводидактики. Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. Самара, 2020. С. 25-30.

THE USE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE EDUCATIONAL PROCESS OF THE UNIVERSITY

© 2024 Frantasov Dmitrii Nikolaevich*

Undergraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: frantasovd.n@sseu.ru

Keywords: information technologies in education, e-learning, digitalization of education.

Modern society is characterized by the rapid development of information technology, which inevitably affects all spheres of life, including education. This article is devoted to the analysis of the current state and prospects of using information technologies in higher education in the Russian Federation. The article considers the regulatory framework governing the use of IT in the educational process, as well as practical examples of their implementation in various disciplines. Special attention is paid to new technologies and challenges facing Russian education in the digital age.

* Scientific adviser – **Kochetkova Natalia Viktorovna**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ЛИЧНОСТНО ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ УЧАЩИХСЯ

© 2024 Щербаков Егор Сергеевич
аспирант

Ульяновский государственный университет
E-mail: olechkasgeu@mail.ru

© 2024 Пудовкина Ольга Евгеньевна
кандидат экономических наук, доцент
Сызранский филиал

Самарского государственного экономического университета
E-mail: olechkasgeu@mail.ru

Ключевые слова: образование, профессиональная подготовка, педагогические условия, учащиеся, профессиональные знания.

В статье авторами предложена методологическая модель формирования личностно-профессиональной культуры будущих специалистов в контексте изменения образовательной парадигмы. Выделены компоненты личностного развития обучающихся: содержательный, организационный, информационный, индивидуальный, в результате реализации которых будет выстроено содержательное образование, приводящее к качественному развитию профессиональных компетенций учащихся и углублению знаний в пределах профессиональной области.

Анализ стратегических ориентиров развития профессионального образования последнего десятилетия и существующих тенденций позволяет утверждать, что кардинальная корректировка этих ориентиров обусловлено социально-экономическими изменениями в государстве, а также трансформацией образовательной парадигмы. Согласно гуманистической модели образования, профессиональная подготовка должна быть ориентированной не на объект, а на создание условий для развития личности как субъекта собственной деятельности. Личностно-ориентированный подход представляет этот процесс как такой, что происходит в соответствии с потребностями личности, с ее ориентацией на самоактуализацию согласно собственным интересам и способностям. Личность должна быть социально активной, творческой, гармоничной, ответственной и открытой к инновациям¹.

Имея сложную природу, процесс личностно-профессионального развития объединяет в себе составляющие и может быть представлен в виде комплексной педагогической модели формирования профессиональной культуры будущих специалистов в процессе образовательной подготовки. Анализ концептуальных основ изучаемой проблемы позволил создать методологическую модель, струк-

тура которой определена ее целью: проектирование способа формирования личностно-профессионального развития будущих специалистов в процессе профессиональной подготовки и отражает диалектическое единство традиционных и инновационных составляющих, обеспечивающих их комплексную эффективность (см. рисунок).

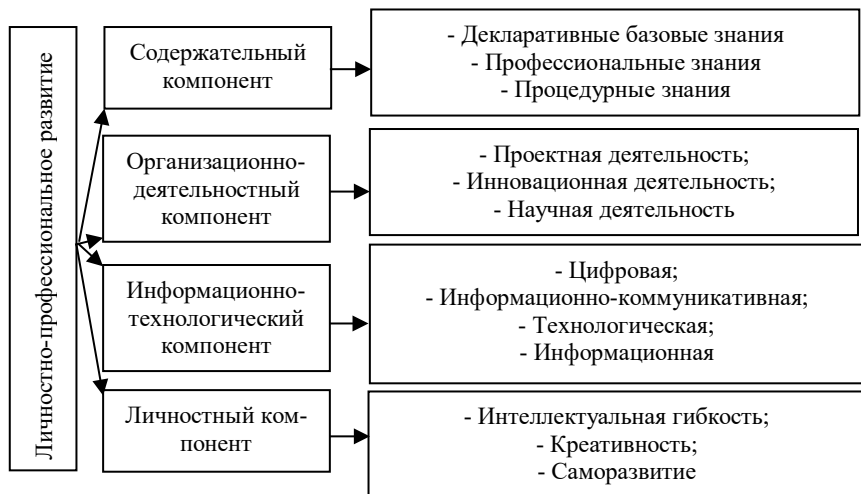


Рис. Методологическая модель формирования личностно-профессионального развития учащихся

Для значения содержательной составляющей модели было сформировано представление о том, какие именно умения будут использоваться будущими специалистами при выполнении своих служебных обязанностей. Для этого, в свою очередь, было определено, какие именно знания будут способствовать принятию выверенных управленческих решений в профессиональном поведении.

Содержательная составляющая методологической модели личностно-профессионального развития будущих специалистов в процессе профессиональной подготовки выполняет следующие функции:

- мотивирование будущих специалистов к формированию профессиональной культуры как фактору развития знаниевого потенциала современного специалиста;
- развитие интереса и самоидентификации в сфере профессиональной деятельности;
- обеспечение интегративных связей с родственными сферами профессиональной и социальной жизнедеятельности, культурными ценностями, моральными нормами общества, предпринимательством, экономической социализации, основами научно-исследовательской деятельности, психологией, духовным бла-

госостоянием личности, удовлетворением потребности саморазвития человека и т.д.;

- развитие в рамках профессиональной культуры аналитических, рефлексивных, коммуникативных способностей будущих специалистов;
- аккумуляция в профессиональном сознании будущих специалистов знаний, компетентностей, полученных в результате как из непосредственного личностного опыта, так и общественного;
- контроль, регуляция, упорядочение действий будущих специалистов в соответствии с поставленной целью².

Указанные функции создают системно-синергетическое единство, что придает методологической модели гуманистический характер, позволяет личности будущего специалиста развиваться в качестве субъекта собственной деятельности и способствует ее эффективному профессионально-личностному определению, в частности, формированию профессионального мышления, умения находить и использовать информацию, принимать рациональные решения.

Содержательная составляющая модели построена не по предметно-ориентированному принципу, а по проблемному. Ориентировочное знание в этом случае – это знание о том, как эффективно выполнять новое действие. Оно содержит в себе информацию об итоговом продукте, о средствах и способах его осуществления, критериях оценки, контроле и корректировке действий и операций. Итак, содержательная составляющая модели выступает мощным средством создания такой интегрированной целостности, как профессиональная культура в изменчивый период развития общества.

Формирование профессиональной культуры и компетенций, которые являются ее составляющими, распределено по всему учебному плану, где учащиеся должны осознать их роль с точки зрения социально-личностной успешности. Значительную роль в этом процессе играет использование во время профессиональной подготовки организационно-деятельностного компонента, а именно: проектная, инновационная и научная деятельность. В такой среде происходит конструирование способов получения новых знаний, необходимых для идентификации студентами новых проблемных ситуаций и их оптимального решения.

Процесс формирования профессиональной культуры происходит в условиях развивающей образовательной среды, главным критерием качества которого является обеспечение всем субъектам образовательного процесса системы возможностей и условий для эффективного личностного саморазвития³. Под понятием «образовательная среда» понимаем, в частности, взаимосвязь педагогических факторов, обеспечивающих развитие личности будущего специалиста. Это использование в процессе обучения цифровых технологий, организация информационно-коммуникативной деятельности.

Неотъемлемым условием процесса профессионального развития выступают личностные ориентиры. Знаниевая парадигма заключается в реализации комплекса индивидуальных направлений становления личности-профессионала.

Таким образом, стоит заметить, что отдельно взятые учебные дисциплины не в состоянии самостоятельно обеспечить формирование у будущих специалистов

профессиональной культуры. Только комплексный подход способствует трансформации функциональной роли будущих специалистов как в ходе обучения, так и в практической деятельности. Эти тенденции становятся важным резервом оптимизации процесса формирования профессиональной культуры будущих специалистов. Они требуют определенного пересмотра как ценностных ориентаций профессионально образования, так и учета инновационных форм и методов обучения, обеспечения целостной системы регуляции профессиональной подготовки для создания новых личностно и общественно значимых продуктов. Образовательная среда учебного заведения должна создать условия, которые обеспечивают возможность:

- социализации и интеграции будущих специалистов в современное состояние социально-экономической жизни страны в соответствии с индивидуальными потребностями, с одной стороны, и в социально-экономических и культурных ценностях общества, с другой;

- формирование профессионального мышления и мировоззрения, морально-ценностного отношения к общественной жизни в обществе;

- развития у будущих специалистов субъектности, что находит свое проявление в активности, осознанности действий, выборочном подходе к принятию решений, целенаправленной деятельности;

- мотивирование будущих специалистов к участию в различных видах и формах индивидуальной, групповой и коллективной деятельности как необходимого условия для формирования профессионального поведения;

- проявление креативности в формате профессионального сознания.

Благодаря методологическому построению процесса формирования личностно-профессиональной культуры будущих специалистов обеспечивается познавательное движение по следующему алгоритму: от созерцания к эмпирическому опыту, от абстрактного к идеальному конкретному, а затем - к реальному, что интегрировано реализуется в профессиональном поведении специалиста в условиях информационно-интеллектуальной экономики⁴.

¹ Степнова Л.А. Личностно-профессиональное развитие студентов в контексте формирования и развития управленческой компетентности // Психология. Историкокритические обзоры и современные исследования. 2022. Т. 11. № 6А. С. 176-180. DOI: 10.34670/AR.2023.49.16.019

² Сулима В.Н. Личностно-профессиональное развитие студентов в период обучения в высшем учебном заведении // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2017. № 5. С. 74-78.

³ Сущева С.М., Широкова Л.К., Горшенкова А.О., Рыбина Е.А., Разумова В.В. Личностнопрофессиональное развитие студентов в период прохождения учебно-профессиональной практики //Гуманитарные научные исследования. 2022. № 6. URL: <https://human.snauka.ru/2022/06/50530> (дата обращения: 20.09.2024).

⁴ Шарохина С.В., Шевченко Т.А., Кокорина О.К. Концепция человеческого капитала в стратегии управления человеческими ресурсами // Инновации и инвестиции. 2021. № 2. С.72-76.

PERSON-CENTERED APPROACH IN THE SYSTEM OF VOCATIONAL EDUCATION OF STUDENTS

© 2024 Scherbakov Egor Sergeevich
Postgraduate Student
Ulyanovsk State University
E-mail: olechkasgeu@mail.ru

© 2024 Pudovkina Olga Evgenievna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Syzran branch of the Samara State University of Economics
E-mail: olechkasgeu@mail.ru

Keywords: education, professional training, pedagogical conditions, students, professional knowledge.

In the article the authors propose a methodological model of formation of personal and professional culture of future specialists in the context of changing the educational paradigm. The components of personal development of students are identified: content, organizational, informational, individual, as a result of the implementation of which will be built content education, leading to the qualitative development of professional competencies of students and deepening of knowledge within the professional field.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ И ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 316.2
Код РИНЦ 04.51.53

ВЫРАЖЕНИЕ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЧЕРЕЗ МОДУ

© 2024 Балашова Екатерина Валерьевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: plov19@inbox.ru

Ключевые слова: гендер, мода, пол, андрогинность, гендерная амбивалентность.

Статья посвящена моде без гендерных различий для изучения определения гендерной идентичности и самовыражения. Рассматриваются разные временные этапы через призму отражения гендерной идентичности в мире моды.

Мода одна из главных фактора влияния на общество, которая отражает наше мировоззрение, а также олицетворяет наши ценностные установки, которые мы несем в мир и наше внутреннее мироощущение. В настоящее время гендерная нейтральность и дискусы на эту тему утвердились окончательно в обществе и стали действительностью. За последние 40 лет случилась модная революция, в прямом и переносном смысле эмансипации от консервативного строя общества к переосмыслению и ухода от гендерных стереотипов. Чтобы чувствовать и отождествлять себя с каким-либо гендером необязательно разграничивать одежду на мужскую и женскую. Перед дизайнерами стоит задача – стереть абсолютно гендерные различия как минимум в одежде. Женщины могли бы быть мужчинами, а мужчины могли бы быть женщинами. Никакой разницы никакого различия. Тенденция обозначилась очень четко. Еще в 1890 году было создано собрание «Общество рационального костюма». Основательницей стала Леди Флоренс Харбертон, она отстаивала права женщин носить удобную одежду вопреки навязанным оковам социума. Время, как колесо велосипеда, началось крутиться

* Научный руководитель – **Коротяева Татьяна Васильевна**, кандидат исторических наук, доцент кафедры социологии и психологии, Самарский государственный экономический университет.

быстро и непредсказуемо, провоцируя новый всплеск конфронтаций. Велоспорт был в новинку мужчинам и женщинам. Женщины, которые рискнули сесть на велосипед высмеивались из-за их неуклюжести и несурзности благодаря моде на платья в пол. Такие платья подвергали женщин опасности из-за их непрактичности. Под конец века в Лондоне была создана организация Леди Велосипедисток, которая предлагала женщинам надевать брюки во время езды на велосипеде. На этой почве возникла дискуссия, не многие женщины хотели отказываться от модных на то время платьев, в конце концов, модельеры начали заниматься этим вопросом, и предложили на замену платьев удлиненный жакет, который отдаленно напоминал платье, но не многие согласились носить новаторский костюм для своего времени. До середины 50-х годов прошлого века в вокабуляре использовалась только в лингвистическое значения «род». Однако, американский психолог Джон Уильям Мани, который при изучении гермафродитизма и транссексуализма отделив общеполовые свойства, ввел понятие «гендер». Узнаваемость термина гендер вошло в обиход после публикации работ Роберта Столлера в 1958 году, который внес социальные проявления принадлежности пола. Эти публикации сыграли важную роль в четком разделении двух понятий: пол стал относиться к биологическому фактору (морфологии, гормонам, генам и функциям нервной системы), в то время как гендер к особенностям психики и социологии человека. Однако большее внимание стоит уделить теории Т. Парсонса, который рассматривал модный процесс с двух сторон: во-первых, каждый имеет индивидуальную позицию в социальных взаимодействиях, а во-вторых, модное социальное действие является целостной системой, которая включает непосредственно действующее лицо¹. В начале 1960-х годов произошла сексуальная революция, которая постепенно начала разграничивать понятия гендера, общество стало более свободно, но еще не все рамки были разрушены. Ученые начали ставить исследования основываясь на концепции «я» и «общества» или человека «против общества». Движения феминизма быстро набирало обороты, хоть вскоре движение стало жертвой собственной ограниченности на несколько десятилетий, но женщины не хотели быть классическими домохозяйками, которые только были выгодны для фармацевтического общества, для продажи барбитуратов от бытовой депрессии. И общество в один день модифицировалось, и женщины стали наравне с мужчинами выходить на работу. Соответственно вместе с этим поменялась мода в повседневный обиход пришел мужской костюм и видоизменилась стрижка. Примером бесполой одежды стал брючный костюм 1960х годах, когда великий кутюрье Ив Сен-Лоран выпустил свою коллекцию *Le smoking* во Франции. Что в последствии преобразовалось в термин «Unisex», главная его черта разграничение и отсутствие полового признака. Одна главная вещь того времени, это джинсы. Изначально, Джинсы – это не просто одежда, это часть философии, воспевающей свободу, комфорт и стремление к новым горизонтам. Такой слоган был у компании Levi's, которая изготавливала одежду для рабочих. Женщины долго избегали такой вид одежды, пока ее не надела на себя голливудская актриса - Мэрилин Монро. И джинсы закрепились в обществе и выступали в качестве протеста за счет того, что джинсы ничем не

отличались от мужских, они имели прямой крой, объемные карманы это очень разнится с понятием о «феминном» предмете одежды. Женщины стали более свободны, чтобы строить карьеру это все послужило началом для поколения X или более известном «Поколение ключей». Все уходит на работу, дети остаются одни, и уходит на весь день на улицу, где общепринятого понятия «мужское» и «женское» смешивается в определение андрогинность и субкультур. Понятие андрогинность пришло еще из Англии семнадцатого века. Начиная с начала 60-х годов андрогинность уже стала одним целым с новым течением глэм-рок. Эксперименты с одеждой и косметикой открыли новые возможности для мужчин и женщин для размывание гендерных стереотипов. Альтер эго Зигги Стардаста, который проводится, как «Звездная пыль» является одним из ярких образов, представленным в массовой поп культуре Дэвидом Боуи. Он подтолкнул последующие поколение на свободу самовыражения своей личности. У Дэвида Боуи был свой подход к творчеству, он был эгалитарный, он упрекал цинизм во всех его направлениях, что привлекало его последователей и деятелей моды, которые вдохновлялись его образами и его наследием. “Мне понравилось, как он бросал людям вызов в том, как представлен гендер”, - говорит Адам Ламберт о вкладе Боуи в “За пределами музыки”². Альтер эго Зигги Стардаста, помогло музыканту, но и переосмыслить понятие человека изменив музыкальную игру с помощью образа марсианина, тем самым бросив вызов, и размыв грань между полами для тех, кто не хотел выглядеть ни как мужчина, ни как женщина. Терминология «гендерно-нейтральный» это более современное понятие, которое часто имеет сходство с понятием «унисекс», но при этом расширяет его значение. В нем можно найти, как представителей меньшинств, так и тех, кто не идентифицирует себя с ним. Это позволяет охватить более широкий спектр гендерных особенностей индивида. Терминологические различия отражают время создания этих стилей. Это все привело к тому, что возросла активность в сторону политкорректности. Гендерно-нейтральная мода не является модным ответвлением человечества, а только понятие о границах в одежде присутствуют в культуре моды уже много лет в разных сегментах от высокой-кутюрной моды до масс маркетов. Эпоха космического футуризма и разграничение полов преобразовалась в диско 1970-х годов. Данная эпоха стала новым ответвлением ярких нововведений начиная с тканей, узорами и стилем, примечательным и для мужчин, и для женщин. Большинство ученых начали изучать понятия гендера, одни ученые уходили в сторону трансгуманизма. Трансгуманисты считают, что гендер является одним из проявлений, что позволит в дальнейшем различать один сосуд с мозгами от другого. Социолог Филлип Коэн отмечает, что нам навязывают идею о важности быть “гендерно нормальным”, то есть соответствовать установленным стандартам общества. В 1990 годах тренд на гендерную нейтральность возрос, одними из голосом поколений того времени являлся фронтмен группы «Placebo» Брайн Молко, использовал провокационные образы: подводку для глаз, накрашенные ногти и красную помаду, чтобы с помощью образа и сцены выражать свой бунт, которые в последствии стали атрибутами группы и главным преимуществом Британского фронтмена и олицетворением субкультуры на последующие десятилетие, ведь

выглядеть как Брайн Молко захотели десятки тысяч молодых людей по всему миру. Он часто выступал в атрибутах феминной одежды, платья, туфли, макияж. Первоисточником и вдохновением для его стиля послужил Дэвид Боуи, который повлиял на его становления, как музыканта и законодателя трендов. Своей известностью группа обязана Дэвиду Боуи, который поддерживал их самого начала и до самой смерти. В некоторых кругах, его принято считать «queer» иконой в сфере моды, благодаря своему амплуа на сцене. Первое массовое упоминание прозвучало благодаря роману «Queer» американского писателя Уильяма Сьюрда Берроуза написанным в 1985 году. Описывая собирательный образ, используемый для обозначения индивида, чья гендерная идентичность отличается от большинства и не вписывается в общепринятую социальную норму. Группа Placebo разрушила все табу, в равной степени окружив субкультуры, отказавшись от трайбализма в пользу более вдумчивого, инклюзивного подхода. Субкультурное движение Placebo вскоре повлияло на мейнстрим в целом. Nancy Boy – песня, которая стала «визитной карточкой» группы, о чем в последствии СМИ неправильно интерпретировали посыл песни, что она только про «платья», но в то время, бросила вызов, чем вызывала дискурс, а потом взлетела на вершину чартов, в то время как мир моды практически «срывал» одежду с Брайна Молко, поскольку дизайнеры по всему миру пытались подражать его андрогинному стилю и женственной стрижки каре. В дальнейшем многие дизайнеры в начале 10-х годов, будут отсылаться в своих работах на Placebo и посвящать им коллекции. Из-за эпатажного стиля в одежде, Молко часто путали с женщиной, что в последствии музыкант объяснил: - «прежде чем осознать, что «ее» зовут Брайн, а затем задать себе несколько вопросов о, скажем так, изменчивости самой сексуальности. «Для меня дело не в гендере, а в людях». За последнее десятилетия изменение гендерных ролей становились очевидным, что привело к реформаторским идеям политического и законодательного плана. Постмодернистское общество отрицает любого рода ограничения, превознося уникальность каждого индивида, в любых его проявлениях, от выбора религии до распределения гендерного функционала в семье. Гендерные стереотипы и предрассудки находятся под видом исчезновения, идеальный портрет, которое писало общество в начале 20 века устал, все прекрасны по-своему независимо от социальных факторов. В последствии в 2013 году был проведен опрос, где 45% опрошенных заявили, что особенности гендерной принадлежности не обуславливаются физиологическими факторами. Уже в 2014 году Фейсбук (Meta Platforms inc. Запрещенная на территории Российской Федерации) предложил своим пользователям 58 опций половой самоидентификации³. Австралийцы, которые затрудняются с самоидентификацией не могут отнести себя ни к одной половой принадлежности, теперь получают документы с пометкой X. Факторные поведенческие паттерны поколения «z» своим примером доказывают обратное, что гендер может быть таким же аналогичным, как, например: цвет волос и т.д. Индустрия молниеносно реагирует на задаваемые тенденции в обществе, поскольку, поколение «z» будущее экономически-активное население, по этому корпорации готовы пойти на многое, чтобы увеличить свой капитал, в том числе использовать человеческие ресурсы и ис-

треблять природные ископаемые. 70% опрошенных заинтересованы в гендерно-нейтральной одежде. Люди до 20-ти лет больше заинтересованы в покупке вещей, которые не принадлежат их полу, а другая часть опрашиваемых заявила, что не инфицирует одежду по половому признаку. Компании взяли курс на рынок Азии, где выяснилось, что количество запросов о «бесполой» одежде превышает отметку в два раза. В настоящее время это заметно по продаже сумок среди мужского населения, что предполагает заинтересованность в одном из способов инвестирования. Ресейл платформы, которые занимаются перепродажей люксового сегмента, сообщили, что продажи по половому признаку равномерны. «Гендерная амбивалентность» - является одним из наиболее актуальных ориентиров последних нескольких лет, которая выступает за постфеминизм, который дает женщинам суверенитет, чтобы снять навязанные стереотипы адаптивной красоты, таких как: процедуры красоты, которые идут в противовес своему здоровью, не удобная обувь, открытая одежда. Мужская мода выбрала свой путь эволюции, избавившись от концепции токсичной маскулинности, как единственной «верной» модели поведения, склоняясь к новым оригинальным решениям. Маркетологи переосмыслили мужскую моду, и стали курировать дизайнеров в сторону блуризации гендерных различий и стереотипов. Производя вещи, полагаясь, что они будут хорошо сидеть и на мужчинах, и на женщинах с минимальными затратами. Если в начале 20 века эта мода была вызовом, вспомнив, тот же самый брючный костюм, которые носили такие знаменитые женщины, как: Марлен Дитрих, Коко-Шанель подчеркнув новые возможности женщины, но и волну эмансипации. Множество модных домов начинает менять фасоны одежды, цвет одежды и саму ткань, строчки тем самым размывая границы гендера с помощью материалов, но единственной неизменной вещью остались пуговицы, которые до сих пор пришиваются по Средневековым канонам, которые обуславливали своим положением в обществе и принадлежности к сословию. В странах Африки, а в частности Кении, стали создавать коллекции основываясь исключительно на «гендерных» тканях, такие как шелк, который исключительно рассматривается в женской одежде, но со временем местные бренды пересмотрели свою позицию и начали выпускать мужскую одежду на основе шелка. Привнося в моду *oversize*, дизайнеры окончательно закрепили моду на бесполоую одежду на ближайшее десятилетие. Одним из таких Дизайнеров является Демна Гвасалия. Грузинский дизайнер разделяет общество на до и после. В своих коллекциях для «Balenciaga», он приглашает совершенно нетипичных моделей, которые показывают совершенно нетипичную одежду для мужчин и для женщин начиная от скотча заканчивая изолентой. Подход к теме гендера у дизайнеров разниться, например Британский дизайнер одежды Джон Гальяно, экспериментирует в своей манере и снимает в своих коллекциях Maison Margiela андрогинных моделей, которые выглядят совершенно нейтрально. Джонатан Андресон был одним из первых дизайнеров, кто в 2009 году выпустил на подиум мужчин в мини-платях. Он не отождествляет свое творчество с андрогинностью, целью которого его работы служило, чтобы вещи одинаково подходили всем независимо от пола и расы. Его последователем в дальнейшем станет Алессандро Микеле, который оживит этот

тренд на месте креативного директором дома «Gucci», и привнесет в моду не только человеческие особенности, как до этого момента делал Том Форд с его провокационными кампейнами, а «муз» и «мифических существ» балансируя грань реальности и мира грез. Конвергенция во всем определяет современный мир, если говорить о географической принадлежности или моде. Наделяя вещь изначально гендерно-нейтральными признаками, в которую общество вкладывает тот или иной смысл независимо от всех ее признаков. По крайней мере в настоящий момент можно освободить себя от оков покупая белую футболку в магазине не смотря на этикетку, и не думая: «мужская или женская?».

¹ Коротяева.Т.В., М.Г.Шаталина Мода в социально-экономическом пространстве молодежи // Экономика и предпринимательство. - 2024. - № №6. - С. 259.

² Barry Waiters David Bowie, Sexuality and Gender: A Rebel Who Changed the Face of Music / Barry Waiters // Billboard : [сайт].URL:<https://www.billboard.com/music/features/david-bowie-sexuality-gender-rebellion-changing-music-6843021/> (дата обращения: 24.05.2024).

³ Наталья Райбман Сергей Смирнов Facebook предложила пользователям 58 полов на выбор / Наталья Райбман Сергей Смирнов // Ведомость: [сайт]. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2014/02/14/facebook-rasshiryaet-profil-polzovatelej> (дата обращения: 26.05.2024).

EXPRESSING GENDER IDENTITY THROUGH FASHION

© 2024 Balashova Ekaterina Valeryevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: plov19@inbox.ru

Keywords: gender, fashion, human gender, androgyny, gender ambivalence.

The article is devoted to fashion without gender differences in order to study the definition of gender identity and self-expression. Different time stages are considered through the prism of reflecting gender identity in the fashion world.

* Scientific adviser – **Korotaeva Tatiana Vasilievna**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Psychology, Samara State University of Economics.

ЯПОНСКАЯ АНИМАЦИЯ: БЛАГОПРИЯТНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОДРОСТКОВ

© 2024 Бордакова Софья Александровна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: cony.bordakova.com@gmail.com

Ключевые слова: японская анимация, позитивное влияние, подростковый период, хобби, личность, социум, сенен, повседневность, популярные деятели.

В статье рассматривается японская анимация, история ее возникновения, основатель данного вида искусства. Анализируется влияние аниме на человека в подростковый период. Приведены примеры людей и повлиявших на них произведений. Объяснена причина, почему именно этот вид мультипликации и какие именно жанры оказывают положительное влияние.

В последние 5-6 лет, в России японская анимация стремительно набирало популярность и стало массовым продуктом, особенно среди подростков. Сериалы, фильмы, комиксы и прочие виды искусства, что каким-либо образом набирают охват влияя тем самым на массовую культуру были всегда, однако среди подростков и той части общества, что внимательно следит за трендами и модой, открыли для себя японскую мультипликацию. Конечно, этот вид искусства существует уже давно и большинство людей были ознакомлены с ним через мультфильмы от автора Хаяо Миядзаки¹. Для начала рассмотрим сам термин, Аниме² от англ. animation - «анимация». Произведения называемые аниме чаще основываются на ранобе или манге, но бывают и оригинальные произведения. Ранобэ³ – это японские романы, манга⁴ – это комиксы или графические романы, происходящие из Японии, большинство которых рисуются в черно-белом варианте.

В чем же заключается исключительность и особенность японской анимации? Очень многие современные психологи озадачились этим вопросом, в силу того, что феномен японского аниме распространился на весь земной шар. Тому есть отчасти объяснение. Во-первых, качество анимации и увлекательные сюжеты, которые воспринимаются всеми возрастными уровнями увлекающейся анимацией аудитории людей. Во-вторых, детальный подход японского сюжета аниме под конкретные слои населения, будь то домохозяйки либо офисные работники, школьники либо их родители, либо просто люди из социально-состоятельного слоя людей не бедных и самодостаточных в этой жизни. В-третьих, аниме из Япо-

* Научный руководитель – **Коротяева Татьяна Васильевна**, кандидат исторических наук, доцент кафедры социологии и психологии, Самарский государственный экономический университет.

нии, имеет свою изюминку и национальный колорит японской самобытной культуры, черпающие из истории народностей традиционного образа жизни и многочисленных философско-духовных учений. Под каждую социальную группу найдется свой анимационный мультфильм, отражающий актуальные мысли и способны при этом развлечь.

Запоминающийся стиль рисовки аниме зародился еще в начале 20 века. В то время Япония и сами японцы брали все что их интересовало с запада, в том числе и западную технику мультипликации. Первые серьезные шаги над созданием анимации были сделаны лишь в 1958 году. Основателем стал доктор философии и великий аниматор Осаму Тэдзука. Большинство техник упомянутого аниматора было заимствовано из анимации студии Уолта Диснея. Самая выделяющаяся из них непропорционально большие глаза, для более ярких и понятных выражений эмоций персонажей. Первое и главное творение Осаму Тэдзуки «Астробой» вдохновлен образом Микки Мауса и кота Феликса. Конечно, теперь аниме не сильно напоминает диснеевский стиль, чем популярней оно становилось, тем больше находило отклика в других людях, приобретая больше авторов, анимационных студий, зрителей. Японская анимация развила много жанров и охватила не только детскую, но и всю остальную аудиторию. За это время вектор развития аниме сменился с традиционного, в виде мифов, легенд и сказок, на более привычный. Классические костюмы и уклон в мифологию с языческими верованиями сменились гиперболизированными образами героев и злодеев, динамичным повествованием и победой роботизации над органикой.

Творческая деятельность в любом ее исполнении, будь то картина книга или музыка, так или иначе влияет на психологию личности, но есть такие возрастные группы что более подвержены влиянию, это дети и подростки. Мы рассмотрим именно подростковый период. В период подросткового развития личность начинает приобретать черты «взрослости» как в физиологическом аспекте развития тела, так и в психологическом – осознание своего «эго», саморазвитие и самооценка, которые формируют целостное восприятие подростком окружающего мира и своей роли в нем. Формирование индивидуальности и самобытности у подростков чаще выражается через стремление подражания своим кумирам, через осваивание новых увлечений и хобби, путем поиска и вступления в группы людей - соратников по совместному увлечению. Японская анимация – это популярное у современной юной молодежи увлечение. В этой работе авторы попытаются рассмотреть ее положительные черты влияния на психику подростка и определить ее позитивный уровень в целом.

Многожанровость в стиле аниме присутствует во всем своем многообразии. Несмотря на присутствие в сюжете фантазийности, во многом все же присутствует человеческое восприятие жизни у героев аниме (не надо забывать, что герои аниме не только люди, а чаще наоборот – это сказочные, мифические существа, их трагически-гротеское ощущение окружающего мира, во многом враждебного и страшного для них из-за неясности, неопределенности и непонимания окружающих процессов и событий, во многом вызывает у подростков отклик и симпатию к главным героям, т.к. у них те же чувства и ощущения. Положитель-

ного момента и позитива в развивающихся в аниме сюжетах, тоже хватает. Главные герои аниме чаще всего преодолевают трудности бытия, умеют лидировать в соперничестве и выходить победителями в борьбе, что, в свою очередь, влияет на восприятие окружающего мира со стороны подрастающего поколения, т. к. манера подражания и ассимиляция молодежи по отношению к своим кумирам позволяет приобретать правильные навыки в реальной жизни.

Сравнивая или ассоциируя себя с героями произведения, зритель невольно задумывается о своих возможностях, главный герой, как и любой человек с чего-то начинал и далеко не всегда удачно, и все же он не остановился, что дает заряд вдохновения, мотивации, побуждая зрителя тоже пройти этот путь самосовершенствования.

Жанр японской анимации «повседневность», менее динамичный, но более приземленный. Аниме этого жанра повествуют нам быт главного героя. Казалось бы, что интересного в рутине, походе в школу или в универ, однако самое ценное в таких сюжетах это социум. То, как персонаж адаптируется, находит друзей, приобретает новые навыки учась чему-то новому и просто спорит с родителями. Зритель, взглянув на такого же подростка, как и он сам, найдет для себя свои ценности или, к примеру заразится идеей играть на гитаре чтобы собрать свою группу. Именно в подростковом возрасте мы знакомимся с людьми что становятся нашими друзьями на долгое время, а происходит это как раз в нашей повседневности в группе людей, которую человек видит чаще всего.

Нельзя обойти и стремление подростка найти сообщников, людей, которые разделяют с тобой общие интересы, тем самым сближая людей, становя их в приятельский или дружеский статус. Так по словам автора научной статьи «Молодежь как социально-демографическая группа и ее ценностные ориентации» Коротасовой Т. В.: «...вследствие постоянных изменений, происходящих в обществе, человек сталкивается с проблемой выбора социальных ориентиров и ценностей, причем, молодежь ощущает данную проблему гораздо ярче вследствие свойственной для людей этого возраста эмоциональной неустойчивости.»⁵

Как раз-таки аниме, что обрело сильную популярность в последние годы объединяет людей, а в частности подростковую группу, охватывая совершенно разных личностей, с совершенно разными хобби и вкусами.

Музыкант Канье Уэст и аниме фильм «Акира». Когда в начале 90-х в Америке начали показывать культовое аниме «Акира» молодой Канье Уэст еще ходил в школу. «Акира» - это киберпанковская классика режиссера Кацухиро Тома, которая во многом открыла мир аниме взрослым. Его влияние не только на мультипликацию, но и вообще на современную массовую культуру огромно.

Например, создатели «очень странных дел» или игры «киберпанк 2077» или фильма «матрицы», называли «Акиру» своим вдохновением. Как Канье Уэст сам потом признавался это произведение и вовсе перевернуло его жизнь. Он много раз выходил в интернет для того, чтобы рассказать о том, как любит этот фильм.

Один его клип был сделан буквально как аниме «Акира». Клип «Stronger» 2007 года Канье сделал очень похожим на свое любимое аниме. Песня «Stronger» была, той самой песней, которая превратила его в поп-звезду.

Конечно, примеров популярных деятелей на которых повлияла японская анимация не мало. Это показывает, какое на самом деле огромное влияние оно оказало как на массовую культуру, так и на обычных подростков разных стран. Каждый может выбрать что-то свое благодаря разнообразию и доступности. Может обсудить выбранные произведения со сверстниками, не показавшись странным, поскольку это на волне моды и трендов. Заинтересоваться той или иной темой, погрузится в чужую культуру или даже внести вклад в научную деятельность.

¹ Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. 2-е изд. М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. 396 с. ISBN 5-901631-01-3.

² Катасонова, Е. Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах : Очерки современной японской массовой культуры / Е. Л. Катасонова. М. : Восточная литература РАН, 2012. 357 с. ISBN 978-5-02-036522-3.

³ Scott J. Miller. Historical Dictionary of Modern Japanese Literature and Theater. Scarecrow Press, 2009. P. 61.

⁴ Gregory Bergman, Josh Lambert. Geektionary: From Anime to Zettabyte, An A to Z Guide to All Things Geek. Adams Media, 2011.

⁵ Коротаяева Т. В., Аскаров, Р. Р. Молодежь как социально-демографическая группа и ее ценностные ориентации / Р. Р. Аскаров, Т. В. Коротаяева // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2023. № 1(77). С. 263-267. EDN SATQUC.

JAPANESE ANIMATION: A BENEFICIAL EFFECT ON TEENAGERS

© 2024 Bordakova Sofya Alexandrovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: cony.bordakova.com@gmail.com

Keywords: Japanese animation, positive influence, adolescence, hobby, personality, society, shounen, everyday life, popular figures.

The article examines Japanese animation, the history of its origin, and the founder of this art form. The influence of anime on a person in adolescence is analyzed. Examples of people and the works that influenced them are given. The reason why this particular type of animation and which genres have a positive impact is explained.

* Scientific adviser – **Korotaeva Tatiana Vasilievna**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Psychology, Samara State University of Economics.

МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ДЕТЕЙ С ЗАДЕРЖКОЙ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© 2024 Фурочкин Евгений Викторович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: Evgen.swc@mail.ru

Ключевые слова: дети с задержкой развития, льготы, государство, поддержка, меры.

В статье рассмотрены факторы поддержки государством детей с особенностями, льготы, которые есть у детей с особенностями развития в Российской Федерации.

Одной из основных задач правительства Российской Федерации является создание благоприятных условий для жизнедеятельности и жизнеобеспечения граждан. Для этого принимаются различные меры по оказанию помощи людям, которые в тот или иной момент жизни попали в сложную ситуацию. Конечно же, первостепенной задачей можно назвать заботу о растущем поколении, ведь выходцы из него будут строителями будущего для нашей страны. Именно поэтому самое пристальное внимание касательно мер поддержки населения уделяется детям и их родителям. В частности, детям со сложностями развития.

Важность оказания помощи детям с задержкой развития обусловлено в первую очередь банальными правами, присущими любому ребенку при рождении, а также и декларациях о всеобщих правах человека. Как показывает анализ данных Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, за крайние несколько лет наблюдается рост детей со сложностями развития в стране. Чем раньше государство начнет принимать меры по оказанию помощи детям с задержкой развития, тем максимально возможным в лучшую сторону окажется результат коррекционной работы и как следствие – удаление дефектов развития или снижение их до минимума в детей. Принимать помощь от государства для семей с детьми, у которых наблюдается задержка в развитии – чуть ли не единственный выход реабилитировать ребенка и дать ему светлое будущее для многих родителей. Это некие гарантии со стороны государственного аппарата, что ребенок с задержкой развития может жить наравне с «нормальными» детьми. Российское законодательство занимается регулированием прав и различных льготных аспектов, касающихся детей с особенностями развития. Для того, чтобы на регулярной основе имею возможность эти льготы от государства получать, родители детей должны обратиться в орган, занимающийся социальной за-

* Научный руководитель – **Ургалкин Юрий Алексеевич**, доктор философских наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

щитой населения. Данный орган направит родителей с ребенком на медицинско-социальную комиссию с целью заключения специалистов, в какой именно помощи нуждается дитя

Государственный аппарат Российской Федерации полностью отвечает и несет ответственность за детей с проблемами развития. Высшие органы берут на себя ношу – полностью обеспечивать социальной защитой эту группу населения. Это нужно для того, чтобы, насколько это возможно, создать в стране равенство между гражданами и различными группами населения. В общем, вопрос, затрагивающий меры поддержки и льготы от государства для детей с особенностями развития, очень важен. Не только как государственный, но и как общественный в целом.

Рассмотрим основные льготы, которые есть у детей с особенностями развития в Российской Федерации:

1. Во-первых, это, конечно же, бесплатная помощь со стороны медицинских учреждений и врачей;
2. Ребенок с задержкой развития может претендовать на определенную льготы в виде пенсии;
3. Родители или опекуны детей с задержкой развития могут тоже иметь льготы в виде снижения налогового процента на заработную плату;
4. Возможность на организацию индивидуального подхода в процессе обучения;
5. Существуют также льготы на проезд на общественном транспорте и на некоторые услуги жилищного плана.

Важным фактором поддержки государства детей с особенностями развития является диагностика. С помощью этого еще на самых ранних этапах задержки становится возможным ее выявление и, соответственно, решение о принятии определенных мер по оказанию специальной коррекционной помощи таким детям. Государство всячески старается помогать родителям детей с задержкой в развитии. Это играют важную роль в мерах государственной поддержки для данной группы населения. Родителям и опекунам предоставляются дополнительные льготы, материальные выплаты, различные пособия и т.д. Нельзя не отметить и тот факт, с каким учредим и ответственностью государство подходит к строительству дополнительных объектов образовательных учреждений, к найму персонала и прочего, направленного на коррекцию дефектов развития у детей. Специализированные учреждения также обеспечиваются и рядом специальных программ обучения и реабилитации таких детей. С ними работают высококвалифицированные специалисты различных направлений. Ранее мы говорили о таком аспекте, как инклюзивность образовательного процесса в современном мире. Так вот это тоже заслуга государства и его поддержки. Это помогает интегрировать ребенка с задержкой в развитии в общество, чтобы он постепенно чувствовал себя его (общества) частью и был наравне с другими детьми. В крайнее время в современном Российском обществе складываются определенные мероприятия по поддержке детей с задержкой развития в процессе сопровождения психологами и педагогами.¹

Процесс сопровождения – это динамика, деятельность наставника ребенка с задержкой развития во временном промежутке. Он включает в себя:

1. Постоянное консультирование детей и их родителей/опекунов по поводу ситуации с улучшением или ухудшением развития;
2. Создание благоприятных условий для наиболее комфортной социализации детей в социуме;
3. Систематический мониторинг динамики психического развития особенных детей;
4. Периодическое составление клинической картины состояния ребенка;
5. Помощь в адаптации детей с особенностями развития в социуме.

В общем и целом, в Российской Федерации существует множество мер поддержки группы населения, которая так или иначе столкнулась с задержкой развития у детей. Но эти меры нужно совершенствовать и модернизировать для наилучшего эффекта.²

Возможно, стоит обратить внимание на повышение квалификации, на обучение людей, которые занимаются дефектно-коррекционной работой с особыми детьми. Возможно, интегрировать в работу знания и технологии иностранных центров, занимающихся данной проблематикой.³

Главное – не останавливаться и продолжать улучшать в нашей стране помощь таким детям и их родителям. Только в таком случае и при таком раскладе можно оказать полноценную поддержку детям с задержкой развития, помочь им чувствовать себя полноценной частью общества.

¹ Бабкина Н. В. Современные тенденции в образовании и психолого-педагогическом сопровождении детей с задержкой психического развития // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – СПб. - 2021.

² Кочеткова Н.В. Социологическое исследование положения и роли молодой семьи в современном российском обществе. В сборнике: Российская наука: актуальные исследования и разработки. Сборник научных статей XIII Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях. Редколлегия: С.И. Ашмарина, В.А. Пискунов (отв. редакторы) [и др.]. Самара, 2022. С. 203-206.

³ Иванникова Е.В., Кочеткова Н.В. Социальное сиротство как явление современного российского общества. В сборнике: Социальная несправедливость в социологическом измерении: вызовы современного мира. Сборник материалов. 2018. С. 47-49.

MEASURES TO SUPPORT CHILDREN WITH DELAYED DEVELOPMENT IN MODERN RUSSIA

© 2024 Furochkin Evgeniy Viktorovich*

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: Evgen.swc@mail.ru

Keywords: children with developmental delays, benefits, government, support, measures.

The article examines the factors of state support for children with special needs, the benefits that children with special needs have in the Russian Federation.

* Scientific adviser – **Urgalkin Yuriy Alekseevich**, Doctor of Philosophy, Professor, Samara State University of Economics.

ТРУДНОСТИ ИЗМЕРЕНИЯ УРОВНЯ ДОХОДА РЕСПОНДЕНТОВ В МАССОВЫХ ТЕЛЕФОННЫХ ОПРОСАХ

© 2024 Ходыкин Александр Владимирович
кандидат социологических наук, преподаватель
кафедры социологии и психологии
Самарский государственный экономический университет
E-mail: a.khodykin@socio-fond.com

Ключевые слова: телефонные опросы, измерение, уровень дохода, методика, анкета, шкалы, социально-демографические характеристики.

В статье проанализировано три основных способа измерения уровня дохода респондентов в массовых телефонных опросах: 1) вопросом о потребительском статусе; 2) вопросом о среднем доходе на каждого члена семьи и 3) вопросом о самооценке материального положения. Автор в своей исследовательской практике отдает предпочтение второму способу. Однако можно констатировать, что оптимального решения проблемы измерения уровня доходов респондента поллстерами пока не найдено.

Измерение уровня дохода является неотъемлемой частью социально-демографического блока в большинстве массовых социологических опросов на различную тематику. Наряду с полом, возрастом, родом занятий и типом населенного пункта уровень дохода формирует социально-демографический профиль респондентов и используется как дифференцирующий фактор при анализе опросных данных.

Однако по сравнению с другими социально-демографическими показателями измерение уровня дохода сопряжено с большими методическими трудностями.

Во-первых, прямой вопрос о заработках является в некоторой степени сенситивным, поскольку не каждый респондент готов рассказывать незнакомому человеку (интервьюеру) о своих доходах¹. В исследовательской практике нормальным считается получение 5-10%% отказов при ответе на данный вопрос². О доле неискренних ответов мы можем только догадываться.

Во-вторых, дискуссионным остается вопрос о том, что считать доходом и как он соотносится с материальным достатком как показателем уровня жизни. Доход в денежном выражении может не соответствовать уровню жизни человека, примером чему служит исследование уровня бедности под руководством М.К. Горшкова и Н.Е. Тихоновой³, где авторы изучили принципиальную разницу бедности «по доходам» и «по лишениям»: условно говоря, человек может получать довольно высокую зарплату и испытывать при этом значительные материальные трудности из-за больших трат на лекарства, наличия родственников с зависимостями, жизни в труднодоступных местах или большого числа иждивенцев. Иными словами, для определения уровня достатка респондента знать его расходы не менее важно, чем доходы.

В-третьих, измеряющие достаток вопросные формы либо не отражают уровень расходов респондентов, либо страдают чрезмерным субъективизмом, отражая не столько реальный уровень жизни, сколько его восприятие и оценку участниками опроса.

И наконец, довольно сложно операционализировать уровень дохода и подобрать удовлетворительную вопросную форму и шкалу измерения, которая была бы достаточно краткой, минимально сенситивной для респондента и максимально объективно отражающей его материальный достаток. Ни одна из существующих ныне форм измерения этого признака не предлагает хорошего решения этой задачи.

Процедура телефонного опроса еще сильнее осложняет измерительную задачу по сравнению с методами опросов face-to-face, поскольку при телефонном разговоре респондент воспринимает и вопросы, и варианты ответов на слух, следовательно, применение длинных и сложных формулировок не допускается: карточку с вариантами респонденту не покажешь.

Поскольку прямо спрашивать людей, сколько они зарабатывают в месяц, недопустимо, опросным компаниям приходится изобретать различные операционализации уровня дохода, которые в целом сводятся к измерению тремя способами.

Первый способ. Вопрос о потребительском статусе. Используется ФОМом, долгое время использовался ВЦИОМом и другими исследовательскими компаниями, в том числе и самарским Фондом социальных исследований (ФСИ) при участии автора этого текста. Самая распространенная его вопросная форма такова (в таком виде и мы его использовали в ФСИ):

«Какое из перечисленных описаний точнее всего соответствует материальному положению вашей семьи?»

- 1 Денег не хватает даже на питание;*
- 2 На питание денег хватает, но не хватает на покупку одежды и обуви;*
- 3 На покупку одежды и обуви денег хватает, но не хватает на покупку крупной бытовой техники;*
- 4 Денег вполне хватает на покупку крупной бытовой техники, но мы не можем купить новую машину;*
- 5 Денег хватает на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира, дом;*
- 6 Материальных затруднений не испытываем, при необходимости могли бы приобрести квартиру, дом;*
- 99 Затрудняюсь ответить (не зачитывается респонденту);*
- 100 Отказ (не зачитывается респонденту)».*

Преимуществами такого вопроса являются возможности 1) уйти от запроса конкретных сумм, даже в диапазонах воспринимаемого респондентами сенситивно, 2) измерить доходы в сочетании с расходами, что позволит точнее говорить об уровне достатка респондента и 3) разделить респондентов на 6 или после объединения шкалы при анализе результатов на 3 основные страты по достатку, что удобно для анализа признака в качестве дифференцирующего фактора.

В то же время недостатков у такого способа оказывается слишком много, особенно в телефонных опросах, из-за чего и ВЦИОМ, и ФСИ вынуждены были отказаться от такой вопросной формы. Во-первых, шкала потребительского статуса часто не совпадает с потребностями и тратами респондентов, из-за чего ответы слишком часто не попадают в шкалу вариантов, особенно в случае респондентов пожилого возраста. Прослушивание интервью опосов ФСИ выявило такие ответы респондентов: *«мне на одежду, на питание хватает – на лекарства не хватает, лекарства очень дорогие, вот проблема»*; *«да, нормально живем – вроде на все хватает»*; *«да, на квартиру хватает, у меня своя квартира и дача есть»*. В результате интервьюерам слишком часто приходится повторять варианты ответа, давать пояснения, задавать уточняющие вопросы, что повышает нагрузку и на интервьюеров, и на респондентов, нередко вызывая раздражение последних. Во-вторых, вопрос с трудом воспринимается на слух из-за большой длины вариантов ответа, в результате чего их часто приходится повторять. В следствие таких ситуаций на этот вопрос по итогам измерения 1600 интервью массового всероссийского опроса уходило в среднем 66,7 секунд, т.е. больше минуты при длине анкеты в 12 минут. В-третьих, тщательное прослушивание интервью показало, что респонденты, столкнувшись с трудностями при восприятии вопроса, но не желая переспрашивать (возможно, стесняясь), выбирали произвольный вариант.

Второй способ. Вопрос о среднем уровне дохода каждого члена семьи респондента. В телефонных опросах ФСИ этот вопрос задается в формулировке:

«Укажите, пожалуйста, хотя бы приблизительно, какой ежемесячный доход в среднем приходится на каждого члена Вашей семьи?»

Варианты зачитываются только респондентам, которые затрудняются дать ответ без них. В случае необходимости интервьюеры поясняют респонденту, что для расчета среднего ежемесячного дохода на каждого члена семьи нужно сложить все доходы семьи респондента и разделить на количество ее членов.

1 12 000 руб. и менее;

2 12 001–30 000 руб.;

3 30 001–70 000 руб.;

4 свыше 70 000 руб.;

98 Затрудняюсь ответить (не зачитывается респонденту);

99 Отказ (не зачитывается респонденту)».

Преимуществами такой формулировки являются простота ее восприятия на слух и краткость зачитываемого текста, обычно не требующего озвучивать варианты – в среднем на этот вопрос, по данным всероссийского опроса 1000 респондентов, уходит 26,4 секунды, что в 2,5 раза меньше, чем на вопрос о потребительских статусах.

В то же время и такую вопросную форму нельзя назвать идеальной и даже хорошей из-за трех ее принципиальных недостатков. Во-первых, за пределами измерения остаются расходы респондента, в результате чего мы не видим «бедности по лишениям», за исключением той, что вызвана большим числом находящихся на иждивении респондента членов его семьи. Во-вторых, на респондента

возлагается дополнительная нагрузка по расчету средних значений, что вызывает трудности у некоторых респондентов. В-третьих, вопрос в такой форме запрашивает данные о конкретных доходах в денежном выражении, что делает его более сенситивным по сравнению с вопросом о потребительских статусах. Из-за этого число отказов при переходе на данный вопрос значительно выросло с 7% до 12%.

В целом же переход от измерения потребительских статусов к измерению доходов в реальном денежном выражении не изменил ни соотношения долей высоко-, средне- и низкодоходных групп, ни их социально-демографические характеристики, но позволил радикально сократить затрачиваемое время на измерение данного признака и число непониманий респондентами сути вопроса. Такие результаты позволяют утверждать, что новая вопросная форма о доходах в денежном выражении работает в массовых телефонных опросах, как минимум, не хуже вопроса о потребительских статусах.

Третий способ. Вопрос о самооценке материального положения. На этот вопрос в своих телефонных опросах перешел ВЦИОМ. Они задают его в такой формулировке:

«Как бы Вы оценили в настоящее время материальное положение Вашей семьи – Вас и Ваших родственников, постоянно проживающих вместе с Вами?»

1 очень хорошее;

2 хорошее;

3 среднее;

4 плохое;

5 очень плохое;

99 затрудняюсь ответить/отказ (не зачитывается респонденту)».

Очевидными преимуществами такого вопроса являются краткость и простота его формулировки. У нас нет данных о среднем времени, затрачиваемом на этот вопрос, но оно, очевидно, меньше, чем требуемое на вопрос о потребительском статусе. Такая формулировка позволяет избегать разговора о доходах в денежном выражении, что снижает сенситивность вопроса и в сочетании с его простотой радикально снижает долю затруднившихся и отказавшихся отвечать: по данным последнего на момент написания этой статьи опроса ВЦИОМ-Спутник от 12 сентября 2024 года⁴, доля затруднившихся/отказавшихся составила лишь 2%, что принципиально меньше, чем у любых других вопросов о доходе.

В то же время у такого вопроса есть принципиальный недостаток – его радикальный субъективизм. Результаты измерения показывают не реальные доходы респондентов, а их восприятие в соответствии со своими жизненными стандартами, т.е. в результате получаемые данные свидетельствуют не о доходах респондентов, а о финансовом аспекте их социального самочувствия: неудовлетворенные жизнью респонденты склонны давать более пессимистичные оценки своему финансовому положению, чем те, кого все устраивает. Наши исследования показывают устойчивую взаимосвязь восприятия внешних событий с оценками собственного финансового положения и его динамики⁵. Кроме того, признание материального положения своей семьи «плохим» или «очень плохим» психологически трудно для многих респондентов, особенно для состоящих в браке мужчин,

поскольку в условиях социального давления традиционных гендерных ролей оно означает признание в собственной несостоятельности как главы семьи, что очень болезненно для прошедших гендерную социализацию в условиях патриархального общества российских мужчин, которые скорее предпочтут назвать материальное положение «средним». В сочетании с общим влиянием регрессии к среднему это может привести к смещениям в ответах респондентов.

Таким образом, кажущаяся тривиальной и актуальная вот уже несколько десятилетий задача валидного измерения уровня дохода респондентов все еще ждет своего лучшего решения. Применяемые сейчас опросными организациями вопросы формулировки имеют слишком много недостатков.

¹ Рогозин Д., Мануильская К., Климов И. Тестирование вопросов о доходе // Социальная реальность. 2006. №11. С. 103-115.

² Мягков А.Ю. Сенситивные исследования: опыт ретроспективного анализа и концептуализации // Социологический журнал. 2023. Том 29. № 3. С. 8-28. DOI: 10.19181/socjour.2023.29.3.1 EDN: BKJOVE

³ Бедность и неравенства в современной России: 10 лет спустя // Аналитический доклад ИС РАН. М.: 2013. – 168 с.

⁴ Наиболее престижные и доходные профессии: мониторинг // Аналитические обзоры ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/naibolee-prestizhnyie-dokhodnye-professii-monitoring> (дата обращения: 14.09.2024).

⁵ Звоновский В.Б., Ходыкин А.В. Восприятие российским общественным мнением экономических изменений после начала российско-украинского конфликта // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. №4. С. 3-29. DOI: 10.14515/monitoring.2023.4.2372.

DIFFICULTIES IN MEASURING THE INCOME LEVEL OF RESPONDENTS IN MASS TELEPHONE SURVEYS

© 2024 Khodykin Alexander Vladimirovich
Candidate of Sociological Sciences, Lecturer at the Department
of Sociology and Psychology
Samara State University of Economics
E-mail: a.khodykin@socio-fond.com

Keywords: telephone surveys, measurement, income level, methodology, questionnaire, scales, socio-demographic characteristics.

The article analyzes three main ways to measure the income level of respondents in mass telephone surveys: 1) the question of consumer status; 2) the question of the average income for each family member and 3) the question of self-assessment of the financial situation. The author prefers the second method in his research practice. However, it can be stated that a good solution to the problem of measuring the respondent's income level by pollsters has not yet been found.

УДК 811

Код РИНЦ 16.00.00

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ «TRAINING»: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОМИНАТИВНЫХ ЕДИНИЦ

© 2024 Белякова Ольга Владимировна

кандидат филологических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: olgabel5893@yandex.ru

Ключевые слова: англоязычный лингвокультурный сценарий, номинативные единицы, именные структуры, однословные и двухсловные словосочетания, суффиксация.

Статья посвящена рассмотрению средств языковой объективации англоязычного лингвокультурного сценария «Training» и описанию особенностей его структуры и семантики. Выявлено, что номинативные единицы именного типа наиболее популярны, они представлены однословными и двухсловными словосочетаниями. Особенностью сценария является широкое использование наименований действующих лиц, а также прилагательных, описывающих навыки и умения участников обучения и качества окружающих предметов. Также было выявлено достаточно широкое использование трехсловных именных языковых единиц с базовым именем существительным, позволяющим точнее передать структуру объекта номинации.

Лингвокультурные сценарии давно находятся в центре внимания современной лингвистики. Особый интерес представляют иноязычные сценарии лингвокультуры, поскольку для успешной профессиональной деятельности и эффективных международных контактов необходимо уметь строить иноязычное высказывание, которое бы соответствовало норме и узусу речи¹.

Среди разнообразных лингвокультурных сценариев особо выделяется сценарий «Training» по причине того, что всем сотрудникам приходится неоднократно проходить обучение и переподготовку как в учебных заведениях, так и непосредственно в ходе своей трудовой деятельности. Соответственно, предварительное изучение вышеупомянутой темы в рамках сценария повысит эффективность коммуникации на иностранном языке.

Для достижения цели сценария, заключающейся в выявлении особенностей структуры и семантики изучаемого сценария, были поставлены следующие задачи: описать элементы структуры сценария, классифицировать номинативные единицы и определить их структурно-семантическое своеобразие.

Отметим, что основной языковой единицей сценария является номинативная единица, представляющая собой наименование фрагмента экстралингвистической реальности². Сценарий организован в виде блоков, характеризующих различные стороны сценария:

I. Characters/действующие лица (*freelancers/фрилансеры; an apprentice/подмастерье; colleagues/коллеги*);

II. Actions/действия (*to obtain a degree/получить степень; to take up a post/занять должность*);

III. Skills/навыки (*polite/вежливый; flexible/гибкий*);

IV. Types of training/виды подготовки (*vocational training/профессиональная подготовка; blended learning/смешанное обучение; an internship/стажировка*);

V. Organisations/организации (*a university/университет; an enterprise/предприятие; student associations/студенческие ассоциации*);

VI. Theories of motivation/теории мотивации (*security needs/потребность в безопасности; labour relations/трудовые отношения*);

VII. Key vocabulary/ключевая лексика (*training/обучение, подготовка; qualification/квалификация*).

Представленное описание свидетельствует о том, что номинативные единицы сгруппированы по тематическому принципу и входят в состав более крупных языковых блоков.

В рамках языкового обеспечения сценария широко представлены цельно-оформленные номинативные единицы. Особенностью данного сценария является частое употребление наименований действующих лиц, которые описывают профессию участников (*a technician/техник; a manager/менеджер*), образованных с помощью агентивного суффикса -er. Существительные, обозначающие предметы и явления, образуются с помощью суффиксов -ment (*employment/занятость; achievement/достижение*), -ion (*rotation/ротация; application/обращение, ходатайство*), -ance (*allowance/довольствие, пособие*), -ive (*an objective/цель*). Подобные номинативные единицы обозначают базовые понятия темы «Training».

Особенностью сценария также является широкое употребление существительных с первым компонентом -self (*self-respect/самоуважение; self-confidence/уверенность в себе*), которые обозначают качества и потребности, формируемые в процессе обучения.

Что касается прилагательных в данном лингвокультурном сценарии, они весьма разнообразны по структуре и семантическому наполнению, что является характерной чертой сценария, связанной с многогранностью самой деятельности по организации и проведению обучения³. Для образования прилагательных в сценарии используются суффиксы -ive (*impressive/впечатляющий*), -al (*professional/профессиональный*), -ant (*relevant/относящийся к делу, соответ-*

ствующий), -ary (*honorary/почетный*), причем такие прилагательные часто характеризуют навыки и умения обучаемых (*effective/эффективный*).

Теперь перейдем к глаголам. Как правило, в сценарии используются глаголы, связанные с обучением (*to educate/давать образование, обучать*), мотивированием (*to motivate/мотивировать*), оцениванием (*to assess/оценивать*), образуемые с помощью суффиксов -ise (*to emphasise/делать акцент*), -fy (*to clarify/прояснять*), -ate (*to graduate/закончить высшее учебное заведение*).

Встречаются среди глаголов сложные слова (*to proofread/корректировать, вычитывать*), позволяющие более точно передать значение слова. Глаголы в данном сценарии применяются для описания последовательности этапов обучения, формирования навыков и умений.

Раздельнооформленные единицы также широко представлены в сценарии. Наиболее распространенной является конструкция N+N (*work place-ment/трудоустройство; university graduate/выпускник университета*), в которой и главным, и зависимым компонентом является существительное. Подобные словосочетания удобопроизносимы, их легко строить и распознавать в процессе построения речевого высказывания, что предопределяет их распространенность в сценарии.

В сценарии также встречаются словосочетания, в которых зависимым компонентом является прилагательное (*flexible employees/работники с гибким графиком работы; human needs/человеческие потребности*). Таким языковые единицы характеризуют качества участников, базовые понятия сценария.

Также в качестве ядерного компонента словосочетания могут использоваться отглагольные существительные (*individual training/индивидуальное обучение; team-building/создание команды*), передающие значение деятельности⁴. Двухкомпонентные номинативные единицы широко используются при описании действующих лиц, учреждений, базовых понятий анализируемой сферы.

Особенностью данного сценария является достаточно частое употребление трехсловных именных словосочетаний (*business degree courses/курсы повышения квалификации в бизнесе; specific learning objectives/специальные учебные цели*), в которых двухсловное словосочетание получает дальнейшее распространение за счет добавления атрибутивного элемента в виде существительного или прилагательного.

Наряду с именными конструкциями, в сценарии находят применение и глагольные выражения, в состав которых входят глаголы и дополнения (*to update skills/обновить навыки; to employ graduates/брать на работу выпускников*)⁵. Подобные конструкции служат для описания основных действий обучаемых студентов и сотрудников.

В целом, анализ структурно-семантических особенностей лингвокультурного сценария «Training» свидетельствует о преобладании именных конструкций в виде однословных и двухсловных номинативных единиц с базовым именем существительным, особенно наименований действующих лиц и разнообразных прилагательных. Допускается дальнейшее распространение двухсловных слово-

сочетаний, за счет чего они способны передавать дополнительные оттенки значения.

¹ Савицкий В.М., Плеханов А.Е. Идиотизм речи (проблемы лексической сочетаемости). М.: МГПУ, 2010.

² Савицкий В.М., Кулаева О.А. Концепция лингвистического континуума. Самара: НТЦ, 2004.

³ Мартынова И.А. Эмоционально-экспрессивный компонент коннотативного комплекса значений лексемы -ish в современном английском языке // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2023. № 2-1. С. 136-142.

⁴ Cotton D., Falvey D., Kent S. Market Leader. New Edition. Upper Intermediate Business English Course Book. London: Pearson Education Limited. 2006.

⁵ Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. New Edition. Macmillan Publishers Limited. 2007.

THE ENGLISH-LANGUAGE LINGUISTIC-CULTURAL SCENARIO «TRAINING»: STRUCTURAL AND SEMANTIC PECULARITIES OF NOMINATIVE UNITS

© 2024 Belyakova Olga Vladimirovna
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: olgabel5893@yandex.ru

Keywords: English-language linguistic-cultural scenario, nominative units, nominative type structures, one-word and two-word phrases, suffixation.

The article analyzes the means of linguistic expression of the English-language linguistic and cultural scenario "Training" and identifies the features of its structure and semantics. The analysis revealed the predominance of nominative units of the nominal type, which are represented by one-word and two-word phrases. A specific feature of the scenario is the widespread use of the names of the actors, as well as adjectives describing the skills and abilities of the participants in the training and the qualities of the surrounding objects. It was also revealed that there is a fairly wide use of three-layer nominal linguistic units with a basic noun, which allows you to more accurately convey the structure of the nomination object.

РЕАЛЬНОСТЬ ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ В ТВОРЧЕСТВЕ С. ДОВЛАТОВА

© 2024 Ефремова Юлия Ивановна
кандидат филологических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: yul-efrem@yandex.ru

© 2024 Анисимова Александра Наумовна
кандидат филологических наук, доцент
Самарский филиал Московского городского педагогического университета
E-mail: 88763@mail.ru

Ключевые слова: категории повседневности, С. Довлатов, поэтика, персонаж, композиция.

Статья посвящена анализу категории повседневности в творчестве С. Довлатова. Авторы выявляют своеобразие и механизмы отражения повседневных реалий на материале повестей «Компромисс» (1981), «Зона» (1982) и «Заповедник» (1983).

Произведения С. Довлатова настолько жизненны, что сложно определить, где граница между фактом и вымыслом, реальностью и художественностью, жизнью и литературой¹. Автор мастерски использует средства конструирования реальности.

«Компромисс» имеет своеобразную структуру: отрывки из газетных статей и случаи из жизни, повлекшие написание этих газетных зарисовок. За строгой формой, языком и стилем газетного текста скрывается поток жизни, состоящей из курьезных случаев, анекдотических ситуаций и человеческих проявлений. С. Довлатову удается создать ощущение «живой» жизни.

Автору интересно показать человеческое в своих героях. Он может написать о лопнувших штанах главного редактора Туронка, об уговаривании отца новорожденного назвать сына Лембитом ради колоритности газетной заметки, о подменном покойнике Хуберте Ильвесе. Для Довлатова нет запретных тем. Его тексты живут: в них герои разговаривают, спорят, «выкручиваются» из сложных ситуаций, но никогда не унывают.

В «Компромиссе» С. Довлатов изображает простых героев. Например, в десятом компромиссе создана целая история жизни журналиста Эрика Буша. История достаточно подробная, как будто Довлатов курирует своего знакомого, по возможности встречаясь или наблюдая за ним на расстоянии. Здесь и совместное проживание Буша и Довлатова, и совместная работа. В общем, необыкновенная история простого человека. Явно и то, что автор симпатизирует своему герою, он

проявляет внимание, помогает в сложных ситуациях: устраивает на работу, дает деньги.

С. Довлатов создает «эффект жизни». Для этого он использует следующие средства создания жизненности: создание реальных ситуаций, передача живого разговора героев и юмор.

Практически во всех произведениях С. Довлатову удается резко погрузить читателя в ситуацию без вводных, подробных объяснений. Читатель, открывая первую страницу, тут же окунается в действительность, пространство, время текста. Например, «Компромисс» начинается следующим образом: «... И остался я без работы. Может, думаю, на портного выучиться? Я заметил у портных всегда хорошее настроение»². Читатель теряет при этом осознание реальной действительности, начинает играть по законам довлатовского текста.

Основу произведений С. Довлатова составляет не строгий, логичный сюжет, а совокупность хаотичных ситуаций, наполненных по большей части диалогами героев. Диалоги, полилоги героев – это один из приемов создания «живого текста»³. Через общение герои максимально проявляют себя, формируя свой образ. Благодаря разговорам художественный текст не просто существует, он еще и звучит.

Жизнь у Довлатова в «Компромиссе» абсурдна. Норма и безумие меняются местами. Норма – это нечто противоестественное, а безумие – объяснимое явление. В связи с этим мир Довлатова полон юмора. Это один из способов выражения отношения автора к жизни. Юмор облегчает восприятие действительности, спасает в трудные минуты. Довлатовский герой шутит беспрестанно. Например, в родильном доме:

– Посторонним сюда нельзя.

– А потусторонним, – спрашиваю, – можно?²

При составлении похоронной речи:

– Отсебятины быть не должно.

– Знаете, – говорю, – уж лучше отсебятина, чем отъеготина (про речь Шаблинского)²

С. Довлатов заставляет шутить и смеяться своих героев. Но этот смех не односторонний. Читатель становится активным участником юмористической ситуации.

Автор стремится достоверно передать созданные ситуации. Совокупность разных по содержанию событий, большое количество героев создают ощущения режима «он-лайн». Повседневность довлатовского «Компромисса» можно охарактеризовать такими признаками, как широкий тематический спектр, простые герои, юмористическое отношение к жизненным ситуациям, доминантность общения героев. Повседневность повести можно назвать рыхлой, это объясняется композиционной разрозненностью произведения, которая не складывается в четкую и цельную картину.

В повести «Зона» С. Довлатов конструирует повседневность в художественном произведении по законам реальной жизни. Автор создает особую реальность

– тюремную, хаотично представляя эпизоды из жизни, описывая совершенно простых людей. «Зона» передает колорит тюремной жизни:

1. Отражение системы ценностей заключенных: «Обыденное становилось драгоценным. Драгоценное – нереальным. Открытка из дома вызывала потрясение. Шмель, залетевший в барак, производил сенсацию. Перебранка с надзирателем воспринималась как интеллектуальный триумф...»².

2. Демонстрация процессов, происходящих в лагере: «Я обнаружил поразительное сходство между лагерем и волей. Между заключенными и надзирателями. Между домушниками-рецидивистами и контролерами производственной зоны. Между зеками-нарядчиками и чинами лагерной администрации, <...> Мы были очень похожи и даже взаимозаменяемы. Почти любой заключенный годился на роль охранника. Почти любой надзиратель заслуживал тюрьмы»².

3. Описание языка заключенных: «По-моему, одно из восхитительных украшений <лагерной жизни> – язык. Законы языкознания к лагерной действительности – неприменимы, поскольку лагерная речь не является средством общения. Она – не функциональна. Лагерный язык менее всего рассчитан на практическое использование. И вообще, он является целью, а не средством»².

Автор «Зоны» передает дух реальной жизни. Ощущение подлинности рождается благодаря мозаичности мини-историй. Они разнообразны и выпуклы. Какие-то из них наиболее яркие (история постановки пьесы на Октябрьские праздники), какие-то просты и неудивительны (встреча Фиделя, Пахапиля и медсестры Раи; разговор Замараева и Ерохи; отпуск Егорова). Все это создает жизненность и живость. Автор «плетет» художественное полотно из цветных лоскутков-эпизодов.

Жизнь любого человека – это нестройная, разная по скорости смена событий. Если восстановить в памяти собственную прожитую жизнь, то будут реконструированы наиболее яркие события (плохие или хорошие) и будут определенные провалы, пробелы – то, что забыто, стерто. Именно такое ощущение протекания жизни создается при чтении «Зоны». Избирательность памяти передается композиционной дискретностью произведения.

С. Довлатов освещает жизнь элементами, фрагментами, кусками. Довлатовский лагерь – это не культивирование жестокости, мерзости и ужаса, не идеализация тюрьмы. Это избирательное, прерывистое, умеренное в шокирующих подробностях художественное отображение действительности.

Автор говорит о том, что он изучает не зеков, надзирателей и лагерь, а жизнь и человеческие отношения.

Таким образом, Довлатов расширяет границы своего творчества. Через призму простых, будничных ситуаций раскрывается индивидуально авторское восприятие законов жизни.

В повести «Заповедник» Довлатов создает совершенно иную действительность – мир Михайловского, его работников и посетителей. В произведении происходит пересечение двух сюжетных линий: жизнь заповедника и отношения героя с женой Татьяной.

Автору удается максимально предать скорость реальной жизни, ритм быта. Здесь нет остросюжетных ситуаций, события не переполняют произведение. Ав-

тор акцентирует внимание на простых, повседневных эпизодах: общение и работа. С. Довлатов изображает своих героев чаще всего в неофициальной обстановке, описывая бытовые разговоры, в которых нет заурядности, наоборот, присутствует оригинальность, яркость и остроумие.

С. Довлатова не интересуют высокие научные беседы о Пушкине, подробное описание экскурсий. Главное в довлатовском «Заповеднике» – общение людей вне условностей и ограничений. В такой обстановке герои позволяют себе быть естественными, говорить открыто, не играть роль одухотворенных носителей пушкинского наследия, а быть настоящими, перестают контролировать себя. Например, так реагирует в повседневной обстановке интеллигентная работница экскурсионного бюро Галина Александровна на слова Гурьянова по поводу вставленных зубов: «Вот засранец! – неожиданно произнесла Галина. И чрез минуту: – Как хорошо, что Пушкин этого не видит»².

С. Довлатов использует следующие средства имитации действительности:

1. Отражение логики повседневного мышления: «Да какая разница – Ганнибал, Закомельский... Туристы желают видеть Ганнибала. Они за это деньги платят. На фига им Закомельский?! Вот наш директор и повесил Ганнибала. Точнее, Закомельского под видом Ганнибала. А какому-то деятелю не понравилось... Простите, вы женаты?»².

2. Конструирование речевых оговорок: «Исполнилось пророчество: «Не зарастет священная тропа» (Сравни у Пушкина: «народная тропа»)»².

3. Создание анекдотических ситуаций: «Ко мне подошел толстяк с блокнотом:

– Виноват, как звали сыновей Пушкина?

– Александр и Григорий.

– Старший был...

– Александр, – говорю.

– А по отчеству?

– Александрович, естественно.

– А младший?

– Что младший?

– Как отчество младшего?»².

С. Довлатову интересны простые люди, даже опустившиеся. Поэтому читателю запоминается Михал Иванович и Валера Марков. Автор изображает совершенно нормальных людей, с большим удовольствием запечатлевая их слабости. Например, все работницы заповедника проявляют особенный интерес к мужчинам и желание выйти замуж. Вообще, Михайловское пропитано излишне демонстративной, порой искусственной любовью к Пушкину.

В повести «Заповедник» особенно ощущается ритм повседневности. Это объясняется последовательностью сюжетной линии, стройностью композиции. Выбранная тема специфична – отражается жизнь работников пушкинского заповедника. Но С. Довлатова интересует закулисная жизнь Михайловского, вскрывающая истинность отношений, слов и поступков.

Автор движется от широкого спектра изображения, от желания охватить многие явления жизни к частному, единичному объекту внимания. Можно просле-

дить переход от мозаичной техники к четкому и последовательному отображению событий. Повесть «Компромисс» – это совокупность жизненных историй, построенных по единому принципу: проблемная ситуация и ее разрешение. «Зона» отличается большей целостностью: герои переходят из отрывка в отрывок, наблюдается центральная стержневая сюжетная линия. В повестях «Зона» и «Заповедник» четко указана сфера изображения – лагерь и Михайловское. В «Компромиссе» не четкого посыла на конкретный предмет изображения, так как он множествен. «Заповедник» отличается композиционной последовательностью и линейным сюжетом.

В «Компромиссе» широта смысла достигается множественность затронутых сфер, в «Зоне» и «Заповеднике» частно-конкретное рождает обобщающее значение. С. Довлатов расставляет разные акценты в повестях: в «Компромиссе» – это ситуации, в «Зоне» и «Заповеднике» – это герои и отношения. Автор движется от мозаичности к целостности. В «Компромиссе» мелькают многие жизни героев, в «Зоне» и «Заповеднике» изображается судьба одного или нескольких лиц. «В «Заповеднике» С. Довлатов создает картину частной семейной жизни своего героя. Читатель узнает о подробностях взаимоотношений этих героев: знакомстве, совместной жизни, причинах разлада. Динамика трех повестей С. Довлатова демонстрирует конечное глубокое погружение в сферу индивидуальных отношений.

Таким образом, в каждой из трех повестей («Компромисс», «Зона» и «Заповедник») С. Довлатов создает индивидуальную повседневность. В «Компромиссе» – это город Таллин, в «Зоне» – лагерь, в «Заповеднике» – музей-усадьба. Автору удастся передать ритм повседневной жизни, ритм разговоров, но вместе с тем переданный ритм не кажется однообразным. С. Довлатов «внедряется» в обыденную жизнь, находя друзей и чувствуя себя там абсолютно комфортно. Автор срывает официальность, желая показать естественное в человеке.

¹ Генис А. Довлатов и окрестности. Филологический роман. М.: Вагриус, 2001. 287 с.

² Довлатов С. Д. Зона: Записки надзирателя; Компромисс; Заповедник. М.: ПИК, 1991. 349 с.

³ Касавин И. Т., Щавелев С.П. Анализ повседневности. – М.: Канон+, 2004. 432 с.

THE REALITY OF EVERYDAY LIFE IN THE WORK OF S. DOVLATOV

© 2024 Efremova Yulia Ivanovna
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: yul-efrem@yandex.ru

© 2024 Anisimova Alexandra Naumovna
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Samara branch of Moscow City Pedagogical University
E-mail: 88763@mail.ru

Keywords: categories of everyday life, S. Dovlatov, poetics, character, composition.

The article is devoted to the analysis of the category of everyday life in the work of S. Dovlatov. The authors identify the originality and mechanisms of reflecting everyday realities based on the material of the novels «Compromise» (1981), «Zone» (1982) and «Reserve» (1983).

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ИЗБИРАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС

© 2024 Козлова Ольга Дмитриевна
магистрант

Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
E-mail: olga.kozlova@mail.ru

Ключевые слова: медиатехнологии, избирательный процесс, информация, телевизионные дебаты, сеть Интернет.

Исследованию подвергнуто влияние, которое в современных условиях оказывают медиатехнологии на избирательный процесс. Проанализированы примеры их использования в конкретных выборах в зарубежных странах. Проведен обзор сферы правового регулирования использования медиатехнологий в российском избирательном процессе.

Повышение значимости информационных технологий в жизнедеятельности отдельных индивидов, да и общества в целом¹ обуславливает их внедрение и в современный избирательный процесс. Сегодня его уже невозможно представить без использования медиатехнологий.

Понятие медиатехнологии в избирательном процессе представляет собой совокупность инструментов, методов и стратегий, используемых для трансляции информации посредством различных средств массовой информации вовремя выборов². Медиатехнологии играют важнейшую роль в формировании общественного мнения, мобилизации избирателей, информировании граждан о кандидатах и их программах, а также в обеспечении прозрачности самого процесса голосования.

Медиатехнологии начали играть важную роль в избирательном процессе в середине XX века. Их использование впервые зафиксировано в Соединенных Штатах Америки. Одним из поворотных моментов стало участие Дуайта Эйзенхауэра в президентской кампании 1952 года. Именно тогда впервые были применены телевизионные ролики. Эти короткие программы позволили кандидату напрямую обращаться к избирателям, демонстрируя свою харизму и уверенность.

Инновационный подход оказался столь успешным, что на следующих выборах медиатехнологии уже были неотъемлемой частью избирательных кампаний. Джон Кеннеди, например, активно использовал телевизионные дебаты против Ричарда Никсона в 1960 году. Телеаудитория, которая смотрела дебаты, отметила уверенность и привлекательность Кеннеди, что во многом обеспечило ему победу на выборах.

С течением времени медиатехнологии в избирательном процессе стали более разнообразными и сложными. Радио и телевидение уступили место интернету и социальным сетям. В XXI веке предвыборные кампании большинства стран мира

невозможно представить без использования Facebook, Twitter, Instagram и других платформ. Они позволяют кандидатам мгновенно распространять свои идеи и реагировать на актуальные события в реальном времени.

Особенно заметно это было на выборах 2008 года в США, где Барак Обама показал, как мощным инструментом могут быть социальные сети и интернет-компании. Его команда грамотно использовала YouTube, Facebook и Twitter для мобилизации молодежи и сбора пожертвований, что сыграло ключевую роль в его победе.

Можно констатировать, что, начиная с телевизионных выступлений начиная с середины XX в. и до современного использования онлайн-компаний, медиатехнологии непрестанно видоизменяются, совершенствуясь сам избирательный процесс, тем самым делая его более доступным и интерактивным для широких масс избирателей³.

Сегодня к медиатехнологиям относят и традиционные средства коммуникации, такие как телевидение, радио и печатные СМИ, а также цифровые платформы. В последние включают социальные сети, блоги и новостные сайты. Включенность глобальной паутины во все сферы жизнедеятельности личной и общественной жизни, развитие мобильных технологий обуславливает повышение значимости медиатехнологий. То позволяет кандидатам и политическим партиям более эффективно доносить свои послания до аудитории, расширяя ее границы.

Использование медиатехнологий в избирательном процессе позволяет не только охватить более широкую и разнородную аудиторию, но и сегментировать послания, адаптируя их под конкретные группы избирателей. Используя данные о поведении пользователей в глобальной сети, социальных коммуникациях и интересах становится возможным создавать таргетированные рекламные кампании, тем самым повышая их эффективность.

Ключевым аспектом использования медиатехнологий в избирательном процессе следует рассматривать создание контента. Для привлечения внимания и повышения интереса к выборной кампании в социальных сетях создаются видеоролики, статьи, инфографика и посты. Главнейшим требованием в данном случае выступает достоверность, распространяемой информации, поскольку в противном случае ложная информация может вводить в заблуждение, негативно влиять на результаты выборов и в конечном итоге подорвать доверие к самой избирательной системе⁴.

Помимо этого, медиатехнологии активно используются в целях мониторинга и анализа избирательной кампании. Специальное программное обеспечение позволяет отслеживать упоминание кандидатов в СМИ, анализировать направленность комментариев в соц. сетях, выявлять тренды и оперативно на них реагировать. Все это помогает корректировать избирательные стратегии и тактики в реальном времени, тем самым повышая шансы на успех кандидата в выборной кампании.

Использование медиатехнологий имеет не только положительное влияние, но также порождает ряд проблемных аспектов. В настоящее время особо акценти-

руется внимание на вопросах конфиденциальности информации, борьбе с фейковыми новостями и манипуляциями, угрозах кибератак и защите от внешнего вмешательства в избирательный процесс. В данном контексте особое значение приобретают мероприятия, направленные на реализацию мер безопасности.

Итак, медиатехнологии в избирательном процессе – это мощный инструмент, который при грамотном использовании может способствовать развитию демократических процессов. Они обеспечивают более прозрачное и информативное освещение выборов, повышают активность избирателей и способствуют созданию более справедливых и представительных политических институтов. Тем не менее, важно помнить о необходимости ответственного подхода к использованию медиатехнологий, чтобы избежать негативных последствий и обеспечить честный и свободный избирательный процесс.

В современных демократических государствах медиатехнологии играют ключевую роль в процессе выборов. Они значительно влияют на информирование избирателей, агитацию, а также прозрачность и честность выборного процесса⁵. В России правовое регулирование медиатехнологий на выборах является важным аспектом законодательства, учитывающим как национальные особенности, так и международные стандарты. Настоящий реферат исследует ключевые элементы правового регулирования медиатехнологий на выборах в Российской Федерации, включая законодательные акты, роль государственных органов и актуальные проблемы данного направления.

Медиатехнологии в избирательном процессе достаточно досконально регламентируются правом. Так, в РФ Конституция РФ⁶ закрепляет основные принципы демократического политического режима, свободу слова и информации, что напрямую влияет на использование медиатехнологий в выборных процессах. Принципы, заложенные в Конституции, являются основой для последующего развития избирательного законодательства. Так, Федеральный закон от 10 января 2003 г. № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации»⁷ является ключевым нормативным актом, регулирующим порядок проведения президентских выборов. В нем прописаны правила агитации, использования медиа и других технологий в предвыборных кампаниях. Федеральный закон от 22 февраля 2014 г. № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»⁸ регулирует выборы в нижнюю палату парламента. Особое внимание в законе уделено вопросам агитации через средства массовой информации. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-I «О средствах массовой информации»⁹ определяет правовой статус СМИ в России, их права и обязанности, а также роль в избирательном процессе. Закон содержит нормы, касающиеся предвыборной агитации и журналистских стандартов. Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ»¹⁰ регулирует базовые механизмы обеспечения избирательных прав граждан и активного участия в выборах.

Ключевую роль в регулировании медиатехнологий в избирательном процессе играют государственные органы. Так, ЦИК РФ играет ключевую роль в регулировании и контроле за использованием медиатехнологий в избирательных про-

пессах. Она издает инструкции и рекомендации для избирательных комиссий на местах, а также координирует взаимодействие с СМИ. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) осуществляет контроль за соблюдением законодательных норм в сфере медиатехнологий, включая цензуру и блокировку противоправного контента.

С развитием интернета и социальных сетей появляется все больше вызовов для правового регулирования¹¹. Проблемы фейковых новостей, кибербезопасности и манипуляции общественным мнением остаются актуальными.

Использование электронного голосования и других современных технологий требует создания надежных систем защиты данных и повышения уровня доверия граждан к результатам выборов. Влияние иностранных государств и организаций через медиаплатформы на внутренние выборные процессы является серьезным вызовом для российского законодательства.

Правовое регулирование медиатехнологий в российском избирательном процессе является сложным и многогранным процессом, требующим постоянного совершенствования и трансформирования. Законодательство должно учитывать как национальную специфику, так и международные стандарты, обеспечивая прозрачность, честность и безопасность выборного процесса.

Актуальность данной тематики с каждым днем только возрастает, поскольку современные вызовы, такие как все более широкое распространение интернет-технологий, внешнее вмешательство, реализуемое через медиатехнологии более активно используется для оказания влияния на ход избирательного процесса и его результаты.

¹ Sidorova A.V. Subject structure of the offense in artificial intelligence (AI) and robotics // В сборнике: Digital Age: Chances, Challenges and Future. Сер. "Lecture Notes in Networks and Systems" 2020. С. 541-547.

² Ильченко А.А. Перспективы развития медиакультуры в условиях цифровизации // Вестник науки. 2024. №4 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-mediakultury-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 20.09.2024).

³ Байкова И.А. Особенности использования политических маркетинговых и телекоммуникационных технологий в медиаиндустрии // Петербургский экономический журнал. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-politicheskikh-marketingovykh-i-telekommunikatsionnyh-tehnologiy-v-mediaindustrii> (дата обращения: 20.09.2024).

⁴ Матвеева Е.В., Алагоз А.В. Сетевой контент кандидатов в губернаторы субъектов Сибирского федерального округа: особенности содержания в избирательной кампании 2023 года // Вестник ЗабГУ. 2023. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevoy-kontent-kandidatov-v-gubernatory-subektov-sibirskogo-federalnogo-okruga-osobennosti-soderzhaniya-v-izbiratelnoy-kampanii> (дата обращения: 20.09.2024).

⁵ Авдеев П.А., Сидорова А.В. Соотношение безопасности и свободы // Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. 2018. № 1 (37). С. 172-175.

⁶ Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 20.09.2024).

⁷ Федеральный закон «О выборах Президента Российской Федерации» от 10.01.2003 N 19-ФЗ (последняя редакция) // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 20.09.2024).

⁸ Федеральный закон «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» от 22.02.2014 N 20-ФЗ (последняя редакция) // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 20.09.2024).

⁹ Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 11.03.2024) «О средствах массовой информации» // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 20.09.2024).

¹⁰ Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ» // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 20.09.2024).

¹¹ Селезнева М.П., Кочеткова А.С., Сидорова А.В. Опыт и перспективы электронного голосования в России // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2020. № 1-2. С. 608-614.

MEDIA TECHNOLOGIES AND THE ELECTORAL PROCESS

© 2024 Kozlova Olga Dmitrievna

Undergraduate student

Russian State University for the Humanities, Moscow

E-mail: olgga.kozlova@mail.ru

Keywords: media technologies, electoral process, information, television debates, the Internet.

The influence of media technologies on the electoral process in modern conditions has been studied. Examples of their use in specific elections in foreign countries are analyzed. The review of the sphere of legal regulation of the use of media technologies in the Russian electoral process is carried out.

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 94 (47)

Код РИНЦ 03.00.00

УЧАСТИЕ РОССИИ В РЕАЛИЗАЦИИ МИРНЫХ ИНИЦИАТИВ В XX ВЕКЕ

© 2024 Мальцева Виктория Андреевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: vm8509976@mail.ru

Ключевые слова: СМИ, мирная инициатива, гонка вооружений, политика разрядки, новое политическое мышление, многополярный мир.

Начиная с середины XX века наиболее активно в зарубежных СМИ стал формироваться образ России как агрессора. Все чаще в сторону нашей страны звучат обвинения в развязывании многих военных конфликтов. Именно поэтому сейчас как никогда важно обратиться к истории, чтобы понять, что на протяжении многих десятилетий Россия неоднократно выступала с различными мирными инициативами.

Рассматривать миротворческую деятельность России стоит с конца XIX в., а именно с правления Николая II. В этот период все острее стали проявляться противоречия между крупнейшими государствами мира и все больше нарастало предчувствие большой войны. Историки дают разную оценку внешней политике императора, однако именно при нем впервые в мировой практике была предпринята попытка по сокращению вооружений крупнейших государств.

Так, в 1899 г. прошла первая Гагская конференция¹. Своей основной цели она не достигла, однако по ее окончании были приняты важные декларации и документы, регулирующие ведение сухопутной войны.

Вскоре, в 1907 г. состоялась вторая Гагская конференция. Ее основным итогом стало принятие конвенций, относящихся к ведению боев на море.

* Научный руководитель – **Сумбунова Елена Ивановна**, кандидат исторических наук, доцент кафедры философии и истории, Самарский государственный экономический университет.

Опыт Гаагских конференций не только активизировал антивоенные настроения по всему миру, но и заложил основы мирного разрешения военных конфликтов в будущем.

К сожалению, конференции, созданные по инициативе Николая II, не смогли предотвратить вооруженный конфликт, и вскоре мир потрясла Первая Мировая война. В ее разгар Россия выступила с конкретным предложением по мирному урегулированию конфликта.

8 ноября 1918 г. был принят Декрет о мире. Воюющим странам предлагалось заключить мир без аннексий и контрибуций. Однако представители стран Антанты проигнорировали это предложение, и война продолжилась.

После окончания Первой мировой войны одним из важнейших событий, менявших расстановку сил на международной арене и перекроивших политическую карту мира, безусловно, стал новый военный конфликт, который до сих пор считается крупнейшим за всю историю человечества. Именно Вторая мировая война является наглядным примером того, как Россия выступала в качестве инициатора по предотвращению очередного вооруженного столкновения между странами.

Перед нарастающей угрозой в 1930-е гг. СССР начал вести активную политику по созданию системы коллективной безопасности². Одним из первых таких предложений советского руководства стал Восточный пакт – коллективный блок безопасности, в который должны были войти Советский Союз, Франция, Чехословакия, Польша, Финляндия, страны Прибалтики и Германия. Однако эта инициатива не вызвала особого интереса, но общую идею СССР можно расценить как сдерживание нарастающей агрессии Германии.

Еще одним шагом в борьбе с фашизмом стал VII конгресс Коминтерна, состоявшийся летом 1935 г. в Москве, на котором было объявлено о создании единого антифашистского народного фронта.

Безусловно, одним из основных событий в предвоенные годы стало подписание Мюнхенского соглашения³. В наши дни, обвиняя Советский Союз в развязывании Второй Мировой войны, западные страны не упоминают о собственной немалой роли в этом. В сентябре 1938 г. было подписано соглашение о передаче Германии части чехословацкой территории. Великобритания и Франция, страны, которые должны были сдерживать агрессию Германию, создали для нее плацдарм для дальнейшего наступления на Восток.

Анализируя, на данном этапе, внешнюю политику Советского Союза можно сделать вывод, что его руководство понимало всю опасность надвигавшейся войны и всячески пыталось препятствовать ей. Но избежать развязывания нового военного конфликта не удалось.

После окончания Второй Мировой войны мир был поделен на два противоборствующих лагеря, началась Холодная война. Однако даже в условиях гонки вооружений советское руководство во главе с Хрущевым пыталось наладить диалог о мирном сосуществовании.

Так, 25 января 1955 г. по указу советского руководства⁴ было прекращено состояние войны между СССР и Германией, и немецкие военнопленные вернулись домой.

В этом же году СССР призвал западные страны остановить наращивание военного потенциала, но никакой ответной реакции не последовало. Тогда, СССР в одностороннем порядке в 2 раза сократил численность своей армии⁵. Уже в феврале 1956 г. состоялся XX съезд КПСС, на котором впервые была высказана идея о возможности мирного сосуществования стран с разной идеологией.

Несмотря на многочисленные попытки СССР, ограничить ядерные запасы вооружений не удалось, но вскоре советское руководство решает начать проведение политики разрядки.

В 1971 г. в Москве проходит XXIV съезд КПСС, важным итогом которого стала «Программа мира». Ее основным посылом являлось ограничение гонки вооружений.

Начало политики разрядки положил первый в истории визит американского президента в СССР в 1972 г. По его итогам были подписаны важные договоры, ограничивающие запасы вооружений двух стран – Договор ПРО и Договор ОСВ-1.

Однако свести к минимуму вооруженные конфликты не удалось. Но вскоре новое советское руководство во главе с М.С. Горбачевым объявило об идеях нового политического мышления, главным посылом которого стала мысль о невозможности ядерной войны. 15 января 1986 г. Михаил Горбачев предложил программу полной ликвидации ядерного оружия во всем мире.

Началом разоружения стал Договор о ликвидации ракет средней и малой дальности, по которому США и СССР обязывались постепенно уничтожить свои ракеты.

15 февраля 1988 г. начался вывод войск из Афганистана. А весной 1989 г. было принято решение об уменьшении расходов на оборону.

Важным событием во внешней политике СССР в этот период стало знаменитое падение Берлинской стены 9 ноября 1989 г. Можно сказать, что советское руководство не сопротивлялось этому событию, так как 12 сентября 1990 г. в Москве был подписан договор об объединении ГДР и ФРГ. Таким образом, германский вопрос был урегулирован.

Важным пунктом политики разоружения было ограничение ядерных вооружений США и СССР, и в июле 1991 г. был заключен договор СНВ-2, согласно которому каждая из сторон ограничивала свои ядерные запасы.

Уже после распада СССР новое независимое государство не прекратило свою политику по налаживанию отношений с разными странами⁶.

В мае 1992 г. именно по настоянию России был подписан Лиссабонский протокол как дополнение к СНВ-1, по которому бывшие советские республики должны были избавиться от ядерных вооружений во избежание возникновения новой ядерной угрозы.

После этого началось стремительное налаживание связей с США, и между президентами была подписана Хартия партнерства и дружбы.

Помимо выстраивания дружеских отношений с Западом, Россия предпринимала попытки сотрудничать со своими ближайшими соседями. Так, в мае 1992 г. со странами-участниками СНГ был подписан договор, предусматривающий создание системы коллективной безопасности.

Также постепенно началось установление дипломатических отношений с Южной Кореей и Китаем. В 1998 г. Россия стала членом Международной организации стран Тихоокеанского договора.

Обратившись к истории нашей страны, можно сказать, что в сложные моменты Россия неоднократно выступала с мирными инициативами, которые часто не были услышаны западными партнерами. Однако в наши дни в западных СМИ нашу страну превратили во всеобщего врага, забыв или не желая упоминать обо всех ее предложениях по поддержанию стабильности на международной арене и формированию «многополярного мира».

¹ Барсенков А. С., Вдовин А. И. История России. 1917. 3-е изд., расш. и перераб. – М.: Аспект Пресс, – 2010. – С. 17-41.

² Никитин А. И. Миротворческие операции: концепция и практика. М.: Издательский центр научных и учебных программ, –2000. – С. 67-95.

³ Некрич А.М., Хвостов В.М. Как возникла вторая мировая война. М.: Госполиздат, – 1959. – С. 45-62.

⁴ Сборник законов СССР и указов Президиума Верховного Совета СССР. 1938 г. – июль 1956 г. / под ред. к. ю. н. Мандельштам Ю. И. – М.: Государственное издательство юридической литературы, – 1956. – С. 145–146.

⁵ Миннибаев Б. И. Международные отношения и внешняя политика СССР в первые послевоенные годы (1945–1955) / Б. И. Миннибаев, Е. В. Кузьмина. – 2013. – № 12 (59). – С. 743–745.

⁶ Мальченков, С. А. Геостратегия России: внутренние и внешние приоритеты / С. А. Мальченков // СПб: Известия Российского педагогического университета имени А. И. Герцена, 2008. – № 26 (60). – С. 176–181.

RUSSIA'S PARTICIPATION IN THE IMPLEMENTATION OF PEACE INITIATIVES IN THE XX CENTURY

© 2024 Maltseva Victoria Andreevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: vm8509976@mail.ru

Keywords: media, peace initiative, arms race, detente policy, new political thinking, multi-polar world.

Since the middle of the XX century, the image of Russia as an aggressor began to form most actively in the foreign media. Increasingly, accusations of unleashing many military conflicts are being made against our country. That is why now, more than ever, it is important to turn to history to understand that for many decades Russia has repeatedly come up with various peace initiatives.

* Scientific adviser – **Sumburova Elena Ivanovna**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy and History, Samara State University of Economics.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИМВОЛА «АДАМОВА ГОЛОВА» В ФОРМЕННОЙ ОДЕЖДЕ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРАТОРСКОЙ АРМИИ

© 2024 Юсупова Светлана Николаевна
кандидат исторических наук, доцент кафедры философии и истории
Самарский государственный экономический университет
E-mail: svetlyusup@yandex.ru

Ключевые слова: Российская императорская армия, военная форма, военная символика, адамова голова, александрийские гусары.

Статья посвящена истории появления и использования религиозного символа «адамова голова» в качестве элемента форменной одежды военных подразделений Российской императорской армии. Исследуется содержательное значение символа, его интерпретация, идентификационные характеристики.

Военная форма носит не только практическое значение, но и несет символическую функцию. Форма показывает отношение его обладателя к военному сообществу, указывает на принадлежность к конкретному роду войск и войсковому подразделению. Это в полной мере касается и русской военной формы, которая на рубеже XIX-XX вв. служила элементом формирования полкового самосознания - чувства причастности к своему войсковому подразделению.

Военный историк рубежа XIX-XX веков Б.В. Адамович писал «каждая порядочная отдельная часть вырабатывает свои особые традиции, как свой монастырский устав», и поэтому «формы отдельных частей должны содержать в себе предметы обмундирования не только объединяющие, но также и резко отличающие одну часть от другой. Опасно обезличивать полковой мундир, «ибо мечты о равенстве, подкупая на первый раз своею демократичностью, убивают стремление худших стать лучшими»¹.

К элементам военной символики, популярным в воинских подразделениях разных стран, относится «Мертвая голова» или «Адамова голова». Впервые этот символ стали использовать прусские гусары в середине XVIII века. Их форма в том числе включала черную шапку, на которой серебряными нитями был вышит череп с костями. Этот знак у прусских гусар означал единство войны и смерти на поле битвы.

В России символ «мертвая голова» был широко распространен со времен крещения древней Руси. Согласно Библии, Иисус был распят в том месте, где был захоронен прародитель человеческого рода – Адам. Кровь распятого Христа пролилась на кости Адама и омыла его от грехов. Затем Христос для того, чтобы перевести ветхозаветных праведников в рай, сошел в ад. В связи с этим в право-

славной религиозной символике череп и кости стали называться «адамова голова». Адамова голова ассоциировалась с жертвенной смертью во имя грядущего спасения через воскресение к вечной жизни.

Одними из первых в российской армии адамову голову стали использовать гусары. Они увидели символ у пруссаков, но его христианская символика влилась в их мировоззрение и послужило созданию дополнительного романтического ореола, окружавшего гусаров веками.

Пятый гусарский Александрийский полк являлся элитной частью конной гвардии императорской армии со времен Екатерины 2. Александрийцы проявили чудеса храбрости, участвуя во множественных сражениях, начиная от русско-турецких войн, и заканчивая Первой мировой войной. Неофициальное название александрийцев – «бессмертные гусары» или «черные гусары». «Черными» гусар называли со времен Павла 1, когда по прусскому образцу им были пожалованы императором черные доломаны с серебристой отделкой.

Во время заграничных походов 1813-1814 гг. против войск Наполеона русские гусары воевали вместе с пруссаками. С этого периода александрийцы впервые стали пользоваться знаком «мертвая голова».

«Адамова голова» применялась гусарами повсеместно. Адамова голова располагалась на нагрудном знаке и головном уборе александрийцев. Череп с костями присутствовал на полковой посуде, скатертях, салфетках, мебели, расположенной в столовой офицерского собрания. Серебряные канделябры на черепках, вместо ножек, серебряная посуда, скатерти и салфетки, тарелки, братины – все это было с черепами. Даже балкон офицерского собрания в польском г. Калише, где полк дислоцировался с 1885 по 1910 гг., на «находился большой металлический череп и в впадинах глаз с вечера всегда светились электрические лампы, освещая прилегающую площадку»².

В 1882 году, когда гусарские полки были переименованы в драгунские, форма и знаки отличия были упразднены. Гусарские и уланские полки неофициально продолжали использовать старые названия. Будущий финский президент Карл Маннергейм после окончания в 1889 году Николаевского кавалерийского училища попадает в 15-й драгунский (бывший гусарский) Александрийский полк. В своих письмах он использует неофициальное название полка - «бессмертные гусары»³. Таким образом, через несколько лет после проведения реформы офицеры-александрйцы использовали традиционное неофициальное название.

Многие александрийцы были творческими людьми. В 1911 г. александриец - полковник Сергей Александрович Топорков издает сборник стихов под заглавием «Мои мечты и грезы». На обложке сборника наверху был изображен парящий орел, а внизу череп с двумя скрещенными костями – эмблема Александрийских гусар. Императрица Александра Федоровна, взявшая над полком шефство, также использовала неофициальную эмблему полка.

В начале XX века на волне восстановления старых военных традиций Николай 2 официально утвердил для александрийцев их историческую эмблему - знак в виде черепа и костей на головных уборах. В 1907 году бывшим гусарским полкам, вернули названия гусарских. В 1908 – александрийцам вернули черные мун-

диры, а 1 октября 1913 года, в столетний юбилей сражения при Кацбахе, императором был официально утвержден полковой нагрудный знак с изображением черепа и костей.

Знак представлял собой мальтийский крест с гусарскими вензелями на лепестках и черепом и костями в центре. Мальтийский крест появился во времена правления императора Павла I означал, что полк был основан, члена мальтийского ордена, а череп и кости - «смертью смерть поправ» или бессмертие. На оборотной стороне офицерского знака гравировался порядковый номер. Создателем полкового знака был гусар полка Василий Александрович Карамзин - правнук автора «Истории государства российского»⁴. У 1-го эскадрона полка черный значок с серебристой адамовой головой был обрамлен рамкой из серебряного гусарского галуна, а у 2-го эскадрона серебряного галуна не было.

Череп с костями также был размещен на фуражках личного состава 4-го гусарского Мариупольского полка и 17-го Донского казачьего полка, который вел свою историю от Донского казачьего № 20 полка. Полком командовал легендарный герой Кавказской войны Я.П. Бакланов. Причем казаки официально получили этот знак еще раньше, чем александрейцы, в 1809 году. История знака идет от личного значка Я.П. Бакланова, на котором было изображено черное полотнище с адамовой головой, окруженное надписью. 17-й Донской казачий полк получил «Адамову голову», подобную той, что была изображена на значке Я.П. Бакланова. В начале XX в. копии этого значка использовались в полку в разных качествах: от флюгеров к пикам до атрибутов духовых инструментов⁵.

Во времена Первой мировой войны символ также перекочевал и в воздушный флот русской армии. Для летчиков вводилась система награждения – серебристыми черепами отмечали единицы сбитых самолетов противника, золотыми – десятки. «Мертвую голову» не только крепили на георгиевскую ленту, но и рисовали на бортах самолетов. В конце 1916 года череп с костями стал отличительным знаком 19-го корпусного авиаотряда Юго-западного фронта, на базе которого весной 1917-го была сформирована первая в России боевая (истребительная) авиагруппа.

Мертвая голова была изображена на знамени конно-партизанского отряда атамана Л. Н. Пунина, прославившегося в годы Первой мировой войны. Знамя было сделано из черного плотного шелка. На лицевой стороне знамени в центре располагалось изображение черепа с костями, нанесенное белой краской, вокруг изображения помещена надпись «Всадники несут смерть Германии». На оборотной стороне знамени был изображен Святой Георгий, пронзающий копьём змея⁶. Конно-партизанский отряд Л. Пунина является одним из самых известных российских партизанских формирований времен Первой мировой войны.

Во время Первой мировой войны в русской армии формируются ударные формирования – штурмовые команды гренадеров, по примеру которых позже создаются ударные батальоны. Самыми известными ударными частями или частями смерти, как их еще называли, - были сформированные в 1917 году корниловские части. Униформа личного состава ударных частей включала в том числе «адамову голову», увенчанную лавровым венком, наложенную на скрещенные мечи⁷.

Батальоны смерти шли на штурм во главе своего соединения являлись для личного состава примером бесстаршего исполнения своего долга.

Таким образом, используя исторический знак «адамова голова», символизировавший готовность умереть за Веру, Царя и Отечество, обретая тем самым бессмертие, военные подразделения российской армии стремились сплотить личный состав в единое целое. Как писал генерал Краснов П. Н., «это чувство слиянности людей, это чувство особой коллективной единицы, столь важное на войне и для войны, усиливается, увеличивается, усугубляется одинаковою одеждою, одинаковым номером, общим названием - полковым мундиром»⁸. Исторические элементы обмундирования, наряду с другими способами сохранения исторических традиций войсковых частей, выделяли военное подразделение на фоне остальных частей, сплотив их в то же время в единый организм. И хотя иногда в качестве основания для введения деталей обмундирования использовались легенды, данные меры играли существенную роль в воспитании личного состава русской армии.

¹ Адамович Б. О формах одежды. Варшава: Губ. тип., 1898. С. 3-4.

² Черные «Бессмертные» гусары // Военная быль. 1960. № 45. С. 15-16. https://adjutant.ru/p_alexandr-hussards/voenbyl045.htm (дата обращения: 08.08.2024).

³ Иоффе Э. Линии Маннергейма. Письма и документы, тайны и открытия. Изд-во: Пушкинский фонд, 2022. - 480 с.

⁴ Полуэктов И.Б., Гусев А.А. Нагрудные знаки и жетоны 5-го гусарского Александрийского ее величества государыни императрицы Александры Феодоровны полка (1875-1913 гг.) // Габаевские чтения: Сборник материалов военно-исторической конференции, Санкт-Петербург, 11 июня 2022 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный ун-т промышленных технологий и дизайна, 2022. – С. 167-177.

⁵ Безродин, В. А. "Адамова голова" в военной символике начала XX в // Труды Государственного музея истории религии. – 2014. – № 14. – С. 246-253.

⁶ Хорошилова О. А. Отряд Особой важности атамана Пунина / Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию Первой мировой войны. 2014. <https://histrf.ru/read/articles/otriad-osoboi-vazhnosti-atamana-punina> (дата обращения: 10.09.2024).

⁷ Аранович, А. В., Безродин В. А. Походная униформа: разнообразие в единообразном. К вопросу об информативности о полковой принадлежности в российской армии во 2-й пол. XIX - нач. XX в. // История военного костюма: от древнего мира до наших дней: Материалы V и VI Международных военно-исторических конференций, Санкт-Петербург, 21 ноября 2019 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный ун-т промышленных технологий и дизайна, 2020. – С. 237-250.

⁸ Краснов П.Н. Душа армии. Очерки по военной психологии / Российский военный сборник. - М. Военный университет. – 1999. Вып. 13. – С. 35-150. (https://vestnik-adyunkta.ru/images/Books/RVS_13_1999_Dusha_armii.pdf - дата обращения 02.09.2024).

USING THE "ADAM'S HEAD" SYMBOL IN THE UNIFORM OF THE RUSSIAN IMPERIAL ARMY

© 2024 Yusupova Svetlana Nikolaevna

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department
of Philosophy and History

Samara State University of Economics

E-mail: svetlyusup@yandex.ru

Keywords: Russian Imperial Army, military uniform, military symbols, Adam's head, Alexandrian Hussars.

The article is devoted to the history of the appearance and use of the religious symbol "Adam's head" as an element of the uniform of military units of the Russian Imperial army. The meaningful meaning of the symbol, its interpretation, and identification characteristics are investigated.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ И МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 335

Код РИНЦ 06.00.00

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОНЯТИЙ МОТИВАЦИИ, ВОВЛЕЧЕННОСТИ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СОТРУДНИКОВ

© 2024 Абзалимова Ралина Рафисовна *

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: abzalimovaralina466@gmail.com

Ключевые слова: мотивация, вовлеченность, удовлетворенность трудом.

Статья посвящена оценке взаимосвязи понятий мотивации, вовлеченности и удовлетворенности сотрудников. Проведен анализ каждого понятия, выявлена их ключевая роль, опираясь на распространенные теории Ф. Герцберга и А. Маслоу.

В современной рыночной экономике с экономической и психологической точки зрения важно поддерживать комфортную атмосферу внутри организации для эффективной работы сотрудников. Мотивация, удовлетворенность и вовлеченность сотрудников являются тесно взаимосвязанными понятиями, которые при совместном функционировании позволяют предприятию увеличить производительность за счет работоспособного штата сотрудников.

В менеджменте существует понятие «множители». Анализируя понятия мотивация, вовлеченность и удовлетворенность, мотивацию следует указать как результат произведения. При условии, что остальные множители – вовлеченность и удовлетворенность будут равны нулю, то и результат произведения – мотивация, также станет равной нулю. Поэтому в современных рыночных условиях компаниям следует вести политику достижения результата множителя, не равного нулю. Такой результат способен принести максимальную пользу для получения удовлетворенных, вовлеченных в работу и главное – замотивированных сотрудников¹.

* Научный руководитель – Шарикова Юлия Витальевна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

Мотивация сотрудников – это один из ключевых аспектов современной рыночной экономики, а также значимый двигатель прогрессивного и развивающегося предприятия, который является составляющей в достижении успеха, реализации установленных целей и задач². Мотивация сотрудников со временем может снижаться, на это могут оказывать влияние различные факторы: низкая заработная плата, отсутствие возможностей для развития, некомфортная рабочая обстановка, плохие отношения с коллегами, однообразный характер работы. Поэтому руководству важно внедрять материальные и нематериальные стимулы, создавать условия для развития внутренней и внешней мотивации для повышения трудоспособности кадров.

Мотивация – это то, что побуждает человека к действию, а также то, что помогает ему принимать новые и интересные решения, придумывать или создавать нечто новое. Наиболее эффективной является внутренняя мотивация, так как такая мотивация исходит от самого человека, что также является большим плюсом для организации – наличие замотивированного и заряженного сотрудника. Однако, стоит выделить и внешнюю мотивацию, которую осуществляет сама организация. Иногда это вынужденная мера, если руководство замечает упадок производительности труда среди сотрудников, а также внешняя мотивация может осуществляться в качестве поддерживающей меры, чтобы не доводить начальную стадию снижения мотивации до критических значений и поднять мотивацию сотрудников для получения еще более высоких показателей.

К примеру, в компании Роснефть основной мотивацией и эффективным способом управления сотрудниками, по мнению компании, является достойная оплата труда, что не соответствует двухфакторной теории Ф. Герцберга, который считал, что на эффективную работу сотрудников влияют гигиенические (оплата труда и условия труда, политики компании, межличностные отношения внутри коллектива) и мотивирующие факторы (возможность карьерного роста, интерес к рабочему процессу, успехи в работе и достижения).

Однако, стоит отметить, что именно внутренняя мотивация является наиболее эффективной, так как она позволяет принимать качественные управленческие решения и самое главное – получать удовлетворение от проделанной работы, что является таким же значимым понятием в работе организации, как понятие мотивация.

Удовлетворенность сотрудников – это получение приятных эмоций от работы, в результате которой у сотрудников улучшится мотивация и результаты труда становятся еще выше. Понятие удовлетворенность является прямым отражением мотивационного настроения сотрудников и, согласно теории Герцберга, мотивирующие факторы в наибольшей степени вызывают чувство удовлетворенности сотрудников и закрепляют эффект на долгосрочную основу, то есть сотрудники будут не только удовлетворены рабочим процессом и достигаемым результатом, а также замотивированы на еще более высокие показатели. К примеру, если дать возможность сотрудникам участвовать в принятии сложных решений, то их уровень удовлетворенности становится выше от оказанного доверия и воз-

ложенной ответственности, стимул выполнить работу качественно окажется на высоком уровне, что также будет влиять и на уровень мотивации.

Удовлетворенность сотрудников не должна быть равной нулю, иначе, согласно равенству, мотивация также будет равняться нулю³. Удовлетворенность как понятие существует больше на уровне потребностей. Согласно теории А. Маслоу, от удовлетворенности потребностей зависит уровень мотивации сотрудников. То есть, если в качестве удовлетворенных потребностей сотрудников взять хорошие взаимоотношения внутри коллектива, признание достижений, обеспечение комфортной рабочей обстановки, соответствующий уровень оплаты труда, то физиологические и социальные потребности будут удовлетворены и, следовательно, это хорошая база для создания общей удовлетворенности среди сотрудников и повышения мотивационного настроения.

Однако, для повышения мотивации руководству следует прислушиваться к потребностям всех сотрудников в равной степени на основе справедливости и определять, какие факторы являются мотивационными для каждого сотрудника.

Удовлетворенность сотрудников, если их потребности учтены и удовлетворены, на психологическом уровне относятся к работе более положительно, а также они больше заряжены на эффективную и качественную работу. Для поддержания и улучшения уровня удовлетворенности руководству следует:

1) Поощрять и признавать успехи сотрудников. Каждому сотруднику важно, чтобы их результаты труда были оценены по достоинству, в особенности такое признание необходимо от руководства. Это будет не только повышать уровень удовлетворенности, а также и уровень мотивации.

2) Создавать комфортную рабочую обстановку. Рабочая обстановка влияет на результаты труда не только на работе, но и в бытовых местах. Руководству следует позаботиться о сотрудниках и начать создание прочной базы для работоспособного штата с рабочей обстановки.

3) Обеспечивать коммуникацию. Коммуникация – это важный элемент продуктивной работы. Руководству необходимо общаться с коллективом, чтобы их взаимоотношения создавали видимость не только теоретическую, но и практическую в виде доверительных отношений. Сотрудникам важно быть услышанными. А также важно знать, что они могут участвовать в решении важных задач компании, в обсуждении целей и планов.

4) Создавать условия для карьерного роста. Условия для карьерного роста – это отличная возможность, чтобы задействовать равенство множителей со всеми ее элементами – мотивация, вовлеченность и удовлетворенность. Практически каждому сотруднику будет важно подниматься по карьерной лестнице. Если руководство будет создавать такие возможности, то сотрудники будут включаться в эту возможность и с мотивацией, и с удовлетворенностью от предоставленной возможности и вовлеченностью – еще одним важным элементом равенства.

Вовлеченность – это состояние «поглощенности» сотрудника, когда рабочий процесс затягивает человека в состоянии мотивации и удовлетворенности. И также мотивация затягивает человека в состоянии вовлеченности и удовлетворенности.

Вовлеченность сотрудников подразумевает энергичное отношение к работе и некую приверженность⁴. Таким сотрудникам легче принимать решения и выполнять поставленные задачи, а также получать высокие результаты, так как у них есть движущая сила в виде вдохновения и энтузиазма, что также создает вовлеченность.

Вовлеченные сотрудники способны вкладывать больше усилий в достижение поставленных целей, так как они располагают большим ресурсом, чем сотрудники с меньшим уровнем вовлеченности.

Вовлеченность также влияет на удовлетворенность, так как получаемые результаты в рабочем процессе на основе энтузиазма, энергичного отношения и вложения усилий создают у сотрудников чувство радости, эмоционального удовлетворения, гордости за себя и за проделанную работу, что положительным образом влияет на удовлетворенность сотрудников⁵.

Вовлеченные сотрудники обычно очень преданы компании, привязаны к рабочему месту и готовы на долгосрочной основе оставаться в организации. Еще хочется отметить, что вовлеченные сотрудники экономически эффективны, так как их производительность труда высокая, они качественнее и с большей долей ответственности выполняют поставленные задачи, а также уровень удовлетворения клиентов у таких сотрудников также становится выше.

Таким образом, можно сделать вывод, что взаимосвязь понятий мотивация, удовлетворенность и вовлеченность очень тесная. Нельзя представить функционирование одного понятия без такого же грамотного функционирования другого. Для достижения успехов в экономической деятельности компаниям необходимо следить за состоянием сотрудников и принимать соответствующие меры при необходимости, а также стараться следовать правилу «множители». Чтобы поддерживать мотивацию сотрудника, необходимо продумывать четкую систему мотивационного стимулирования индивидуально, в результате которого можно достичь положительного уровня удовлетворенности и вовлеченности сотрудников, и наоборот.

¹ Лобанова Т.Н. Взаимосвязь увлеченности, мотивационных и гигиенических факторов с трудовыми интересами работников. Психологические исследования. 2022. Т. 15, № 81. С. 7. URL: <https://psystudy.ru>

² Трапицына С.Ю. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности // Москва ; Издательство Юрайт, 2024. – 362 с. URL: <https://urait.ru/viewer/motivaciya-i-stimulirovanie-trudovoy-deyatelnosti-537022>

³ Оценка удовлетворенности персонала: методы и приемы // Акцион. 2024 URL: <https://www.hr-director.ru/article/63014-otsenka-udovletvorennosti-personala-uznaem-nastroeniya-rabotnikov>

⁴ Змиевская Е. Вовлеченность сотрудников: индикатор успеха образовательной организации // Федеративная академия дополнительного образования. 2023. URL: <https://clck.ru/3DSbME>

⁵ Федоринов В. И., Антонова Н. В. Трудовая мотивация сотрудников финансовой организации: связь с увлеченностью и удовлетворенностью работой // Организационная психология, 2024. Т. 14. № 1. С. 173-195. URL: <http://orgpsyjournal.hse.ru>

RELATIONSHIP OF THE CONCEPTS MOTIVATION, EMPLOYEE ENGAGEMENT AND SATISFACTION

© 2024 Abzalimova Ralina Rafisovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: abzalimovaralina466@gmail.com

Keywords: motivation, involvement, job satisfaction.

The article is devoted to assessing the relationship between the concepts of motivation, involvement and employee satisfaction. An analysis of each concept was carried out, their key role was identified, based on the widespread theories of Herzberg and Abraham Maslow.

* Scientific adviser – **Sharikova Yulia Vitalievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ В ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

© 2024 Айзатуллин Ирек Фаритович*
аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет
E-mail: dr_b@mail.ru

Ключевые слова: технологии, трансфер технологий, мировая экономика, ресурсы, сотрудничество.

Статья посвящена механизмам регулирования национального и международного трансфера технологий. Систематизированы направления реализации механизмов регулирования национального и международного трансфера технологий, наиболее типичные для современных условий хозяйствования. Рассмотрено содержание основных подходов к повышению эффективности механизмов регулирования национального и международного трансфера технологий.

Российская Федерация достаточно активно участвует и в процессах международного трансфера технологий. В частности, основными позициями экспорта технологий из отечественной экономики выступают военные технологии и технологии «двойного назначения», ядерные технологии (в части использования последних для эксплуатации АЭС и производственного процесса в ряде отраслей промышленности), технологии переработки пластмасс, производства полимеров, отдельные инновационные разработки сферы грузового машиностроения, ERP-систем управления операционными процессами компаний и ряд других.

В специальной литературе, преимущественно в системе координат постнеоклассической экономической теории, представлены различные концептуальные подходы к повышению эффективности институционального обеспечения и организационно-экономических механизмов международного трансфера технологий.

Например, П. Петракис и Д. Валсамис предлагают подход, в соответствии с которым на основании построения кривой эффективности развития института международного трансфера технологий целесообразно оперативно а, в идеале, превентивно идентифицировать институциональную ловушку и разработать наиболее рациональную стратегию ее ликвидации.

Основными стратегиями институциональной модернизации сферы международного трансфера технологий, по мнению П. Петракиса и Д. Валсамиса, соответственно, являются:

* Научный руководитель – **Сафиуллин Ленар Наилевич**, доктор экономических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

- качественная модернизация законодательства о внешней торговле высокими технологиями одной страны или нескольких участников процесса международного торгово-экономического сотрудничества;

- «точечная», фрагментарная корректировка содержания такого рода формальных институтов;

- трансформация институтов системы международного права, инициированная международными политическими и экономическими организациями (например, структурами ООН, ЮНЕСКО, Всемирного Банка и др.).

В целом, подход П. Петракиса и Д.Валсамиса к институциональной трансформации сферы международного трансфера технологий представляется достаточно рациональным. Вместе с тем, авторы не уточняют, каким именно образом можно количественно оценить уровень институциональной эффективности. В этой связи применение предлагаемой ими методологии в практике регулирования международного трансфера технологий несколько проблематично.

Дж. Кен и А. Михаэль, в развитие методического инструментария стратегического портфельного анализа, основы которого были аргументированы такими специалистами в области управления предпринимательскими структурами, как И. Ансофф, М. Портер, И. Адизес и др., предлагают портфельную матрицу, на основании которых можно произвести анализ различных вариантов сочетаний действенности и устойчивости институтов (см. рисунок). Правда, инструментарий количественной оценки данных характеристик институтов авторы также не приводят.

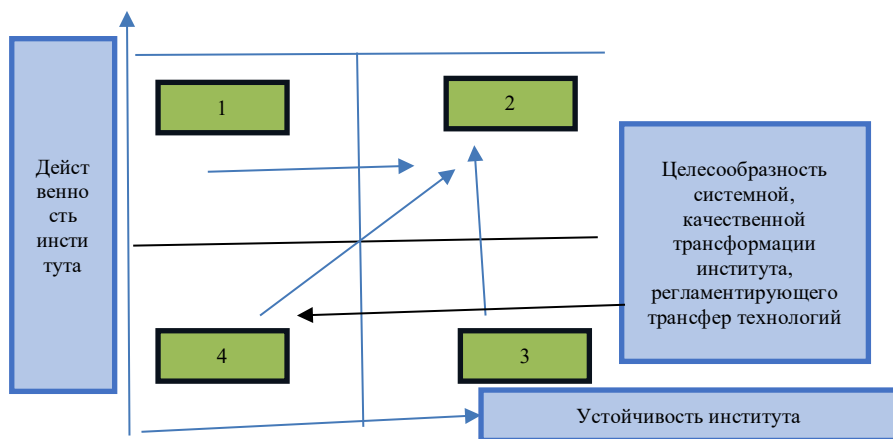


Рис. Подход Дж. Кена и А. Михаэля к оценке целесообразности системной модернизации институтов регулирования трансфера технологий¹

Б. Шолтен и Д. Брандл предлагают следующий алгоритм выявления и предотвращения возможной неэффективности национальных систем права, затрагивающих процессы международной торговли передовыми технологиями и высоко-

технологическими активами (инновационное оборудование, различные группы нематериальных активов и др.)²:

Л. Паласиос-Чихон и Дж. Ломбана, основываясь на методологии теории игр, отмечают, что наиболее рациональными являются такие направления институциональной трансформации системы международного трансфера технологий, при которых между субъектами такого рода межгосударственных торгово-экономических отношений формируются взаимовыгодные, устойчивые равновесия по Парето или Нэшу³. Вместе с тем, конкретные методы формирования такого рода равновесных, эффективных состояний взаимодействия субъектов международного трансфера технологий авторы не приводят.

Одним из факторов недостаточной институциональной эффективности процессов международного трансфера технологий являются ментальные, кросс-культурные различия, проявляющиеся в т.ч. в рамках делового общения представителей предпринимательского сообщества различных государств, в управлении международными компаниями, в т.ч. относящимися к высокотехнологическому сектору, совместными инвестиционными проектами и т.п.

Так, например, достаточно значимыми являются противоречия кросс-культурного характера, как результат взаимодействия неформальных институтов национальных традиций делового общения, между представителями предпринимательского сообщества Российской Федерации и государств исламского мира (Иран, Пакистан, Саудовская Аравия и др.). Основными кросс-культурными противоречиями такого рода являются⁴:

- необходимость исполнения отдельными представителями предпринимательского сообщества арабского мира, являющимися приверженцами ортодоксального ислама, религиозного обряда (намаз) на регулярной основе (шесть раз в день) в специально отведенном, уединенном месте, что не всегда адекватно воспринимается партнерами, придерживающимися христианской религии или атеистами;

- различное понимание представителями российского и исламского предпринимательского сообщества роли корпоративных праздников в управлении трудовыми коллективами международных компаний, в первую очередь к их алкогольной компоненте;

- различия понимания гендерного аспекта развития персонала, в первую очередь роли женщин в предпринимательском сообществе и др.

¹ Ken G. Michael A. Hitt. Great Minds in Management: The Process of Theory Development. — NY., 2021. P.58.

² Scholten B., Brandl D. The road to integration. NY.: International Society of Automation, 2022. P.136.

³ Palacios-Chacon L., Lombana J. International Economic Integration. NY.:EditorialDigitaldelTecnológico de Monterrey, 2023. P.39.

⁴ Андропова И. В. Внешнеэкономическая безопасность России: теория и практика: монография. — М.: Квадрига, 2010. С.219.

TECHNOLOGY TRANSFER IN INNOVATIVE MODERNIZATION OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS

© 2024 Ayzatullin Irek Faritovich*
Postgraduate student
Kazan (Volga Region) Federal University
E-mail: dr_b@mail.ru

Keywords: technology, technology transfer, global economy, resources, cooperation.

The article is devoted to the mechanisms of regulation of national and international technology transfer. The directions of implementation of the mechanisms of regulation of national and international technology transfer, most typical for modern economic conditions, are systematized. The content of the main approaches to increasing the efficiency of mechanisms of regulation of national and international technology transfer is considered.

* Scientific adviser – **Safiullin Lenar Nailevich**, Doctor of Economics, Professor, Kazan (Volga Region) Federal University.

РИСКИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ФИРМ И ИХ МИНИМИЗАЦИЯ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2024 Алборов Ясон Зурабович*
аспирант

Тольяттинский государственный университет
E-mail: yasikalborov@gmail.com

Ключевые слова: поведение фирм, маркетинг, цифровая экономика, совместное потребление, иррациональность.

В статье исследованы риски цифровизации фирм и пути их минимизации в условиях особенностей национальных экономик.

Развитие современных экономических систем различного уровня, в т.ч. компаний разного масштаба и профиля операционной деятельности, непосредственно связана с наличием достаточно широкого круга рисков. Под риском в экономической теории традиционно понимается вероятность потерь финансовых, материально-технических и иных ресурсов, ведущая к снижению показателей экономического эффекта и финансовой эффективности развития компании, таких как прибыль, выручка, рентабельность, коэффициенты текущей ликвидности, финансовой устойчивости и др., и, как следствие, снижению величины рыночной стоимости фирмы.

Процесс цифровизации деятельности современных российских организаций различных отраслей экономики также сопряжен с действием ряда специфических рисков, управление которыми требует, соответственно, формирования специальных механизмов в рамках экономического поведения конкретных фирм. Следует также отметить, что несмотря на интенсивное развитие цифровой экономики для организаций данного сегмента характерен существенно более высокий удельный вес банкротств (финансовой несостоятельности) по сравнению с субъектами традиционной экономики.

Основными из рисков, вытекающих из процессов цифровизации фирм экономики РФ, по нашему мнению, являются:

1. Риск чрезмерной зависимости некоторых субъектов хозяйствования экономической системы РФ от программного обеспечения западного производства.

Так, в контексте новой, крайне существенной волны санкционного давления в отношении отечественной политико-экономической системы (2022-2024 гг.) со стороны США, стран ЕС, ряда дружественных блоку НАТО государств, многие

* Научный руководитель – **Искосков Максим Олегович**, доктор экономических наук, профессор, Тольяттинский государственный университет.

ведущие зарубежные IT-корпорации (Apple, IBM, Microsoft и др.) покинули российские сегменты отраслевого рынка информационного обеспечения и цифровых технологий. Соответственно, определенные проблемы в части автоматизации деятельности были характерны для ряда отечественных компаний, преимущественно крупных по критерию масштаба операционной деятельности, в части обновления информационно-коммуникационных технологий, цифровых платформ и иного программного обеспечения западного производства¹.

В качестве направлений уменьшения данного риска, непосредственно вытекающего из специфики цифровизации отечественных компаний в сложившихся внешнеэкономических условиях, можно выделить:

- ориентация на отечественные аналоги западного программного обеспечения, в т.ч. информационно-коммуникационных сервисов и цифровых платформ, даже при условии несколько меньшей возможной производительности такого рода аналогов;

- временное и вынужденное использование, при условии отсутствия такого рода производительных аналогов, западного программного обеспечения на нелегальной (нелицензионной) основе;

- приобретение IT-обеспечения, произведенного компаниями – резидентами дружественных РФ международных политико-экономических блоков, таких как ЕАЭС, ШОС, БРИКС, ОПЕК+.

2. Риски, связанные с недостаточным качеством программного обеспечения, произведенного резидентами дружественных РФ стран, сложностями оперативного обновления функционала и технической поддержки эксплуатации такого рода нематериальных активов.

Как было отмечено ранее, в условиях новой волны санкций ряд российских компаний переключились на использование отдельных элементов программного обеспечения, производимого государствами, входящими в дружественные финансово-экономические и политические альянсы. Так, среди государств ЕАЭС (основной интеграционный блок постсоветского пространства, в котором РФ играет ключевую роль) наиболее существенным потенциалом в части разработки и последующего продвижения IT-технологий обладают Республика Казахстан и Республика Армения. Соответственно, если в 2021 г. доля цифровых технологий и систем, поставляемых из государств ЕАЭС для использования российскими субъектами хозяйствования, составляла лишь 4,3%, то в 2023 г. она увеличилась до 9,3% от суммарного объема текущего потребления IT-технологий или более, чем в 2,3 раза².

Определенным потенциалом в части производства и сбыта цифровых технологий обладают и компании-резиденты экономических систем КНР и Индии; так, китайские IT-организации специализируются на производстве цифровых платформ управления маркетплейсами, сетями ритейла, имеют сравнительно конкурентоспособные разработки в части отдельных отраслевых ERP-систем оперативного менеджмента производственных процессов; специализацией IT-системы Индии является оффшорное (удаленное) программирование³.

Вместе с тем, приобретение и последующее использование цифровых технологий, произведенных ИТ-компаниями из дружественных стран, в особенности государств дальнего зарубежья, сопряжено с определенными рисками, более существенными по сравнению с аналогичными рисками, вытекающими из процессов взаимодействия с отечественными компаниями – производителями программного обеспечения и цифровых сервисов. Основными из такого рода рисков являются:

- риск завышенной стоимости приобретения цифровых технологий, усиливающийся вследствие того, что значительная часть такого рода международных сделок, несмотря на ситуацию санкционного давления, номинируется в мировых резервных валютах – долларах и евро (около 35,0% операций по приобретению китайских и индийских цифровых технологий российскими субъектами хозяйствования в 2023 г.⁴) – соответственно, довольно существенные флуктуации валютного курса порождают дополнительные финансовые риски для покупателей такого рода информационно-коммуникационных технологий;

- риск недостаточно оперативной и результативной технической поддержки в случаях сбоя в процессах функционирования цифровых технологий, информационных систем и иного программного обеспечения, произведенного компаниями-резидентами дружественных РФ международных альянсов;

- риск, вытекающий из наличия коллизий между отраслевым законодательством РФ в области ИТ-технологий, обеспечения и защиты прав интеллектуальной собственности и сходными системами права государств-контрагентов.

3. Риск недостаточной функциональной конгруэнтности различных элементов информационного обеспечения деятельности организаций. Такого рода риск обычно увеличивается, если различные элементы программного обеспечения разрабатываются разными ИТ-фирмами – производителями.

4. Риск не вполне эффективной интеграции организации с различными сегментами виртуальных рынков, в частности:

- с виртуальным рынком труда (в части не вполне отработанных технологий управления персоналом, привлекаемым на условиях удаленной занятости, не вполне рациональной системы мотивации деятельности данной группы сотрудников организации, не вполне эффективной системы контроля за процессами их трудовой деятельности и т.п.);

- с виртуальным рынком капитала (в случае возможного привлечения финансово-инвестиционных ресурсов на такого рода виртуальных рынках по завышенной стоимости, на не вполне благоприятных для организации-заемщика условиях и т.п.);

- с виртуальным рынком консалтинга (в части возможного привлечения услуг не вполне компетентных отраслевых консультантов и виртуальных экспертов или явных мошенников в данной области (т.н. «инфоцыганство»));

- с виртуальными рынками аутсорсинга и краудсорсинга (в части возможных недостаточно проработанных и, соответственно, не вполне эффективных для компании-заказчика схем удаленного аутсорсингового или краудсорсингового обслуживания, соответственно).

¹ Шарп У. и др. Инвестиции. М.: Дело, 2023. С.326-329.

² Романенко Ю.М. Высокотехнологическое предпринимательство. – М.: Армада, 2022. С.64.

³ Рязанова О.Е., Леонтьева Л.С., Орлова Л.Н., Золотарева В.П. Креативная экономика. – М.: КноРус, 2021. С.317.

⁴ Российская экономика: проблемы и перспективы. – М.: Из-во Института экономической политики, 2023. С.334.

RISKS OF DIGITALIZATION OF FIRMS AND THEIR MINIMIZATION IN THE RUSSIAN ECONOMY

© 2024 Alborov Iason Zurabovich*

Postgraduate student

Togliatti State University

E-mail: yasikalborov@gmail.com

Keywords: consumer behavior, marketing, digital economy, collaborative consumption, irrationality.

The article examines the risks of digitalization of firms and ways to minimize them in the context of the specific features of national economies.

* Scientific adviser – **Iskoskov Maxim Olegovich**, Doctor of Economics, Professor, Tolyatti State University.

ФОРМИРОВАНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ДИАГНОСТИКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2024 Александров Артем Александрович*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: artem6754@gmail.com

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовая устойчивость, аналитические показатели, бухгалтерская финансовая отчетность, диагностика финансового состояния.

В статье представлен состав показателей, используемых для анализа финансового состояния экономического субъекта. Система показателей включает в себя показатели ликвидности, финансовой устойчивости, рентабельности, деловой активности. Сделан вывод об использовании данных показателей для диагностики финансового состояния коммерческой организации.

В настоящее время одним из важнейших объектов управления в деятельности предприятия является его финансовое состояние, которое лежит в основе его конкурентоспособности на рынке. Для принятия управленческих решений, направленных на повышение финансовой устойчивости и платежеспособности, используются аналитические показатели, характеризующие эффективность использования ресурсов. Чем лучше показатели, тем выше стабильность и успешность, а значит предприятие способно эффективно справляться с текущими расходами, привлекать инвестиции и обеспечивать долгосрочный рост. Финансовое состояние предприятия отражает его способность адаптироваться к изменениям рынка и минимизировать риски.

Для эффективного функционирования предприятия важна диагностика его финансового состояния. Она позволяет оценить платежеспособность, выявить слабые места и обеспечить устойчивость работы на долгосрочную перспективу, что помогает избежать кризисных ситуаций, своевременно оптимизировать затраты и планировать будущие инвестиции, что напрямую влияет на качество предоставляемых услуг. Для диагностики финансового состояния используется аналитическая информация, формируемая в процессе проведения анализа форм бухгалтерской отчетности.

Использование аналитической информации в процессе диагностики финансового состояния коммерческой организации представлено в работах исследователей, таких как О. И. Авериной и М. В. Казакова¹, С.А. Амировой², А.А. Высоти-

* Научный руководитель – **Маняева Вера Александровна**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

ной и Н.Я. Ледяевой³, В.В. Зиятдиновой и П.М. Зиятдиновой⁴, В.А. Маняевой⁵, А.В. Пихtareвой⁶, К.С. Шершевой⁷ и других.

Для иллюстрации формирования информации в процессе анализа финансового состояния в исследовании использована бухгалтерская отчетность муниципального предприятия г.о. Самара «Трамвайно-троллейбусное управление» (МП «ТТУ»).

Ключевую роль в оценке финансового состояния исследуемой организации играет анализ ликвидности. Она, в свою очередь, характеризует способность своевременно погашать свои краткосрочные обязательства за счет уже имеющихся активов. От уровня ликвидности зависит, насколько предприятие готово к выполнению текущих обязательств без необходимости прибегать к дополнительным заимствованиям или продаже долгосрочных активов. Результаты расчета показателей ликвидности приведены в табл. 1.

Таблица 1

Расчет показателей ликвидности предприятия МП «ТТУ» г.о. Самара за 2019-2023 гг.*

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Денежные средства, тыс. руб.	144 707	129 517	20 827	46 165	193 139
Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	772 438	935 782	721 132	984 380	835 482
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	104 455	72 979	53 520	505 220	426 853
Оборотные средства, тыс. руб.	384 347	365 266	240 072	734 786	845 758
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,19	0,14	0,03	0,05	0,23
Коэффициент быстрой ликвидности	0,32	0,22	0,10	0,56	0,74
Общий коэффициент покрытия	0,50	0,39	0,33	0,75	1,01

* Составлено автором на основании бухгалтерского баланса МП «ТТУ» г.о. Самара за 2019-2023 гг. <https://bo.nalog.ru/organizations-card/2975238#clarifications>.

В ходе анализа ликвидности МП «ТТУ» было выявлено улучшение ключевых показателей: коэффициент абсолютной ликвидности вырос на 0,04 п.п., что указывает на небольшое повышение способности немедленно погашать свои обязательства; коэффициент быстрой ликвидности увеличился на 0,42 п.п., что свидетельствует об улучшении способности быстро покрывать долги за счет высоколиквидных активов; общий коэффициент покрытия повысился на 0,51 п.п., что говорит о повышении общей финансовой устойчивости предприятия.

Диагностика финансового состояния не обходится без рассмотрения коэффициентов финансовой устойчивости. Для их расчета потребуются данные о собственном капитале, валюте баланса и заемном капитале. Результаты расчета показателей финансовой устойчивости приведены в табл. 2.

Анализ показателей компании за период с 2019 по 2023 годы показывает снижение ее финансовой независимости и инвестиционной активности. Сокращение коэффициента автономии с 0,58 до 0,40 свидетельствует о росте зависимости компании от внешних источников финансирования, что может указывать на снижение ее финансовой устойчивости. Падение коэффициента инвестирования до

0 в 2022 году и его частичное восстановление до 0,04 в 2023 году отражает стратегический фокус компании на минимизации рисков и снижении объема новых инвестиций. Это может говорить о том, что компания направила усилия на стабилизацию текущих операций и снижение долговой нагрузки, что снижает ее инвестиционную привлекательность в краткосрочной перспективе.

Таблица 2

Расчет показателей финансовой устойчивости МП «ТТУ» г.о. Самара за 2019-2023 гг.*

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Собственный капитал, тыс. руб.	1 854 341	1 706 947	2 336 262	2 055 651	1 940 035
Валюта баланса, тыс. руб.	3 196 326	3 122 403	3 767 059	3 964 331	4 887 117
Заемный капитал, тыс. руб.	310 000	255 000	195 000	0	81 776
Коэффициент автономии	0,58	0,55	0,62	0,52	0,40
Доля заемных средств	0,10	0,08	0,05	0,00	0,02
Коэффициент инвестирования	0,17	0,15	0,08	0,00	0,04

* Составлено автором на основании бухгалтерского баланса МП «ТТУ» г.о. Самара за 2019-2023 гг. <https://bo.nalog.ru/organizations-card/2975238#clarifications>.

Дальнейшая диагностика финансового состояния предприятия включает анализ показателей рентабельности. Проанализируем пять основных показателей – рентабельность продаж, собственного капитала, оборотных активов, внеоборотных активов, инвестиций. Расчет показателей приведен в табл. 3.

Таблица 3

Расчет показателей рентабельности МП «ТТУ» г.о. Самара за 2019-2023 гг.*

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Выручка, тыс. руб.	1 654 391	1 299 785	1 502 232	1 526 744	1 488 571
Чистая прибыль, тыс. руб.	-6 007	-169 267	78 742	-279 825	-115 113
Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.	351 388	374 806,5	302 669	487 429	790 272
Внеоборотные активы, тыс. руб.	2 811 979	2 757 137	3 526 987	3 229 545	4 041 359
Собственный капитал, тыс. руб.	1 854 341	1 706 947	2 336 262	2 055 651	1 940 035
Долгосрочные обязательства, тыс. руб.	310 000	255 396	515 283	293 805	1 238 769
Рентабельность продаж	-0,0036	-0,13	0,05	-0,18	-0,08
Рентабельность собственного капитала	-0,0032	-0,10	0,03	-0,14	-0,06
Рентабельность оборотных активов	-0,02	-0,45	0,26	-0,57	-0,15
Рентабельность внеоборотных активов	-0,0021	-0,06	0,02	-0,09	-0,03
Рентабельность инвестиций	-0,0028	-0,09	0,03	-0,12	-0,04

* Составлено автором на основании бухгалтерского баланса МП «ТТУ» г.о. Самара за 2019-2023 гг. <https://bo.nalog.ru/organizations-card/2975238#clarifications>.

За период с 2019 по 2023 год показатели рентабельности предприятия ухудшились, что отражает снижение его эффективности. Увеличение убытков по всем ключевым показателям — рентабельности продаж, собственного капитала, оборотных и внеоборотных активов, а также инвестиций — свидетельствует о проблемах с управлением затратами и неэффективном использовании активов. Это указывает на необходимость срочных структурных изменений для восстановления прибыльности и повышения эффективности управления, оптимизацию затрат и пересмотр стратегии использования активов.

Как мы видим несмотря на то, что показатели ликвидности и финансовой устойчивости продемонстрировали хоть и небольшой, но рост, по показателям рентабельности ситуация удручающая. Для решения проблемы убыточности предприятию следует, например, оптимизировать затраты, предложить городской администрации повысить цены на проезд, эффективнее управлять активами, избавиться от неэффективных инвестиций, улучшить бизнес-процессы через автоматизацию, усилить контроль за финансами и рассмотреть диверсификацию деятельности.

Следующая группа аналитических показателей, используемых в диагностики финансового состояния хозяйствующего субъекта - это показатели деловой активности. Их расчет приведен в табл. 4.

Таблица 4

Расчет показателей деловой активности МП «ГТУ» 2019-2023 гг., тыс. руб.*

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Выручка	1 654 391	1 299 785	1 502 232	1 526 744	1 488 571
Среднегодовая стоимость ОС	2 655 332	2 536 988	2 858 302	3 060 474	3 296 428
Среднегодовая стоимость ОбС	351 388	374 806,5	302 669	487 429	790 272
Среднегодовая стоимость активов	3 226 669	3 159 365	3 444 731	3 865 695	4 425 724
Фондоотдача	0,62	0,51	0,53	0,50	0,45
Оборачиваемость оборотных средств	4,71	3,47	4,96	3,13	1,88
Оборачиваемость капитала	0,51	0,41	0,44	0,39	0,34

* Составлено автором на основании бухгалтерского баланса МП «ГТУ» г.о. Самара за 2019-2023 гг. <https://bo.nalog.ru/organizations-card/2975238#clarifications>.

С 2019 по 2023 год МП «ГТУ» демонстрирует снижение эффективности использования своих ресурсов, что выражается в уменьшении фондоотдачи на 0,17 п.п., снижении оборачиваемости оборотных средств на 2,82 п.п. и оборачиваемости капитала на 0,18 п.п. Эти показатели указывают на возможные проблемы в управлении активами, замедлении оборота запасов, снижении спроса на продукцию и услуги, а также на трудности с взысканием дебиторской задолженности. Кроме того, важно сказать, что снижение оборачиваемости капитала может быть связано с увеличением долгосрочных активов, ростом капитальных затрат или недостаточным количеством прибыли, что также указывает на необходимость

пересмотра стратегии управления ресурсами для повышения эффективности компании.

На основании аналитических показателей можно сделать вывод, что финансовое состояние МП "ТТУ» за период 2019–2023 гг. испытывает серьезные финансовые трудности. Несмотря на незначительное улучшение показателей ликвидности и финансовой устойчивости, такие как рост коэффициента покрытия и снижение доли заемных средств, показатели рентабельности ухудшились, что свидетельствует о снижении эффективности управления активами и росте убытков. Анализ показателей деловой активности также указывает на снижение эффективности использования ресурсов, что требует пересмотра бизнес-стратегий.

Аналитические показатели, рассчитанные за отчетные периоды, в полной мере могут быть использованы для диагностики финансового состояния. Для этих целей в рамках управленческого учета формируются прогнозные показатели деятельности и их целевые значения. Это позволит разработать финансовую стратегию организации на перспективу и осуществлять мониторинг внутренней и внешней среды для принятия управленческих решений по ее реализации и при необходимости принятия соответствующих корректировок.

¹ Аверина, О. И. Финансовое состояние как объект аудита и анализа / О. И. Аверина, М. В. Казаков // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 9(122). – С. 1185-1188. – DOI 10.34925/ЕІР.2020.122.9.232.

² Амирова, С. А. Экономическая диагностика предприятия: анализ и рекомендации для улучшения финансового состояния / С. А. Амирова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2023. – № 4. – С. 506-511.

³ Высотина, А. А. Анализ и диагностика финансового состояния организации / А. А. Высотина, Н. Я. Ледяева // Аллея науки. – 2018. – Т. 1, № 5(21). – С. 253-256.

⁴ Зиятдинова, В. В. Анализ и диагностика финансового состояния и платежеспособности организации / В. В. Зиятдинова, П. М. Зиятдинова // Вестник Димитровградского инженерно-технологического института. – 2017. – № 1(12). – С. 103-110.

⁵ Маняева, В. А. К вопросу о стратегическом контроле расходов коммерческой организации / В. А. Маняева, В. А. Пискунов // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 14-й Международной научно-практической конференции: в 3-х частях, Самара, 12–13 ноября 2015 года. Том Часть 3. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2015. – С. 78.

⁶ Пихтарева, А.В. Теоретико-методологические аспекты исследования финансовой устойчивости предприятия / А.В. Пихтарева // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99). С. 16-17.

⁷ Шершева, К. С. Анализ и диагностика финансового состояния корпорации / К. С. Шершева // Экономика. Инновации. Управление качеством. – 2018. – № 1(22). – С. 55а-57.

FORMATION OF ANALYTICAL INFORMATION FOR DIAGNOSTICS OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE ENTERPRISE

© 2024 Alexandrov Artem Alexandrovich*
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: artem6754@gmail.com

Keywords: financial condition, financial stability, analytical indicators, accounting financial statements, diagnostics of financial condition.

The article presents a composition of indicators used to analyze the financial condition of an economic entity. These indicators include those for liquidity, financial stability, profitability, and business activity. The article concludes that these indicators can be used to diagnose the financial health of a commercial organization.

* Scientific adviser – **Manyшева Vera Alexandrovna**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ ЗАДАННОГО ОТКЛОНЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ РИСКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ

© 2024 Александрова Алина Олеговна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: Alinal Alexandrova.a@yandex.ru

Ключевые слова: инвестиционный портфель, оценка рисков, риск-менеджмент, оптимизация портфеля.

Статья посвящена совершенствованию методов оценки рисков инвестиционного портфеля ценных бумаг и других рисковых активов. Предлагаются более гибкие подходы к оценке неопределенности в оценке риска инвестиционного портфеля.

Бурное развитие отечественного фондового рынка требует творческого изучения и критического анализа зарубежного опыта. Практика развитых стран показывает, что действенным инструментом приспособления к изменениям внешней среды является система стратегического управления инвестициями. Стратегия должна учитывать цели инвестора, которые, как правило, сводятся к обеспечению доходности, надежности и ликвидности инвестиций в ценные бумаги. Проблема состоит в противоречивости этих характеристик портфеля, что в свою очередь приводит к желанию каким-либо образом сбалансировать (оптимизировать) эти показатели. Традиционные постановки и решения задач оптимизации структуры портфеля базируются на использовании аппарата стохастических дифференциальных уравнений и теории управления стохастическими процессами.

Наиболее используемые на практике модель оптимизации инвестиционного портфеля по критериям риск – доходность, предложенная Г. Марковицем, индексная модель У. Шарпа и многие другие используют эффект диверсификации для снижения несистематического риска портфеля и оценивают риск портфеля как среднее квадратическое отклонение его доходности¹. Однако эти подходы не учитывают уровень допустимых потерь, размер которых важно учитывать особенно консервативным инвесторам стремящимся к стабильной доходности и наименьшим «просадкам» стоимости портфеля².

Целью работы является разработка подхода, позволяющая оценить не только изменчивость портфеля, но и изменчивость портфеля исходя из целей инвести-

* Научный руководитель – **Портнов Константин Валерьянович**, кандидат технических наук, доцент, Самарский государственный технический университет.

рования, в нашем случае предлагается подход позволяющий оценить вероятность безубыточности портфеля.

Рассматривая доходность E_p , как случайную величину с нормальным распределением и учитывая свойства функции распределения получаем:

$$P(\alpha < X < \beta) = \int_{\alpha}^{\beta} f(x)dx, \quad (1)$$

где $[\alpha, \beta]$ - границы заданного интервала, $f(x)$ – плотность распределения.

По нашему мнению, поставленной цели наиболее полно отвечает следующий подход. Он состоит в том, что состав портфеля для инвестора, избегающего риска, подбирается таким образом, чтобы максимизировать вероятность безубыточности. В этом случае необходимо оценить событие, состоящее в том, что отклонение доходности от своего математического ожидания (ожидаемой доходности), по модулю не превысит величины ожидаемой доходности $\hat{E}$, т.е. другими словами будет находиться в интервале $[0, 2\hat{E}]$

С учетом поставленной задачи выражение (1) примет вид:

$$P(|E_p - \hat{E}| < \hat{E}) = 2\Phi\left(\frac{\hat{E}}{\sigma_p}\right), \quad (2)$$

где Φ – функции Лопласа; σ_p - среднееквадратическое отклонение доходности.

Используя известную методику нахождения среднееквадратического отклонения портфеля, используя ковариационную матрицу доходности активов, а также учитывая естественные ограничения получаем постановку задачи оптимизации:

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{функция цели :} \\ f = 2\Phi\left(\frac{\hat{E}}{\sigma_p}\right) \Rightarrow \text{MAX}, \\ \text{Ограничения :} \\ \sigma_p = \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N (v_i * v_j * \sigma_{ij})^{0.5}, \text{--С.К.О. портфеля} \\ \hat{E} = \sum_{i=1}^N v_i * E_i, \text{--ожидаемая доходность} \\ \sum_{i=1}^N v_i = 1 \end{array} \right. \quad 3)$$

В такой постановке задача решается методами нелинейного программирования.

Приведенный подход позволяет ввести некоторую определенность и оценить изменение доходности инвестиционного портфеля в определенных границах, что является несомненным достоинством. Однако остается риск того, что величина изменения доходности будет неприемлемой для инвестора и приведет к нежелательным убыткам, уровень которых оценить невозможно.

¹ Портнов, К. В. Анализ оценки неопределенности инвестиционного портфеля / К. В. Портнов // Математическое моделирование и краевые задачи : Труды Третьей Всероссийской научной конференции, Самара, 29–31 мая 2006 года / Редколлегия: В. П. Радченко (ответственный редактор), Э. Я. Рапопорт, Е. Н. Огородников, М. Н. Саушкин (ответ-

ственный секретарь). Том Часть 4. – Самара: Самарский государственный технический университет, 2006. – С. 80-82. – EDN TGOHNF.

² Портнов, К. В. Синтез программного алгоритма и архитектуры приложения по автоматизированному сбору информации в сетевых агрегаторах / К. В. Портнов, М. А. Фошин // Экономика и качество систем связи. – 2024. – № 3(33). – С. 97-108. – EDN LKXEXG.

³ Панюкова, Е. В. Автоматизация управления IT-инцидентами компании / Е. В. Панюкова, К. В. Портнов // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2024. – № 3. – С. 89-94. – DOI 10.26118/2782-4586.2024.98.80.013. – EDN CJHST.

⁴ Портнов, К. В. Разработка автоматизированной информационной системы скоринга на основе многофакторной логистической регрессии / К. В. Портнов, Р. А. Олин, Е. А. Харитоновна // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2024. – № 3. – С. 157-167. DOI 10.26118/2782-4586.2024.23.62.024. – EDN SEEWBTB.

⁵ Портнов, К. В. Анализ процессов документооборота агентств по реализации объектов недвижимости / К. В. Портнов // В мире научных открытий. – 2010. – № 2-4(8). – С. 85-86. EDN MUKURZ.

⁶ Портнов, К. В. Актуальные проблемы и задачи автоматизированных систем в сфере ЖКХ / К. В. Портнов, Е. В. Панюкова // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2024. – № 2. – С. 230-236. – DOI 10.26118/2782-4586.2024.35.72.033. – EDN AEQRQFJ.

⁷ Портнов, К. В. Эмпирическая оценка качества программной системы оптимизации использующей генетические алгоритмы / К. В. Портнов, А. Г. Золин, Ю. С. Даньшина // Научно-технический вестник Поволжья. – 2024. – № 8. – С. 103-106. – EDN NJLTHV.

⁸ Олин, Р. А. Инновационный менеджмент предприятия в условиях взаимодействия с машинными клиентами и автономными агентами на основе искусственного интеллекта / Р. А. Олин, К. В. Портнов, Е. С. Шатрова // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2024. – № 3. – С. 218-224. – DOI 10.26118/2782-4586.2024.24.43.033. – EDN OJZVMH.

⁹ Портнов, К. В. Программная реализация алгоритма фильтрации временных рядов для создания торгового бота / К. В. Портнов // Экономика и качество систем связи. – 2024. – № 2(32). – С. 136-148. – EDN BDKAPM.

¹⁰ Портнов, К. В. Разработка информационной системы на основе многофакторной логистической регрессии / К. В. Портнов // Информационные технологии. Радиоэлектроника. Телекоммуникации. – 2012. – № 2-3. – С. 129-133. – EDN PEDEUX.

¹¹ Портнов, К. В. Информационные технологии в оценке показателя лояльности клиентов / К. В. Портнов // В мире научных открытий. – 2011. – № 3(15). – С. 254-258. – EDN OCSJNX.

USING THE PROBABILITY OF A GIVEN DEVIATION TO ASSESS THE RISK OF AN INVESTMENT PORTFOLIO

© 2024 Aleksandrova Alina Olegovna*
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: Alinalexandrova.a@yandex.ru

Keywords: investment portfolio, risk assessment, risk management, portfolio optimization.

The article is devoted to improving the methods for assessing the risks of an investment portfolio of securities and other risky assets. More flexible approaches to assessing uncertainty in assessing the risk of an investment portfolio are proposed.

* Scientific adviser – **Portnov Konstantin Valerianovich**, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

КОНКУРЕНТНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ АВТОВАЗА В УСЛОВИЯХ КИТАЙСКОЙ ЭКСПАНСИИ

© 2024 Анохин Егор Сергеевич*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: anokhin.anonim@yandex.ru

Ключевые слова: АВТОВАЗ, автомобильный рынок, конкуренция, китайская экспансия, китайский автопром, доля продаж.

Данная статья посвящена сравнению конкурентных способностей тольяттинского завода АВТОВАЗ с китайским автопромом. Отмечены особенности положения АВТОВАЗа в период экономических санкций, изучена статистика продаж автомобилей LADA и автомобилей китайского производства. Рассмотрены комментарии президента АВТОВАЗа по поводу конкуренции с Китаем. Выделены текущие аспекты начинающегося ослабления конкурентного положения АВТОВАЗа на фоне активного развития китайского автопрома в России.

АВТОВАЗ является одним из крупнейших отечественных производителей автомобилей на внутренний рынок и на экспорт, он входит в перечень системообразующих организаций России. До начала санкционного периода в 2022 году, российский автогигант стойко вел конкуренцию с такими европейскими, американскими и японскими автоконцернами как Volkswagen AG, Volvo, Renault, Nissan, Mitsubishi, Mazda и др. Но во время санкционного периода 46 автопроизводителей из недружественных стран ушли из России, отказавшись от проектов в нашей стране, впоследствии чего произошло сильное падение продаж автомобилей в РФ. Их место занял дружественный нам Китай, который также прочно занимал конкурентную нишу наравне как с нашим, так с иностранным автопромом. Таким образом, на новой экономической арене российского авторынка двумя самыми видными игроками стали китайские компании и российский лидер рынка АВТОВАЗ.

После начала санкций, АВТОВАЗ оказался в двойственном положении. С одной стороны, после ухода иностранных автоконцернов доля продаж автомобилей марки LADA существенно возросла. А с другой стороны, санкции стали для отечественного завода весьма серьезным испытанием. Дело в том, что с 2009 года АвтоВАЗ начал постепенно встраиваться в международную систему поставок концерна Renault–Nissan, а с 2014 года, полностью попав под контроль иностран-

* Научный руководитель – **Бессонов Игорь Сергеевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, организации и стратегии развития предприятия, Самарский государственный экономический университет.

ных концернов, вся его производственная деятельность стала зависеть от немецких, французских, японских и других производителей автокомпонентов. После того, как в 2022 году из-за санкций данная система поставок прекратилась, руководству АВТОВАЗа пришлось экстренно находить поставщиков комплектующих на территории всей РФ. При этом, производство определенной части необходимого оборудования для сборки автомобилей отсутствует в России, что является основной причиной торможения импортозамещения в автомобильной промышленности. Поэтому, часть комплектующих завозятся с Китая.¹ В целом, восстановление поставок деталей заводу поспособствовало тому, что АВТОВАЗ продолжает работу и по сей день.

Однако, в настоящий момент АВТОВАЗ находится в условиях активного освоения Китаем российского автомобильного рынка, что называют его экспансией. Согласно статистике продаж автомобилей за 2023 год, составленный аналитическим агентством «Автостат», самым популярным иностранным и то же время китайским брендом после LADA, лидером рейтинга стал Chery, у которого объем продаж автомобилей составил 118 950 единиц, что в 3 раза больше, чем в 2022 году. Далее пять позиций тоже занимают китайские бренды – Haval (111 720 ед.), Geely (93 553 ед.), Changan (47 765 ед.), EXEED (42 152 ед.) и OMODA (41 983 ед.). При этом, и Haval, и Geely, и EXEED – все их продажи выросли в 3,3 – 3,5 раза в 2023 году по сравнению с 2022 годом. А вот у Changan и OMODA рост произошел в 18,7 раз и 33,9 раз соответственно. Вследствие чего, если рассматривать рыночную деятельность китайского автопрома с точки зрения продаж автомобилей, за 2023 год доля Китая уже превысила 50%, в то время как в 2022 году она составляла 19%.² Также можно обратиться и к динамике брендов китайских автомобилей. Так, до 2023 года были официально представлены в России 16 китайских марок. Уже в 2023 году на российский автомобильный рынок официально вышли 18 новых китайских марок, и если к этим числам добавить неофициальные китайские марки, то есть автомобили которых продаются по параллельному импорту (всего более 20-ти), получится уже около 60 брендов, представляющих китайский автопром.³ Наличие достаточно большого числа марок влечет за собой увеличение автосалонов, сервисных центров и дилерских сетей на территории РФ. Это подтверждают и статистические данные Автостата, согласно которым на октябрь 2023 года в России уже 56,3% дилерских центров принадлежат китайским маркам, при этом в том же месяце 2022 года им принадлежало чуть более четверти (26,4%).⁴

А что касается АвтоВАЗа, то в целом продажи LADA за 2023 год выросли на 87%, составив 352572 штуки, а доля тольяттинского автогиганта на российском автомобильном рынке, как уже было ранее упомянуто, выросла и достигла рекордных за последние два десятка лет показателей – около 35%. При том, в отличие от китайского автопрома, у которого отдельные марки насчитывают более десятка моделей, у марки LADA ограниченный модельный ряд. Основной объем продаж данной марки составляют всего лишь две модели – Granta и Vesta (206116 и 49272 автомобилей продано за 2023 год соответственно). Продажи семейства LADA NIVA составили 92003 штуки, этот объем почти поровну делят ее две мо-

дели Legend и Travel.⁵ То есть, выходит, что примерно 72% продаж АвтоВАЗа сейчас приходится всего на две модели – LADA Granta и LADA Vesta – достаточно бедный выбор, в то время как у каждого из приходящих на российский авторынок китайских брендов модельный ряд может состоять из десятка моделей. Но стоит отметить, что данная проблема не осталась без внимания от совета директоров АВТОВАЗа, утвердившего в конце декабря 2023 года концепцию развития компании до 2030 года, цель которой – сохранение лидирующего положения марки LADA на российском авторынке. Согласно этой концепции, завод планирует выпустить 12 новых моделей LADA в различных сегментах⁶. И она уже начинает реализовываться: так, осенью 2024 должен произойти выпуск новой модели LADA Aura, созданной на базе LADA Vesta. А на начало 2025 года намечен старт производства еще одной новой марки LADA Iskra.

Как видно, конкурентное противостояние между АВТОВАЗом и китайским автопромом начинает складываться не в пользу тольяттинского автогиганта, несмотря на то что LADA остается самым продаваемым автомобилем в России. Данная ситуация не осталась без критической реакции президента АВТОВАЗа Максима Соколова. В интервью он заявлял о сложности открытой конкуренции с китайским авторынком, так как его объем не сопоставим с российским. Также, Максим Соколов добавлял, что неравные условия конкуренции АВТОВАЗа с китайским автопромом определяются тем, что у последнего имеются такие выгоды как низкая стоимость автокомпонентов, низкая ключевая ставка в КНР и отсутствие жесткого санкционного давления китайских компаний в отличие от отечественных.⁷

По факту, российский авторынок оказался крайне перспективен для Китая, так как это является примером масштабной экспансии китайских автопроизводителей за пределами своих границ. При этом, сам АВТОВАЗ, за все время своего существования, не смог создать и реализовать долгосрочную эффективную стратегию экспансии на зарубежные рынки по причине малого модельного ряда, его редкого обновления, низкого экологического класса и малоэффективных маркетинговых кампаний. Да, на сегодняшний момент времени тольяттинский автогигант осуществляет экспорт в некоторые страны СНГ и дальнего зарубежья, однако эти поставки не сравнятся с экспортом китайского автопрома. Но учитывая стабильное финансовое положение завода и его широкие производственные возможности, можно уверенно утверждать, что АВТОВАЗу по силам реализовать цель существенного роста внутренних и внешних продаж своего бренда LADA и не потерять своего ведущего положения на авторынке в конкуренции с Китаем.⁸

Таким образом, АВТОВАЗ все еще сохраняет за собой лидерство в продажах на автомобильном российском рынке, но его конкурентное положение ослабевает вследствие активного освоения Китая на нем. При этом, у китайского автопрома имеются такие преимущества как более благоприятные макроэкономические условия и огромная компонентная база. Поэтому, АВТОВАЗу в условиях китайской экспансии необходимо создавать и развивать новые модели марки LADA, расширять свои дилерские сети и улучшать маркетинговый контент. Только при активной работе над разработкой и реализацией соответствующих

технологий, тольяттинский автогигант будет продолжать преуспевать на рынке, несмотря на сильных конкурентов.

¹ Грамматчиков А. Нелады с «Ладой» / А. Грамматчиков // Монокль, 2024. – № 38 (1357). – С. 12–15.

² Продажи новых легковых автомобилей в России в 2023 году и в декабре // Аналитическое агентство «Автостат». URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/56543/> (дата обращения: 19.09.2024)

³ Не оставили выбора: китайские машины заполнили авторынок России // Российская газета – Столичный выпуск: №290(9235). URL: <https://rg.ru/2023/12/19/ne-ostavili-vybora-kitajskie-mashiny-zapolonili-avtorynok-rossii.html> (дата обращения: 19.09.2024)

⁴ Более половины всех автодилеров в России – у китайских марок // Аналитическое агентство «Автостат». URL: <https://www.autostat.ru/infographics/56038/> (дата обращения: 19.09.2024)

⁵ АвтоВАЗ в 2023 году: рост продаж и производство // Официальный сайт LADA. URL: <https://www.lada.ru/press-releases/122059> (дата обращения: 19.09.2024)

⁶ Совет директоров «Автоваза» одобрил стратегию развития компании до 2030 года // Информационное агентство ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/19647949> (дата обращения: 20.09.2024)

⁷ Глава "АвтоВАЗа" рассказал о неравной конкуренции с китайским автопромом // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20240617/avtovaz-1953441887.html> (дата обращения: 19.09.2024)

⁸ Капустина Л.М., Макушкин А.В. Проблемы и перспективы автомобильного бренда Lada // Деловой вестник предпринимателя. 2022. №4 (10). С. 27.

AVTOVAZ'S COMPETITIVE POSITION IN THE CONTEXT OF CHINESE EXPANSION

© 2024 Anokhin Egor Sergeyevich *

Student

Samara State University of Economics

E-mail: anokhin.anonim@yandex.ru

Keywords: AVTOVAZ, car market, competition, Chinese expansion, Chinese car industry, sales share.

This article is devoted to the comparison of competitive abilities of AVTOVAZ plant in Togliatti with the Chinese car industry. The peculiarities of AVTOVAZ's position in the period of economic sanctions are noted, the statistics of sales of both LADA and Chinese-made cars is studied. Comments of the president of AVTOVAZ on competition with China are considered. Current aspects of the beginning weakening of AVTOVAZ's competitive position against the background of active development of the Chinese car industry in Russia are highlighted.

* Scientific adviser – **Bessonov Igor Sergeyevich**, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Economics, Organization and Enterprise Development Strategy, Samara State University of Economics.

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

© 2024 Архипова Олеся Андреевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: arkhipovaolesya.13@gmail.com

© 2024 Шеянова Екатерина Михайловна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: nsheyanova@mail.ru

Ключевые слова: налоги, субъекты малого предпринимательства, проблемы налогообложения, налоговая система, малый бизнес, малые предприятия, малое предпринимательство, государственная поддержка предпринимательства.

Авторами в статье определено экономическое понятие малого предпринимательства для целей налогообложения в экономике Российской Федерации. Проанализированы современное положение субъектов малого предпринимательства, основные проблемы и особенности налогообложения. Предложены возможные пути решения выявленных проблем.

Малое предпринимательство на современном этапе играет ключевую роль в экономике России, благоприятствуя созданию рабочих мест, внедрению цифровых технологий, развитию регионов и увеличению количества налоговых поступлений. Однако налогообложение субъектов малого предпринимательства остается одной из самых актуальных и одновременно проблемных тем. Сложность понимания налогового законодательства, довольно высокая налоговая нагрузка и недостаточная поддержка со стороны государства создают риски для успешного функционирования субъектов малого предпринимательства и его активного развития.

Налоги являются очень важной составляющей бюджетной системы Российской Федерации, а она в свою очередь отмечается как важное звено общественных финансов. Определение налогов согласно статье 8 Налогового Кодекса Российской Федерации: под налогом понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований¹.

В свою очередь совокупность налогов, взимаемых в Российской Федерации, основных правил их взимания и деятельности налоговых органов, называется налоговой системой. Налогоплательщиками называют юридических, физических лиц, а также налоговых агентов, то есть тех, кто непосредственно исчисляет и уплачивает налоги. Налоговая система играет важную роль в деятельности государства в целом, она обеспечивает эффективное распределение финансовых ресурсов в стране. Необходимым условием является адаптация налоговой системы к новым общественным отношениям, ведь вводимые в нее новые законодательные акты должны соответствовать актуальной ситуации в экономике³.

Стоит отметить, что современные системы налогообложения определяют, какой объем налоговых обязательств налогоплательщики перечисляют в бюджеты различных уровней. Для субъектов малого предпринимательства необходимо выбрать правильный налоговый режим, так как его рациональный выбор помогает бизнесу снизить налоговую нагрузку.

В 2024 году для субъектов малого предпринимательства в РФ доступны следующие системы налогообложения:

1. Общая система налогообложения (ОСН). Является универсальным режимом, так как отсутствует привязка к определенному виду деятельности, а также к другим особенностям, присущим бизнесу.

2. Упрощенная система налогообложения (УСН). Особенность данного режима состоит в том, что налогоплательщик самостоятельно может выбрать, что будет облагаться налогом – доходы или же доходы за вычетом расходов⁵.

3. Патентная система налогообложения (ПСН). Это наиболее современное и эффективное средство для развития и поддержки малого предпринимательства. Здесь предприниматель вместо уплаты налогов, заполнения и сдачи налоговых деклараций платит за патент фиксированную сумму в зависимости от вида деятельности.

4. Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН). Данный налоговый режим был разработан и введен в действие для производителей сельскохозяйственной продукции.

5. Налог на профессиональный доход (НПД). Был введен в 2019 году для самозанятых граждан. Предполагает уплату налогов по льготной ставке 4 или 6%.

6. Автоматизированная упрощенная система налогообложения (АУСН). Субъекты малого предпринимательства освобождены от уплаты страховых взносов, сдачи налоговых деклараций и определенной части отчетов за сотрудников.

Прежде чем выбрать определенную систему налогообложения, следует изучить критерии и специфику, присущие каждой из них. Выбор необходимо сделать, следуя принципам и правилам, зафиксированным в Налоговом Кодексе РФ, а также исходя из специфики бизнеса.

Малое предпринимательство является важнейшим элементом успешной рыночной системы. Оно предполагает открытие новых субъектов малого предпринимательства, благодаря чему создаются новые рабочие места, а значит, сокра-

щается безработица. Благодаря малому бизнесу повышается конкуренция на рынке товаров и услуг, а также качество и уровень жизни населения. Поэтому поддержка малого предпринимательства считается одной из важных задач государства⁴.

В 2007 году в России с целью оказания поддержки малому и среднему предпринимательству был принят Федеральный закон №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Данный законодательный акт требует реформирования, так как зачастую малые предприниматели сталкиваются с рядом проблем в сфере налогообложения. Например, к уменьшению количества организаций или к замедлению развития малого бизнеса, в наиболее серьезных и запущенных ситуациях даже к банкротству или к ликвидации организации.

Российская Федерация выделяется среди других государств высоким уровнем сложности и нестабильности налогового законодательства. Частые изменения в законодательстве затрудняют планирование бизнеса и могут приводить к непредвиденным расходам. Для того чтобы избежать возможных трудностей, следует скорректировать налоговое законодательство и по возможности привести его к стабильности. Система налогообложения станет более понятной для налогоплательщиков. Особенно актуален этот вопрос для начинающих предпринимателей.

Несмотря на наличие упрощенных режимов, которые предоставляет законодательство, многие субъекты малого предпринимательства испытывают высокую налоговую нагрузку. Это особенно ощутимо в условиях экономической нестабильности государства. Данная проблема ограничивает возможности предпринимателей для расширения бизнеса и инвестирования и в конечном итоге приводит к развитию теневого бизнеса, что негативно сказывается на экономической обстановке в стране. Решить данную проблему может оптимизация налоговой нагрузки, которая включает в себя выбор подходящей системы налогообложения и организационной системы. Благодаря этому минимизация налогов становится законной.

В налоговом законодательстве закреплены довольно сложные процедуры отчетности по итогам деятельности субъектов малого предпринимательства. Малый бизнес испытывает сложности во взаимодействии с налоговыми органами, это создает дополнительные трудности для предпринимателей, увеличивая затраты и отвлекая их от основной деятельности. Чем проще будет законодательная система ведения бизнеса, тем больше внимания будет уделяться сфере предпринимательства, ведь молодые бизнесмены без особых проблем смогут зарегистрировать и успешно вести свой проект.

Зачастую индивидуальные предприниматели недостаточно грамотны в сфере налогообложения и не осведомлены нужной информацией. Незнание предпринимателя о существующих мерах поддержки значительно сужает круг его возможностей и повышает риски, связанные с появлением грубых ошибок и несением потерь.

Безусловно, малое предпринимательство играет особую роль в экономике. Оно способствует экономическому росту и решает такие проблемы, как безрабо-

тица или дефицит каких-либо товаров и услуг, повышая их качество ввиду растущей конкуренции на рынке. К тому же, малый бизнес более гибкий и способен реагировать на различные изменения в экономике быстрее крупного бизнеса.

Конечно, в нашей стране существуют меры, направленные на поддержку малых предпринимателей, например: упрощенный процесс регистрации и ликвидации предприятия, налоговые льготы, субсидии и сниженные налоговые ставки, государственные закупки у малого предпринимательства, а также достигаемые кредитные программы и государственные гарантии. Для получения таких льгот и субсидий необходимо в соответствии с требованиями подать заявление на их оформление. Однако, необходимо своевременно проверять эффективных данных мер и по возможности корректировать их в зависимости от ситуации в сфере экономики и налогообложения.

В число самых эффективных инструментов поддержки субъектов малого предпринимательства входит современная патентная система налогообложения, которая ввиду некоторых причин не получила достаточного распространения в России. В данном случае, может помочь компромиссное установление цен на патенты различных видов, которое будет выгодно как государству, так и предпринимателям. Также стоит законодательно установить ограничения на уровень ставок по патентам у региональных органов власти, чтобы смягчить возможные колебания и неустойчивость в их стоимости.

Однако вопреки принимаемым мерам налогообложение малого предпринимательства на сегодняшний день все еще является затруднительным и, можно сказать, отягчающим процессом. По данным Федеральной налоговой службы, в 2023 году налоговая нагрузка на субъекты малого предпринимательства составила 12,0%. Это число выше, чем то, что было зафиксировано годом ранее². Для последующего развития и поддержки малого предпринимательства следует снизить налоговую нагрузку и предоставить более благоприятные условия для выхода на предпринимательскую деятельность. К тому же, необходимо предоставление предпринимателям пакета актуальной информации и консультаций по открытию и успешному ведению бизнеса, чтобы максимально уберечь начинающих предпринимателей от больших ошибок, которые могут стоить им успеха.

Таким образом, вышеописанные перемены помогут увеличить эффективность и привлекательность системы налогообложения для малых предпринимателей, способствуя устойчивости их бизнеса. И уже исходя из этого, будет развиваться экономика нашего государства, а значит, и наше государство в целом.

¹ Налоговый кодекс Российской Федерации. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671.

² Федеральная налоговая служба. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/>.

³ Агабекян, О. В. Налоговая система Российской Федерации: учебное пособие для вузов / О. В. Агабекян. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2024. 346 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-17348-2. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/544513> (дата обращения: 25.09.2024).

⁴ Волкова, А. А. Особенности управления финансами в организациях малого бизнеса / А. А. Волкова. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 2 (292). С. 242-244. URL: <https://moluch.ru/archive/292/66113/> (дата обращения: 25.09.2024).

⁵ Мещерякова Т. В. Актуальные аспекты применения упрощенной системы налогообложения: сборник трудов конференции. // Актуальные вопросы современной науки и образования: материалы XI науч.-практ. конф. с междунар. участ. (Мурманск, 4 март 2024 г.) / редкол.: И. В. Богданов [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2024. С. 39-40. ISBN 978-5-907830-13-4. URL: https://phsreda.com/ru/article/110368/discussion_platform (дата обращения: 25.09.2024).

PROBLEMS OF TAXATION OF SMALL BUSINESS ENTITIES IN RUSSIA AND POSSIBLE WAYS TO SOLVE THEM

© 2024 Arkhipova Olesya Andreevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: arkhipovaolesya.13@gmail.com

© 2024 Sheyanova Ekaterina Mikhailovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: nsheyanova@mail.ru

Keywords: taxes, taxation issues, tax system, small business, small enterprises, small entrepreneurship, state support for entrepreneurship.

The authors of the article define the economic concept of small business for tax purposes in the economy of the Russian Federation. The current situation of small business entities, the main problems and features of taxation are analyzed. Possible solutions to the identified problems are also proposed.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ, В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2024 Безрукова Алина Александровна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: a.bezrukova63@mail.ru

Ключевые слова: легализация (отмывание) доходов, теневая экономика, преступные доходы, Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

Статья посвящена изучению особенностей противодействия легализации преступных доходов в финансовой системе Российской Федерации. Исследование особенностей правовых механизмов выявления, рассмотрения и регулирования проблемы со стороны государства позволяет рассмотреть юридический характер данного вопроса. Поиск эффективных и результативных методов его решения позволит рассмотреть актуальные вопросы правоведения.

Одним из наиболее ярких примеров криминального поведения в экономике РФ является легализация преступных доходов субъектами хозяйствования. Актуальность данного исследования обусловлена важным социальным значением для обеспечения национальной экономической безопасности государства, стабильности его финансовой системы в целом. Данный вопрос является объектом постоянного изучения и преодоления, стремление к его решению обуславливает научный интерес как к пробелам этой сферы, так и к актуальным нововведениям, постепенно решающим данную проблему.

Таким образом, изучение современных механизмов преодоления легализации доходов субъектов хозяйствования, полученных преступным путем, является актуальным и важным как с социальной, так и с экономической точки зрения.

Исходя из вышесказанного, *объектом исследования* в данной работе избирается противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем в Российской Федерации.

Данная тема уже имеет свою *историографию*. Для начала, стоит отметить статью Е.Е. Дождевой о влиянии цифровых технологий на финансовую систему РФ, и статью А.В. Буданицкого, в которой описываются рекомендации для мер борьбы с легализацией преступных доходов, описывая способы использования в данном вопросе искусственный интеллект.

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

Также для определения недостатков и особенностей борьбы с легализацией доходов, полученных преступным путем, в данном исследовании использовались труды А.В. Макарова, А.С. Жуковой, Т.Д. Макаренко, а также практическое пособие Г.А. Русанова.

Проанализировав систему мер решения главного вопроса исследования противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, особый интерес представляют труды Ю.Г. Торбина, О.В. Янчуркина «Особенности проведения проверочных действий и возбуждения уголовных дел по фактам легализации преступных доходов...»¹, «Противодействие легализации и незаконному выводу за рубеж банковских активов», а также статья Т. Устиновой². В результате изучения данных научных статей определены основные этапы трансформации правовых аспектов противодействия легализации доходов, полученных преступным путем.

Предметом исследования в данной работе избираются нормативные рычаги контроля и решения проблемы легализации доходов, полученных преступным путем, в денежной системе Российской Федерации.

Цель исследования – выявить характерные черты борьбы с легализацией преступных доходов в РФ.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих конкретных задач:

- охарактеризовать основные сложности и недостатки правового регулирования данного вопроса;
- выявить эффективные решения и меры по противодействию легализации преступных доходов в финансовой системе РФ.

В ходе исследования использованы две группы библиографических источников. К первой группе источников относятся нормативно-правовые акты: Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 N 115-ФЗ; Федеральный закон Российской Федерации от 03.12.2012 №230-ФЗ «О контроле за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам»; Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 7 июля 2015 г. № 32 «О судебной практике по делам о легализации (отмывании) денежных средств или иного имущества, приобретенных преступным путем, и о приобретении или сбыте имущества, заведомо добытого преступным путем».

Ко второй группе относятся документы, описывающие акт как совершения преступлений, так и акты изменения законодательства в сфере решения вопроса: Платформа для банков «Знай своего клиента», в которой можно найти информацию об уровне риска происхождения «подозрительных операций» каких-либо клиентов); Журнал «Обзор событий в сфере противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»³ (конкретно отчеты за 2023-2024 гг.); И статьи «О результатах секторальной оценки рисков легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма»⁴. Говоря о теневой деятельности в сфере финансов,

стоит отметить одно из главных, по мнению Г.А. Русанова, «форм ее взаимодействия с отмыванием преступных доходов»⁵ – легализация.

Существует огромное количество способов, позволяющих совершить преступление в обход налоговой системе Российской Федерации. Проанализируем те, пример которых встречается наиболее часто.

Легализация или отмывание теневых доходов может осуществляться через фонды благотворительности. Организация, занимающаяся преступной деятельностью, может не просто скрывать свои доходы, но и через установленные законодательством нормы обходить налоговую систему, легализуя свои доходы⁶.

Стоит также отметить, анализ финансовых операций при осуществлении импортно-экспортных операций на основе несуществующих соглашений. Прибыль от такой манипуляции идет на счет посредника (как физ., так и юр. лицо), который будет собирать и сохранять данные о «фактической (большой) и вымышленной (маленькой) суммой»⁷.

«Отмывание» происходит часто и через такие виды деятельности, как казино и лотереи, что очень широко распространено в теневом бизнесе.

И.В. Чистякова в своем труде описывает еще один способ легализации, в котором одновременно используется формирование финансовых средств как с преступной, так и с законной деятельности. В основе объединения их материальных ресурсов лежит использование предприятий, обладающих большим объемом наличности, таких как рестораны, отели, игровые автоматы и т.д., которые сами по себе являются легальным источником дохода, который собой перекрывает теневую сторону бизнеса, такого как проституция, наркоторговля, вымогательство и другие⁷.

Борьба с данным явлением является многогранной проблемой, требующей и экономических, и политических, и правовых, и оперативно-розыскных аспектов. Разумеется, результативная борьба с отмыванием денежных средств, полученных преступным путем, возможна лишь при согласованном взаимодействии органов государственной власти. Кроме того, для борьбы с данной проблемой важна вовлеченность частных учреждений: банков и профессиональных специалистов, способных сотрудничать с государством и налаживать процессы, связанные с утечкой финансов⁸.

Законодательство стало активно решать вопрос о доходах, полученных преступным путем, нормативным закреплением основных положений о том, что есть «доход, полученный преступным путем»⁹, что считается «легализацией» таких доходов и других общих понятиях.

Из вышесказанного становится ясно, что основным источником контроля по данному явления определяется, непосредственно, Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», а также Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 7 июля 2015 г. № 32 «О судебной практике по делам о легализации (отмывании) денежных средств или иного имущества, приобретенных преступным путем, и о приобретении или сбыте имущества, заведомо добытого преступным путем».

Данные нормативные акты были созданы не только в качестве отправной точки к выявлению преступной деятельности, но и для осуществления правосудия в виде ее ликвидации.

Вместе с нормативно-правовой базой, соответственно, работают системы государственных органов, задачей которых является выявление такого рода преступлений и последующая борьба с криминальной легализацией преступных доходов¹.

Платформа для банков «Знай своего клиента»¹⁰ также является своего рода положительным аспектом в решении проблемы с легализацией преступных доходов, т.к. в ней пропагандируется вероятная причастность того или иного клиента в существующей криминальной деятельности. Данная платформа позволяет не только уменьшить риск взаимодействия граждан с нарушителями закона, но повысить их информированность в данном вопросе.

Продолжая тему осведомленности граждан с данной проблемой, упомянем журнал «Обзор событий в сфере противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»³. В нем периодически публикуется оценка преобразований законодательства в рамках данной проблемы, начиная с описания новых изданных нормативно-правовых актов, заканчивая отчетами мировых конференций. Таких платформ и журналов существует большое количество⁴, что позволяет заключить, что методы распространения информации развиваются в правильном направлении.

Если говорить об основных задачах и мерах, которые должны быть выполнены и выполняются в отношении данного вопроса, стоит отметить несколько. К наиболее важным аспектам относится периодическое совершенствование законодательства: более жесткие законы, которые могли бы пресечь не только легализацию, но и само существование основных видов преступной деятельности в этой сфере (о которых шла речь ранее).

Не менее важной задачей является внедрение инновационных технологий в решении данного явления. «Внедрение новых государственных цифровых технологий в сферу финансового рынка РФ»¹¹, по Е.Е. Дождевой, необходимо для решения многих вопросов, связанных с правовым регулированием тех или иных вопросов законодательства. Как пишет в своей статье А.В. Буданицкий, до сих пор существует большое количество проблем, связанных «с идентификацией, оценкой и снижением риска отмывания денег»¹² при традиционной системе решения данного вопроса. Все это может разрешиться, по его мнению, с помощью «более современных и сложных подходов, таких как искусственный интеллект»¹².

Также необходимо повышать осведомленность граждан, организуя массовые работы по пропаганде методов борьбы с легализацией доходов, полученных преступным путем.

Таким образом, в процессе проведенного анализа, мы рассмотрели те трудности, которые возникают на пути борьбы с легализацией доходов, полученных преступным путем, а также выявили основные меры, которые выполняются государством в решении данной проблемы. Данный вопрос является достаточно

дискуссионным в сфере правоприменения, скорее всего, в силу его новизны. Данная тема стала обсуждаться относительно недавно, поэтому исследования ее эволюции и особенностей являются актуальными и важными.

¹ Торбин Ю.Г., Янчуркин О.В. Особенности проведения проверочных действий и возбуждения уголовных дел по фактам легализации преступных доходов, совершено с использованием возможностей офшорных зон. 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/283512641_Osobennosti_provedenia_proverocnyh_dejstvij_i_vozbuzhdenie_ugolovnogogo_dela_po_faktam_legalizacii_prestupnyh_dohodov_sovershennoj_s_ispolzovaniem_vozmozhnostej_ofsornyh_zon

² Устинова Т. Уголовно-правовая оценка ст. 174 УК РФ // Уголовное право. 2003. № 2.

³ Обзор событий в сфере противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. М.: Центральный Банк Российской Федерации, 2024. 1-31 мая. URL: https://cbr.ru/counteraction_m_ter/reveiw_podft/

⁴ О результатах секторальной оценки рисков легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма. 2018. URL: https://cbr.ru/press/PR/?file=28122018_190107if2018-12-28T18_50_10.htm

⁵ Русанов Г.А. Проблемы борьбы с легализацией (отмыванием) преступных доходов: Практ. Пособие. М.: Юрайт, 2018. С. 82.

⁶ Торбин Ю.Г., Янчуркин О.В., Маматов В.Г. Противодействие легализации и незаконному выводу за рубеж банковских активов // Журнал российского права. 2016. № 12. С. 94. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protivodeystvie-legalizatsii-i-nezakonnomu-vyvodu-za-rubezh-bankovskih-aktivov>

⁷ Чистякова И.В. Противодействие легализации доходов, полученных преступным путем, как фактор повышения уровня обеспечения экономической безопасности в РФ. Красноярск. 2023. URL: <https://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/150603>

⁸ Макаров А.В., Жукова А.С., Макаренко Т.Д. Проблемы уголовно-правового противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем // Всероссийский криминологический журнал. 2018. Т. 12, № 3. С. 396–406. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-ugolovno-pravovogo-protivodeystviya-legalizatsii-otmyvaniyu-dohodov-poluchennyh-prestupnym-putem>

⁹ Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 N 115-ФЗ (последняя редакция). URL: <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/activity/counteraction/legislation?item=22055166>

¹⁰ Платформа для банков «Знай своего клиента» (об уровне риска вовлеченности в проведении подозрительных операций потенциальных и существующих клиентов). URL: https://svetoforbot.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=112989560&utm_content=16344353365&utm_term=%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B9%20%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B5%D0%B3%D0%BE%20%D0%BA%D0%BB%D0%B8%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%8C%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%B8%D0%BD%D0%BD&etext&yclid=8767957688537579519

¹¹ Дождева Е.Е., Зелина К.Р. Влияние цифровых технологий на финансовую деятельность организаций // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2023. № 2-1. URL: <https://Fwww.elibrary.ru%3Fitem.asp%3Fid%3D54753736&utf=1>

¹² Буданицкий А.В. Современные механизмы обеспечения противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма: риск-ориентированный подход // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № s2. URL: <https://esj.today/issue-s2-2023.html>

LEGAL ASPECTS OF COUNTERING THE LEGALIZATION OF PROCEEDS OF CRIME IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Bezrukova Alina Alexandrovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: a.bezrukova63@mail.ru

Keywords: legalization (laundering) of proceeds, shadow economy, proceeds from crime, the Federal Law «On Countering the Legalization (Laundering) of Proceeds from Crime and Financing of Terrorism».

The article is devoted to the study of the features of countering the legalization of criminal proceeds in the financial system of the Russian Federation. The study of the features of the legal mechanisms for identifying, considering and regulating the problem on the part of the state allows us to consider the legal nature of this issue. The search for effective and efficient methods of solving it will allow us to consider topical issues of jurisprudence.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НАЛОГОВЫХ СИСТЕМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКИ

© 2024 Бережная Виктория Анатольевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: vikabereznaa975@gmail.com

Ключевые слова: Российская Федерация, США, налоговая система, налоговая нагрузка, налогообложение, экономический рост, государственный бюджет.

Статья посвящена сравнительному анализу налоговых систем Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки. Актуальность работы обусловлена тем, что налоговая система играет ключевую роль в формировании государственного бюджета, стимулировании экономического роста и создании благоприятных условий для финансовой активности населения и бизнеса. В статье рассмотрены особенности и принципы налогообложения в обеих странах, уровень налоговой нагрузки, структура налоговых доходов государств.

В современных условиях уровень развития налоговой системы играет ключевую роль в формировании государственного бюджета и перераспределении доходов, в стимулировании экономического роста и создании благоприятных условий для финансовой активности населения, а также положительного инвестиционного и предпринимательского климата.

Налоговая система представляет собой совокупность налогов, сборов, других обязательных платежей и взносов в бюджет и государственные целевые фонды, действующие в установленном законом порядке¹. Высокоразвитая налоговая система характеризуется сбалансированной структурой установленных законодательством поступлений, социально-справедливым механизмом распределения налогового бремени по отношению к налогоплательщикам, уделяя особое внимание незащищенным слоям населения, и нивелированием колебаний экономических циклов. Степень развития налоговой системы отдельного государства напрямую отражает состояние неотъемлемых аспектов его социально-экономической политики. Потому критически важно уделять внимание налоговой системе, которая, в свою очередь, предполагает аккумулялирование и мобилизацию необходимых финансовых ресурсов для реализации государственных функций и направлений развития, например, в социальной сфере.

Вследствие вышесказанного целесообразно сделать акцент на рассмотрении налоговой системы США, которые с середины прошлого века устойчиво зани-

* Научный руководитель – Головачева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

мают лидирующие позиции в рейтинге ВВП: в 2023 году размер их экономики составил 27 трлн долларов². При комплексном анализе влияния множества факторов на успешность державы многие экономисты считают, что налоговые платежи составляют львиную долю бюджетных поступлений, что равным образом обеспечивает широкий потенциал для исполнения государством первостепенных задач и общественных программ.

Рациональным объектом сравнения для налоговой системы США выступает Российская Федерация, поскольку ежедневно между данными странами проводят параллель сопоставления и строят умозаключения об объеме власти на геополитической арене, влиянии на глобальные процессы.

В настоящее время национальная налоговая система нуждается в стабилизации, однако ее определяющим преимуществом, по словам Министерства финансов Российской Федерации, является низкая налоговая нагрузка в сравнении с иными государствами. Это может быть связано с преобладанием в российской экономике крупных сырьевых компаний, которые платят значительные налоги.

Налоговая система является сложным структурированным государственным звеном, включающим множество элементов, уровней и принципов. Сравнивая налогообложение Российской Федерации и США, важно отметить характерные особенности, присущие каждому объекту сравнения, а именно:

- всевозможное многообразие методик расчета налоговых обязательств и режимов;
- иерархичность системы налогов и сборов;
- дифференцированный подход к налогообложению - применение ставок в зависимости от категории налогоплательщика.

Так, опираясь на статьи Налогового Кодекса РФ, иерархия налоговой системы обеспечивает сбалансированность поступлений в бюджеты разных уровней и сочетает в себе федеральные (обязательны к уплате на всей территории страны: НДС, налог на прибыль организаций, НДФЛ и другие), региональные (уплачиваются на территории соответствующего региона: налог на имущество организации, транспортный налог, налог на игорный бизнес) и местные налоги (отчисляются на территории муниципальных образований: земельный налог, налог на имущество физических лиц) и сборы, а также специальные налоговые режимы, например, упрощенная система налогообложения³.

Что касается налоговой системы США, то она также имеет трехуровневую структуру, и каждый штат имеет право устанавливать собственное налогообложение: федеральный уровень, уровень штатов и уровень муниципальных образований. Кроме того, существуют специальные налоговые режимы для поддержки малого бизнеса, стимулирования инвестиций и развития отдельных секторов экономики.

Таким образом, налоговая система Российской Федерации отличается большей централизованностью в сравнении с США. Данный фактор определяет преимущество в стабильности и управляемости налоговых отношений, а также в более эффективном и оперативном использовании налоговых ресурсов страны. Однако есть обратная сторона – рассредоточенность американских налоговых пол-

номочий предоставляет предпосылки для более гибкого реагирования на экономические колебания в отдельных штатах.

Исследуя обобщенные показатели, которые характеризуют процентную долю налоговых поступлений в ВВП страны и предоставляют возможным проанализировать общую налоговую нагрузку на национальную экономику, необходимо отметить, что в Российской Федерации данный параметр варьируется на отметке 32 %, а в США 28 %. В России более высокая налоговая нагрузка на бизнес, в то время как в США больший акцент делается на подоходные налоги с населения. Следовательно, налоговая нагрузка в России существенно превышает аналогичный показатель в США, что отражает различия в подходах к налоговой политике в анализируемых странах.

Существенные отличия также отмечаются при рассмотрении налоговых ставок в рассматриваемых странах. Так, в Российской Федерации стандартная ставка НДС равна 20 % в отличие от США, где данный налог отсутствует на федеральном уровне, но некоторые штаты и муниципалитеты вводят собственные налоги с продаж, размер которых варьируется. Что касается налога на доходы физических лиц, то в нашей стране долгое время использовалась единая ставка, равная 13%, а американской системе характерна прогрессивная шкала ставок НДФЛ от 10% до 35% в зависимости от увеличения налоговой базы. Но в 2025 году посредством реформы Министерства финансов Российская Федерация перейдет на прогрессивное налогообложение, опираясь на успешный опыт зарубежных стран, в том числе США, что поспособствует более равномерному распределению налогового бремени в соответствии с возможностями налогоплательщиков и оперативному реагированию на различного рода колебания путем корректировки налоговых отчислений.

Рассматривая законодательные начала, на которых базируется налоговая система Российской Федерации, можно охарактеризовать ее рядом принципов, которые предполагают справедливость налогового бремени в отношении налогоплательщиков, реальность и сопоставимость с уровнем экономического развития и дееспособностью налогоплательщика. В США стабильность финансовых отношений в долгосрочной перспективе подкреплена принципами справедливости, равенства и законности, которые обеспечивают функционирование сбалансированной, гибкой и эффективной налоговой системы⁴.

В отличие от российской системы налогообложения США ориентированы на прямые налоги (более 70% поступлений), так как косвенное налогообложение противоречит аспекту равномерного распределения доходов, и особое внимание уделяется подоходному налогу⁵. В Российской Федерации налоги, включаемые в цену товаров и услуг, более популяризированы. Они отрицательно сказываются на экономическом развитии из-за снижения платежеспособного спроса граждан, ухудшая качество жизни и инвестиционную активность. Поэтому важно достигать оптимального сочетания прямых и косвенных налогов.

Несмотря на многообразие различий и сходств налоговых систем, нельзя отдать предпочтение какой-то отдельной структуре, так как у каждого анализируемого государства выявлены преимущества и недостатки, преобразование и ком-

плексное улучшение которых обеспечит создание более благоприятных условий для экономической и социальной деятельности и качественного формирования бюджетной части государства.

Подводя итог, становится ясно, что, несмотря на общее сходство принципов построения налоговых систем, Россия и США демонстрируют значительные различия в структуре налогов, степени налоговой нагрузки и в особенностях администрирования. Эти факторы в совокупности оказывают влияние на эффективность налоговых систем и их вклад в социально-экономическое развитие данных государств.

¹ Филиппова, И. А. Налоговая система РФ [Электронный ресурс] / И. А. Филиппова, М. С. Зотова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovaya-sistema-rf> (дата обращения: 15.09.2024).

² Джин, В. 10 экономик — лидеров по ВВП к 2038 году [Электронный ресурс] / В. Джин. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/short/economics-2036/> (дата обращения: 16.09.2024)

³ Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 15.09.2024).

⁴ Степанова, А. Н. Сравнительная характеристика налоговых систем Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки / А. Н. Степанова, А. А. Таболин // Проблемы и перспективы юриспруденции в современных условиях : сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции, Казань, 11 июня 2022 года. Выпуск IV. - Казань: Инновационный центр развития образования и науки, 2022. - С. 143-145.

⁵ Кузнецов, Л. Д. Принципиальные отличия и сходства налоговых систем России и США / Л. Д. Кузнецов // Экономика. - 2021. - № 3. - С. 39-44.

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF THE TAX SYSTEMS OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE UNITED STATES OF AMERICA

© 2024 Berezhnaya Victoria Anatolyevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: vikabereznay975@gmail.com

Keywords: Russian Federation, USA, tax system, tax burden, taxation, economic growth, state budget.

This article is devoted to a comparative analysis of the tax systems of the Russian Federation and the United States of America. The relevance of the work is due to the fact that the tax system plays a key role in shaping the state budget, stimulating economic growth and creating favorable conditions for financial activity of the population and business. The paper considers the features and principles of taxation in both countries, the level of tax burden, and the structure of state tax revenues.

* Scientific adviser – **Golovacheva Larisa Nikolaevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2024 Борzych Анастасия Александровна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: borzykh.nastya@inbox.ru

© 2024 Сараева Мария Евгеньевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: saraeva.marusya@yandex.ru

Ключевые слова: налоги, налоговые режимы, проблемы, малый и средний бизнес, офшоры.

В статье подробно рассматриваются проблемы налогообложения предприятий. Авторами рассмотрены недостатки налогообложения, учитывая современные условия. Предложены способы по разрешению накопившихся проблем в налоговой системе, а именно в налогообложении.

В современной экономической системе государства налогообложение предприятий играет ключевую роль. Оно оказывает прямое воздействие на развитие бизнеса, занятость, общий экономический рост и инвестиционную активность. В настоящих экономических условиях, а именно в период цифровизации, изменениях политических и экономических факторов, а также глобализации, перед налоговой системой предстают новые вызовы. Как итог, предприятия сталкиваются все чаще с новыми проблемами с налогообложением, что явно влияет на их финансовое состояние и, как следствие, на конкурентоспособность. Именно поэтому рассмотрение данной тематики является актуальной на сегодняшний день.

Для начала следует дать понять, что из себя представляет налогообложение предприятий. Итак, это важнейший элемент экономической системы, который оказывает непосредственное влияние на финансовую деятельность компаний. Правильное распределение налоговой нагрузки способствует развитию бизнеса и росту экономики в целом. При этом избыточные или неоправданно сложные налоги могут ограничить возможности предприятий для инвестиций, модернизации и расширения⁵.

В современных условиях вопросы налогообложения приобретают особую актуальность. Проблемы налогообложения предприятий затрагивают как отдель-

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

ные компании, так и государственные интересы, поскольку налоговые поступления являются основным источником бюджетных доходов.

Рассмотрим проблемы налоговой нагрузки для предприятий². Одной из таких и основных является ее чрезмерность. Более остро она ощущается в секторах экономики, именно там, где уровень маржинальности просто не позволяет компаниям легко справляться с дополнительными затратами.

Например, в России доля налоговых отчислений может достигать значительных величин. Как следствие, это затрудняет накопление капитала и ограничивает в возможностях инвестиций. Так, корпоративный подоходный налог, обязательные и имущественные налоги, социальные взносы существенно влияют на издержки бизнеса. В таком случае компании либо прибегают к сокращению издержек на развитие, либо принимают решение об уходе в теневой сектор экономики. Здесь мы понимаем, что это только подрывает налоговую базу государства.

Помимо этого, существуют и административные барьеры. Это наиболее сложная сфера для бизнеса. Достаточно часто компании сталкиваются с трудностями при взаимодействии с налоговыми органами. Бесконечные процессы, сложно регламентированные правила, отсутствие легкости и прозрачности – все это характеризует данное взаимодействие.

Как пример здесь может выступать возврат НДС, процесс которого может затягиваться на очень долгие месяцы. Такой долгий срок в свою очередь характеризуется дефицитом ликвидности предприятий по итогу. Более того, сложные процедуры проверки правильности налоговых расчетов и требований по отчетности увеличивают административную нагрузку на компании. А если говорить про МСП, то для них содержание штатных бухгалтеров и юристов – финансово не позволительно. В результате этого фактора малый бизнес страдает в первую очередь от неэффективного налогового администрирования¹.

Еще одной связующей и серьезной проблемой для предприятий является нестабильность и неопределенность налогового законодательства. Частые изменения в налоговом кодексе, ввод новых налогов и сборов, а также непредсказуемость налоговой политики создают неопределенность для бизнеса. Компании не могут эффективно планировать свои расходы и инвестиции в условиях постоянных изменений, что приводит к консервативной стратегии и снижению инновационной активности.

Кроме этого, правоприменительная практика также остается недостаточно последовательной: разные налоговые органы могут по-разному трактовать одни и те же нормы законодательства, что вызывает дополнительные сложности для бизнеса. В результате компании вынуждены тратить ресурсы на правовые споры и уточнения.

Глобализация экономики добавляет новые вызовы в области налогообложения предприятий. Международные компании сталкиваются с необходимостью уплаты налогов в разных юрисдикциях, что создает дополнительные сложности в части налогового планирования и отчетности.

Проблема двойного налогообложения, несмотря на наличие соглашений между многими странами, все еще остается актуальной для ряда бизнесов. В по-

следние годы также обострились вопросы справедливого налогообложения транснациональных корпораций, таких как Amazon и других технологических гигантов, которые могут использовать налоговые лазейки для минимизации налоговых выплат. Это ставит под угрозу устойчивость национальных налоговых систем и вызывает недовольство со стороны малых и средних компаний, которые не могут воспользоваться подобными возможностями.

Налоговая конкуренция между государствами также добавляет сложностей в системе налогообложения предприятий. Страны с более благоприятными налоговыми режимами, например, с низкими ставками корпоративного налога или упрощенной системой налогообложения, привлекают капитал и компании из других юрисдикций. Это вынуждает государства с более высокими налоговыми ставками или сложными налоговыми правилами терять значительные налоговые доходы. Офшорные зоны предоставляют возможность компаниям минимизировать налогообложение через использование налоговых лазеек и схем ухода от налогообложения. Это подрывает справедливость налоговых систем и вызывает необходимость разработки международных механизмов по борьбе с налоговым уклонением³.

Решение проблем налогообложения предприятий требует комплексного подхода. Во-первых, необходимо пересмотреть структуру налоговой нагрузки с целью создания более сбалансированной и стимулирующей системы налогообложения. Это может включать снижение налоговых ставок для отдельных категорий предприятий, упрощение налоговой отчетности и предоставление дополнительных льгот для инновационных и экспортноориентированных компаний.

Во-вторых, важной задачей является улучшение налогового администрирования, включая автоматизацию процессов отчетности и упрощение процедур взаимодействия с налоговыми органами.

В-третьих, необходимо стабилизировать налоговое законодательство, сделав его более предсказуемым и понятным для бизнеса. Кроме того, для борьбы с международными налоговыми проблемами требуются совместные усилия государств, направленные на устранение лазеек в налогообложении и минимизацию негативного влияния офшорных зон⁴.

В заключении, хотелось бы напомнить, что налогообложение предприятий – это одна из ключевых сфер, определяющих финансовую устойчивость и конкурентоспособность бизнеса. Решение существующих проблем налогообложения потребует пересмотра подходов к налоговой политике и улучшения взаимодействия между бизнесом и государством. Эффективная налоговая система должна обеспечивать не только наполнение бюджета, но и создавать условия для развития и процветания бизнеса, что, в итоге, приведет к росту экономики в целом.

³ Елина, И. А. Проблемы налогообложения малого бизнеса / И. А. Елина. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2019. № 24 (128). С. 170-173. URL: <https://moluch.ru/archive/128/35433/> (дата обращения: 18.09.2024).

² Рыбьянцева М.С., Струкова И.А. Налоговая нагрузка коммерческой организации и направления ее оптимизации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №4-3. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovaya-nagruzka-kommercheskoy-organizatsii-i-napravleniya-ee-optimizatsii> (дата обращения: 18.09.2024).

³ Сеферова З.А., Абдулаев М.А. Проблемы оптимизации налогообложения предприятий в Российской Федерации // УЭПС. 2016. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-optimizatsii-nalogooblozheniya-predpriyatiy-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 18.09.2024).

⁴ Цубрович, Я. А. Оптимизация налогообложения предприятия / Я. А. Цубрович, М. С. Егорова. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2015. № 11.4 (91.4). С. 214-216. URL: <https://moluch.ru/archive/91/19915/> (дата обращения: 18.09.2024).

⁵ Юткина О.В. Роль налогового планирования в оптимизации налогообложения // Вестник техносферной безопасности и сельского развития. 2020. №3 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-nalogovogo-planirovaniya-v-optimizatsii-nalogooblozheniya> (дата обращения: 18.09.2024).

PROBLEMS OF TAXATION OF ENTERPRISES

© 2024 Borzykh Anastasia Alexandrovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: borzykh.nastya@inbox.ru

© 2024 Saraeva Maria Evgenievna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: saraeva.marusya@yandex.ru

Keywords: taxes, tax regimes, problems, small and medium-sized businesses, offshore companies.

This article discusses in detail the problems of taxation of enterprises. The authors considered the disadvantages of taxation, taking into account modern conditions. The article proposed ways to resolve the accumulated problems in the tax system, namely taxation.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ КАК ЧАСТЬ СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ АПТЕЧНОМ РИТЕЙЛЕ

© 2024 Борисова Дарья Евгеньевна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: borisovade27@gmail.com

Ключевые слова: персонализация, омниканальность, интегрированные маркетинговые коммуникации, аптечный ритейл, лояльность клиентов.

В статье рассматривается значимость персонализации как одного из ключевых элементов стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций в аптечном ритейле. Отдельно подчеркивается важность омниканального подхода к коммуникационному процессу как инструмента повышения лояльности потребителей.

Рынок аптечного ритейла характеризуется высоким уровнем конкуренции, особенно сильно она отражается на наиболее крупных его игроках. В настоящее время 66% аптечного рынка (около 40 000 розничных точек) принадлежат 20 наиболее крупным сетям. Главным фактором, обостряющим конкуренцию, является то, что продажи сетей растут быстрее рынка – на 25% и 17% в соответственно.¹ В последние годы ускоряется также и поглощение конкурентов – крупные национальные сети все чаще выкупают региональный аптечный бизнес.

Тенденции развития конкуренции на рынке аптечного ритейла принуждают современные аптечные сети находить новые способы привлечения, а главное – удержания клиентов. Наиболее часто принимаемым решением является увеличение коммуникационной активности, будь то запуск новых акций, расширение рекламных каналов, скидочные программы. Однако для современного потребителя важным является не столько количество точек касания с компанией, сколько их синергия. Многоканальность уже не является фактором конкурентоспособности бизнеса, клиенты привыкают к единому и поэтапному взаимодействию с компанией (омниканальности), персонализированному подходу к их опыту. Именно такой подход является наиболее ярким признаком стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).

Объединив мнения зарубежных и отечественных авторов о понятии ИМК, можно говорить о том, что интегрированные маркетинговые коммуникации представляют собой совокупность коммуникационных инструментов и средств,

* Научный руководитель – Юдакова Ольга Васильевна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

объединенных в один комплекс и направленных на удовлетворение потребностей продавцов и потребителей с целью достижения единой цели, значимой для компании. Стратегия ИМК предполагает синергию различных коммуникационных инструментов (реклама, PR и связи с общественностью, прямой маркетинг, digital-маркетинг и пр.), т.е. их комбинированное воздействие на потребителя. Она характеризуется комплексным и единым подходом к коммуникационным каналам. Послания, транслирующиеся целевой аудитории, должны дополняться друг другом, иметь четкий и единый посыл, способствующий достижению маркетинговой цели бизнеса.

Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций также тесно связано с развитием лояльности клиентов, а лояльность, в свою очередь, способствует достижению наиболее распространенной цели крупного ритейла – удержанию клиентов. Лояльность, то есть приверженность покупателей к бренду, во многом основана на доверии. Вызвать такое глубокое чувство как доверие позволяет концентрированность и согласованность маркетинговых коммуникаций, единое и понятное взаимодействие с клиентом на всех этапах воронки продаж.

Помимо формирования потребительской лояльности, грамотно построенная стратегия ИМК дает положительные результаты относительно многих аспектов: укрепление позиций бренда, повышение эффективности коммуникационных кампаний, рост информированности клиентов, укрепление конкурентных позиций, оптимизация затрат на продвижение, управление репутацией и прочие.

Значимость персонализации как части стратегии ИМК в аптечном ритейле рассмотрим на примере аптечной сети «Вита». Первая аптека бренда «Вита» была открыта в городе Самара более 30 лет назад. С тех пор компания расширила географию деятельности на 40 регионов России, открыв в сумме 2700 аптек. «Вита» активно использует инструменты digital-маркетинга в продвижении и имеет все традиционные сбытовые каналы, присущие данному виду бизнеса.³

Согласно оценке аналитической компании RNC Pharma, по итогам первого полугодия 2024 года, «Вита» занимает 10-е место в рейтинге аптечных сетей по объему продаж и 13-е место в рейтинге аптечных сетей по доле продаж через собственные онлайн-сервисы.³ Основные цели компании в настоящее время:

- войти в ТОП-5 аптечных сетей;
- войти в ТОП-3 аптечных сетей по объему онлайн-продаж.

Достижение этих целей напрямую зависит от увеличения объема продаж, как в розничных точках продаж, так и в онлайн-сервисах сети. Увеличение объема продаж для крупного аптечного ритейлера возможно двумя путями:

- расширение географического присутствия сети (региональные рынки поделены между крупными игроками, расширение клиентской базы в фактических регионах присутствия затруднено);
- работа с имеющейся клиентской базой через развитие программы лояльности, увеличение количества повторных покупок и суммы среднего чека, т.е. удержание клиентов.

Расширение географического присутствия сопряжено не только с высокими рисками, но и большими ресурсными затратами. Поэтому самым оптимальным и

правильным выбором направления развития на рынке крупного аптечного ритейла является работа с потребительской лояльностью. Одной из основных задач, которую помогает решить грамотно выстроенная стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций, является удержание клиентов.

Анализ текущей коммуникационной активности показывает, что «Вита» применяет достаточное количество маркетинговых каналов. В таблице представлены мероприятия promotion-микс, на постоянной основе входящие в план продвижения компании.

Мероприятия promotion-микс аптечной сети «Вита»

Название коммуникационного инструмента	Входящие коммуникационные мероприятия
Реклама	Реклама по ТВ, на радио, наружная реклама (щиты, на аптечных пунктах, экраны), email-рассылки, POS-материалы, реклама в собственных онлайн-сервисах, рекламное оформление торговых залов, гео-таргетированная реклама
Стимулирование сбыта	Скидки, подарки за покупку, купоны на кэшбек, акции, программа лояльности, промоушн-мероприятия по открытию новых аптек, партнерские программы, отсутствие ограничений по сумме заказа (инструменты стимулирования различаются в зависимости от сбытового канала)
Public Relations	Поддержка благотворительных фондов, социальные акции, спонсорство, экспертные статьи, социальные сети
Личные продажи	Ответные личные продажи

В настоящее время компания применяет многоканальный коммуникационный подход. Безусловно, создание многоканальной системы – это первый шаг к построению стратегии ИМК. Однако для достижения той самой синергии, соединения всех каналов коммуникации с потребителем в единую систему, необходимо развивать омниканальный персонализированный подход к потребительскому опыту взаимодействия с компанией.

Персонализация – это процесс разработки и распространения коммуникационных сообщений, которые адаптируются к потребностям и пожеланиям каждого конкретного клиента компании. Персонализация является одним из ключевых элементов процесса интегрированных маркетинговых коммуникаций, который предоставляет специалистам по маркетингу возможность лучшего понимания потребностей клиентов и разработки более эффективных коммуникационных мероприятий. Настройка персонализации всегда предполагает применение ключевого элемента стратегии ИМК – омниканальности.

Омниканальность позволяет сформировать коммуникационную систему, обеспечивающую единое и поэтапное взаимодействие компании с потребителями, что является одним из критериев программы ИМК и customer-centric маркетинга. Применение омниканальности при настройке персонализации обуславливается разным набором потребительской корзины при совершении покупок через различные каналы продаж.

В настоящее время «Вита» применяет онлайн-платформу автоматизации маркетинга MindBox и обладает единой базой клиентских данных, что позволяет решить такие задачи как:

- объединение данных о клиенте из разных источников в единый профиль клиента;
- наличие истории взаимодействия с каждым конкретным клиентом: просмотры, корзина, история покупок;
- сегментация клиентов по личным данным, поведению и жизненному циклу;
- автоматизация рассылок через различные каналы;
- упрощение работы с программой лояльности.

Понимание того, что для построения полноценного механизма ИМК необходимо настроить более целевое и персонализированное общение с клиентами, привело к тому, что в 2023 году «Вита» запустила первую работу над настройкой персонализации на базе платформы MindBox.⁴ Первым шагом к достижению цели было выбрано направление улучшения отдачи от push-уведомлений в мобильном приложении, которые информируют клиентов о купонах на товары с повышенным кэшбеком. Ранее они высылались массово по наиболее популярным категориям товаров, данная стратегия привела к падению кликабельности уведомлений и росту отписок.

Для решения проблемы были внедрены алгоритмы персональных товарных рекомендаций для каждого клиента. Рекомендации разрабатывались на основе покупательского поведения клиентов – изучалась история заказов, просмотров, действий с товарами. Эти рекомендации, учитывающие индивидуальные предпочтения каждого пользователя, транслировались в push-уведомлениях. Т.е. клиенты стали получать только те предложения, которые действительно соответствуют их потребностям, привычкам, опыту и интересам. В результате почти полугодового тестирования, введение персональных предложений привело к приросту показателя ARPU (средний доход на пользователя) на 33% в сравнении с массовыми рассылками.

Очевидно, что персонализация становится одним из центральных элементов стратегии ИМК в аптечном ритейле, она играет ключевую роль в создании омниканальной системы работы с клиентами. Персонализация не только повышает конверсию, но и вынуждает интегрировать данные о клиентах из различных точек контакта: мобильное приложение, программа лояльности, история покупок во всех точках продаж и пр.

В дальнейшем такая интеграция должна создать условия для персонализированной коммуникации во всех каналах – мобильное приложение, push-и, email-рассылки, социальные сети – и предоставлять релевантные для клиента информацию о компании и предложения. За счет этого повышается и лояльность клиентов, то есть при сокращении массовости уведомлений сохраняется широкий охват, не перегружая аудиторию.

Создание, улучшение и доработка стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций в аптечном ритейле (эти рекомендации можно отнести и к ритейлу в целом) должны сопровождаться развитием омниканальности, интегра-

цией данных о пользовательском опыте, применением персонализированных рекомендаций, автоматизацией маркетинговых процессов в целом. Внедрение платформ для автоматизации, таких как MindBox, SendPulse, Unisender и прочих, позволяет минимизировать затраты, но вместе с тем повысить эффективность работы с программами лояльности.

Пример «Виты» дает понимание того, что персонализация является необходимым шагом к формированию прочных взаимоотношений с клиентами. В аптечном ритейле она выступает важным элементом стратегии ИМК, обеспечивает прочное конкурентное преимущество. Персонализация является тем инструментом, который позволяет интегрировать различные каналы коммуникации и позволяет предложить индивидуальные рекомендации, основанные на потребностях отдельных групп потребителей. Омниканальность и персонализация – фундаментальные элементы современной стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций, которые позволяют бизнесу не только улучшить клиентский опыт взаимодействия с компанией, но и повысить ключевые показатели, такие как объем продаж, средний чек, рентабельность инвестиций.

¹ DSM Group. URL: <https://dsm.ru/news/3068/> (дата обращения: 18.09.2024).

² Каткова Т.В., Сабанчиева Д.Х., Торосян Е.К., Фейлинг Т.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие // СПб: Астерион – 2019. – 94 с.

³ Официальный сайт «Вита». Интернет-аптека. URL: <https://vitaexpress.ru/about/> (дата обращения 18.09.2024).

⁴ Фармацевтический вестник. URL: <https://pharmvestnik.ru/content/news/Summarnaya-dolya-onlain-kanala-rossiiskoi-farmroznicy-za-polgoda-vyroslo-vdvoe.html> (дата обращения: 18.09.2024)

⁵ Юдакова, О. В. Индекс лояльности клиента, как показатель результативности маркетинговых решений / О. В. Юдакова // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 1 (150). – С. 822-824. – DOI 10.34925/EIP.2023.150.1.162. – EDN FWRGZE.

PERSONALIZATION AS PART OF THE INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS STRATEGY IN MODERN PHARMACY RETAIL

© 2024 Borisova Daria Evgenievna*

Undergraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: borisovade27@gmail.com

Keywords: personalization, omnichannel, integrated marketing communications, pharmacy retail, customer loyalty.

The article examines the importance of personalization as one of the key elements of the strategy of integrated marketing communications in pharmacy retail. The importance of an omnichannel approach to the communication process as a tool to increase customer loyalty is emphasized separately.

* Scientific adviser – **Yudakova Olga Vasilyevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

РАЗВИТИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ В СТУДЕНЧЕСКОМ СООБЩЕСТВЕ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

© 2024 Бортник Анна Олеговна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: bortnik.annie@yandex.ru

Ключевые слова: лидерские качества, команда, высшие учебные заведения, студенческая среда.

В статье рассмотрена и проанализирована терминология, связанная с темой лидерских качеств. Поднимается вопрос необходимости развития лидерских качеств у человека в период взаимодействия в команде. Приведены способы и методы, способствующие развитию лидерских качеств у людей в обществе. Отдельное внимание уделено развитию лидерских качеств у студентов во время обучения в вузах.

В современном мире у многих людей возникает потребность в проявлении себя, своих умений и личностных качеств. На работе или учебе от человека требуются уникальные навыки, которые могут пригодиться в процессе, однако этот человек не умеет показывать себя и демонстрировать свою экспертность в определенных областях.

Самыми проявляющимися в обществе считаются лидеры: они обладают рядом качеств, помогающими: в реализации себя, в самопрезентации и дальнейшей активной и продуктивной работе как в команде, так и в одиночку. Такие качества могут быть у человека с рождения, но чаще их самостоятельно выделяют необходимыми и развивают в процессе обучения и трудовой занятости. Перспектива успешного будущего, благодаря прокаченным лидерским качествам, становится более реальной и доступной, работа в команде — комфортной и эффективной, но далеко не каждый знает, какие качества ему нужны и как их развивать.

В данном вопросе возникает проблема понимания и развития лидерских качеств в первую очередь у молодежи, так как они составляют основную массу при трудоустройстве в компанию после выпуска из учебного заведения. Более того, правительство страны и общество в целом заинтересованы в развитии лидерских качеств у молодежи: это поможет в развитии гражданской позиции и благоприятного рабочего движения в стране.

* Научный руководитель – **Трошина Елена Павловна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

Перед тем, как разобрать и определить наиболее эффективные методы развития лидерских качеств, следует обратиться к теоретическим основам – непосредственно понятию лидерских качеств.

Как и у других экономических терминов, лидерские качества имеют разные формулировки определений. Для выявления наиболее подходящего, следует разобрать несколько определений из информационных источников.

Согласно информации, полученной от Центра социально-психологической помощи «Доверие», лидерские качества, по-другому навыки – это те навыки, которые «используются при организации других людей для достижения общей цели¹. Независимо от занимаемой должности и уровня руководства, лидерские навыки требуются для мотивирования других выполнять ряд задач, часто в соответствии с расписанием.». Наиболее важными качествами, по мнению авторов из Центра, являются решительность, целостность, эффективный тимбилдинг и надежность.

Анализируя информацию из журнала «Молодой ученый» по теме лидерства от Семиной Д.В., можно выявить прямую взаимосвязь лидера и лидерских качеств, которые автор взаимосвязывает². Из определения следует выделить, что лидер – это тот человек, который проявляет свои лидерские качества в команде для достижения общественных целей³. Наиболее важными лидерскими качествами являются стрессоустойчивость, уверенность в себе, целеустремленность, креативность, ответственность, предприимчивость, общительность, доминантность.

Что касается всемирно известных учений, нельзя не затронуть видение лидерских качеств от Уоррена Бенниса.⁴ Профессор подчеркивает, что «лидер – это не тот, кто испытывает радость от возложенной на него ответственности. А тот, чьи действия влияют на жизни людей на самом глубинном уровне.». Уоррен считает, что лидерские качества нужны не для того, чтобы заставить что-то делать, а чтобы внушить человеку мысль сделать это по собственному желанию. Особыми лидерскими качествами профессор считает «дар видеть», то есть умение определять правильность действий самостоятельно, а не по словам других людей или методическим материалам, что отличает лидера от обычного менеджера, и интуитивность, которой сложно обучиться механически.

Особое значение на понимание лидерских качеств оказал Стивен Кови в своей книге «7 навыков высокоэффективных людей». В ней он раскрывает навыки лидера как отдельно развивающийся от лидерства предмет и заостряет внимание конкретно на постоянном самосовершенствовании и стремлении к симбиозу в месте, где находишься⁵. Проактивность, позиция «win-win» и стремление к синергии являются основополагающими качествами, часто развивающимися у человека в позиции лидера.

Итак, после ознакомления с разными токами зрения и разными видами источников, следует составить обобщающее и наиболее подходящее к теме статьи определение: лидерские качества – это те навыки и способности человека, которые позволяют ему вырасти в сообществе и показать себя. Такие навыки полезны

в разных видах деятельности и позволяют приспособиться и выделиться в различных коллективах и ситуациях.

Позиция, что лидерские качества в первую очередь нужны руководителям и менеджерам для построения эффективной работы команд в компании, безусловно, имеет место быть.⁶ Для этого в организациях устраивают тренинги и обучения, вводят систему наставничества и регулярно повышают квалификацию «формальных» лидеров. Однако не стоит забывать и про личностное развитие каждого человека, проявление базовых лидерских качеств в жизни и межличностной коммуникации. В таком случае стоит рассмотреть ступень развития до прихода на работу, то есть профессиональные учреждения.

Развитие и проецирование лидерских качеств следует развивать и использовать уже в студенческие годы. Эта среда для молодежи наиболее благоприятна: есть множество внутривузовских и региональных объединений, при вступлении в которые коммуникативные качества и качества лидера проявляются быстро и полноценно.

Стоит отметить, далеко не каждый студент может удивить своими развитыми лидерскими качествами. Из опроса, проведенного автором в рамках подготовки данной публикации, среди молодежи в возрасте 17-25 лет (обучающихся в вузах), можно выделить некоторые утверждения. Из всех респондентов, в сумме 76% из них находятся в активной жизненной позиции: 28% занимается творчеством, 13% ходит на выставки и концерты, 14% задействованы в научной деятельности и 21% заняты саморазвитием. 100% опрошенных хотят развивать лидерские качества не в одиночку, а в коллективе, так как считают этот способ наиболее эффективным: 32% готовы развивать навыки в любой момент; 46% – готовы, но для них важен сам коллектив; 22% – опрошенные, что уже развивают лидерские качества и хотят дальше проявлять их в команде. 85% из числа респондентов сказали, что лидерские качества нужны не только лидеру: были особенно выделены коммуникативные навыки, навык публичных выступлений и ораторские способности.

Среди молодежи есть желание развивать лидерские качества, они заинтересованы в своем личностном росте. Важный вопрос, волнующий каждого человека, который не уверен в своих сильных сторонах: как развить лидерские качества? Можно ли их развить с нуля и какими способами?

Каждое качество человека имеет две стороны: природную и приспособляющуюся. Когда качество имеет зародыш с рождения, развить его гораздо легче, чем создавать с нуля. Несмотря на это, многие люди при определенных обстоятельствах, начинают создавать и развивать в себе нужные им лидерские качества. Этому способствует дисциплина и внешняя среда, собственное желание и специальные методы развития.

Студенческая среда высших учебных заведений является стимулятором для проявления лидерских качеств, определения себя как личности и построения полезных и эффективных коммуникаций. К стимулирующим условиям относят:

- 1) Вступление в студенческие отряды, движения;
- 2) Избрание в качестве старосты или профсоюзного представителя в группе;

- 3) Проявление активности во время учебы, помощь и поддержка одногруппников;
- 4) Выступления на конференциях и круглых столах со своим сообщением;
- 5) Посещение профориентационных курсов и лекций для выявления своих предпочтений;
- 6) Участие в творческой и спортивной деятельности, показ другой грани себя и прочие.

Даже если ни один из внешних помощников не подходит, можно заниматься саморазвитием самостоятельно, однако для этого человеку придется прикладывать в несколько раз больше усилий. При таких условиях, выработка внутреннего контроля и дисциплины в первую очередь нужна для дальнейшей работы над другими лидерскими качествами. Но не стоит забывать, что лидерские качества ярко проявляются при коммуникации с другими людьми, так что дополнительные занятия и командные выезды идеально могут подойти для практики и проверки результата работы над собой.

Развитие лидерских качеств у человека имеет важную роль в прогрессе общества, в коллективной работе и в жизни каждого отдельного индивида. При усилении лидерских качеств у человека появляется уверенность в себе и своих действиях, укрепляются коммуникативные связи и увеличивается продуктивность выбранной профессиональной деятельности. Учебным заведениям и местам дополнительного образования следует учитывать вопрос развития лидерских качеств студенческого сообщества в процессе занятий, что позволит учащимся достигать своего перспективного будущего быстрее и экологичнее.

¹ Центр «Доверие» Лидерские качества человека / «Доверие». Текст: электронный. URL: https://vk.com/wall-90944140_10392

² Семина, Д. В. Основные качества лидера / Д. В. Семина. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2023. № 3 (450). С. 57-59. URL: <https://moluch.ru/archive/450/99132/>

³ Семина, Д. В. Исследование лидерских особенностей предпринимателей / Д. В. Семина. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2023. № 45 (492). С. 454-455. URL: <https://moluch.ru/archive/492/107618/>

⁴ Беннис, Уоррен Дж. Лидеры / Уоррен Дж. Беннис. Текст: печатный. ред. от 2022. С. 296. URL: <https://www.litres.ru/book/dzhim-kollinz/liderstvo-17532644/>

⁵ Кови, Стивен Р. Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности / Стивен Кови. Текст: печатный. ред. от 2021. С. 583. URL: <https://www.litres.ru/book/stiven-kovi/7-navykov-vysokoeffektivnyh-ludey-moschnye-instrumenty-razviti-4239285/>

⁶ Трошина, Е. П. Организация команды как основа эффективного управления компанией / Е. П. Трошина // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей XIV Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 22 сентября 2022 года / Редколлегия: С.И. Ашмарина, В.А. Пискунов (ответственные редакторы) [и др.]. Том Часть 1. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2022. – С. 102-106. – DOI 10.46554/Russian.science-2022.09-1-102/106. – EDN JZKVPF.

LEADERSHIP DEVELOPMENT IN THE STUDENT COMMUNITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

© 2024 Bortnik Anna Olegovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: bortnik.annie@yandex.ru

Keywords: leadership qualities, team, higher education institutions, student environment.

This article examines and analyzes the terminology related to the topic of leadership qualities. The question of the need to develop leadership qualities in a person during the period of interaction in a team is raised. The ways and methods that contribute to the development of leadership qualities in people in society are given. Special attention is paid to the development of leadership skills among students during their studies at universities.

* Scientific adviser – **Troshina Elena Pavlovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ПРЕДПОСЫЛКИ ПЕРЕХОДА ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПОЛНЫЙ ЦИКЛ ПРОИЗВОДСТВА

© 2024 Васькова Юлия Ивановна

кандидат экономических наук, старший преподаватель
кафедры учета, анализа и экономической безопасности
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Rygyk@list.ru

Ключевые слова: полный цикл производства, горизонтальная и вертикальная интеграция, промышленность, агрохолдинг, растениеводство, животноводство, преимущества полного цикла производства, эффективность интеграционных процессов.

Статья посвящена вопросам полного цикла производства. Автором рассмотрены факторы, которые привели к переходу предприятий на полный цикл производства, проанализированы особенности полного цикла в разных отраслях промышленности, определены отрасли промышленности, наиболее благоприятные для организации полного цикла, выявлены преимущества развития предприятий по типу полного цикла производства и принципы формирования холдингов на основе вертикальной интеграции.

Современный этап экономического развития значительно осложнен влиянием экономических санкций и последствиями пандемии. Отмечается, что с вводом антироссийских санкций возникли проблемы в логистической цепочке с поставками материалов и импортных комплектующих от западных производителей в различных отраслях отечественной промышленности¹. В свою очередь, прошедшая пандемия также значительно нарушила международные логистические цепочки. В этих условиях концепция полного цикла производства, по нашему мнению, является наиболее оптимальным стратегическим решением.

Под полным циклом производства понимается добыча и переработка сырья, выпуск и сбыт готовой продукции, осуществляемые предприятием или группой предприятий. Сюда также входит организация логистических цепочек и хранения продукции. Такая модель производства позволяет в целом снизить зависимость от внешних поставщиков и логистических компаний, а также контролировать качество используемого сырья, сокращать продолжительность цикла и оптимизировать издержки.

Полнота цикла производства напрямую зависит от отрасли. Если говорить о машиностроении, то следует отметить, что для производства конечного продукта (условного автомобиля) требуется большое количество деталей, изготовленных из металла, пластика, резины, а также кабельной продукции и электроники. Поэтому реализация полного цикла производства в машиностроении является сложной и довольно условной: здесь полным циклом можно считать собственную раз-

работку модели автомобиля, изготовление его кузова и двигателя, основных элементов шасси, а также сборку конечной продукции.

На предприятиях отрасли черной металлургии полным циклом считается наличие доменного, сталеплавильного и прокатного производств, выполняющих все операции по производству от выплавки до изготовления конечного продукта. Производство черных металлов является материалоемким и энергозатратным процессом. Эти обстоятельства обуславливают географию развития отрасли: предприятий полного цикла размещены в районах крупных месторождений железной руды и каменного угля.

В таких регионах, как Печорский и Южноякутский бассейн, Кузбасс, Донбасс и Северный Кавказ (г. Шахты), находятся разработки черного угля, который используется как топливо на предприятиях черной металлургии. На Урале, в Восточной и Западной Сибири, на Дальнем Востоке расположены залежи железной руды, которая является сырьем для данной отрасли.

Основная масса металлургических предприятий полного цикла расположена на Урале. Здесь функционируют заводы по производству ферросплавов (Челябинске, Серов), трубопрокатные заводы (Челябинск, Первоуральск, Нижний Тагил), металлургические комбинаты (Магнитогорск, Челябинск).

По нашему мнению, применение концепции производства полного цикла в таких отраслях первичного сектора экономики, как сельское хозяйство, пищевая, добывающая и нефтехимическая отрасль, а также, производство строительных материалов, является наиболее целесообразным. Именно в этих отраслях возможно наиболее полно реализовать данную концепцию и получить максимум преимуществ от ее реализации.

В агропромышленном комплексе полный цикл производства характеризуется принципом «от поля до прилавка», и может быть достигнут путем вертикальной интеграции, преимуществами которой являются снижение транзакционных затрат, повышение доступности к сырью и рынкам сбыта.²

Полный цикл растениеводства включает в себе как выращивание плодовоовощных культур, так и их хранение, транспортировку, переработку (производство масла, муки, плодовоовощных консервов и полуфабрикатов, хлебобулочных и макаронных изделий и т.д.) и реализацию. Осуществление данного производства возможно с помощью агрохолдинга, или объединения технологически связанных предприятий. В такой агрохолдинг могут входить предприятия, занимающиеся растениеводством, масложировые и мелькомбинаты, макаронные и консервные заводы, пекарни, логистические структуры и сеть магазинов.

В животноводстве полный цикл включает в себя как разведение скота и птицы, так и выращивание кормовых культур, производство мяса, молока или яиц, их переработку и сбыт. В этом случае на основе принципов вертикальной интеграции образуется агрохолдинг, в который могут входить животноводческие и растениеводческие комплексы, молоко- и мясоперерабатывающие комбинаты, логистические структуры, а также маркетинговая сеть – фирменные и специализированные магазины, предприятия общественного питания.

В Указе Президента «О мерах по реализации промышленной политики при приватизации государственных предприятий» дается следующее определение: «Холдингом является предприятие, независимо от его организационно-правовой формы, в состав активов которого входят контрольные пакеты акций других предприятий».³ Наиболее крупными агрохолдингами России являются ГК «Содружество», ГК «Эфко», ГК «Русагро», Агрохолдинг «Мираторг», КДВ Групп, ТД РИФ, Группа «Черкизово», ГК «Агропромкомплектация» и ГАП «Ресурс».

Интеграционные процессы, протекающие на разных этапах формирования агрохолдинга, влияют на эффективность хозяйственной деятельности предприятия за счет увеличения масштабов производства, соединения разрозненных стадий единого технологического процесса и возможности иметь законченный цикл производства, переработки и реализации продукции.⁴

По нашему мнению, мясная отрасль промышленности наиболее привлекательна в плане укрупнения производства: исследования, проведенные автором ранее⁵, выявили тенденцию активного вытеснения региональных предприятий холдингами, реализующими стратегию вертикальной интеграции.

Отмечаются следующие преимущества организации полного цикла производства на предприятиях:

- Снижение стоимости конечной продукции за счет увеличения объемов производства и оптимизации издержек.
- Возможность самоконтроля производственных процессов, качества сырья и готовой продукции.
- Снижение зависимости от поставщиков и потребителей (за счет устранения посредников).
- Преодоление ограничений в части поставок сырья, материалов, деталей и готовой продукции, наложенных на Россию санкциями Западной Европы и США.
- Независимость от международных логистических цепочек, находящихся в зоне риска в случае обострения международной эпидемиологической обстановки.

Объединяясь в холдинги с целью организации полного цикла производства, предприятия укрупняют капитал, что дает возможность приобретения ими высокотехнологичного оборудования, использование которого увеличивает конкурентоспособность произведенной продукции. Кроме того, подобное объединение позволяет снизить различные риски путем распределения их между своими предприятиями. Также положительным моментом является централизация управления несколькими предприятиями, объединенными в холдинг. Осуществляемое стратегическое планирование и координация способны обеспечить повышение эффективности хозяйственной деятельности холдинга. При этом негативными моментами являются трудоемкость такого управления и вероятная потеря независимости более мелких предприятий, объединяющихся в холдинг.

Преимущества, получаемые холдингом в процессе реализации полного цикла производства, позволяют занимать выгодные конкурентные позиции как главному предприятию, так и его дочерним предприятиям.

Таким образом становится очевидным, что сложившиеся экономические условия, на которые оказали влияние в том числе западные санкции и прошедшая

пандемия, создают предпосылки для вертикальной интеграции предприятий, формирования холдингов и перехода на полный цикл производства с целью получения всех его преимуществ и укрепления своей конкурентной позиции.

¹ Азизов, Н. Р. Интеграционные процессы в молочно-продуктовом подкомплексе как основа создания устойчивых связей / Н. Р. Азизов, И. А. Родионова // Аграрная наука и образование: проблемы и перспективы : Сборник статей Национальной научно-практической конференции, Саратов, 14 февраля – 17 2023 года. – Саратов: ФГБОУ ВО Вавиловский университет, 2023. – С. 3-8. – EDN WIVZOA.

² Григорян, О. В. Исследование тенденций развития предприятий легкой промышленности в условиях геополитической нестабильности / О. В. Григорян, О. А. Наумова // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2023. – № 6(408). – С. 35-42. – DOI 10.47367/0021-3497_2023_6_35. – EDN HPZТОK.

³ Указ Президента РФ от 16.11.1992 N 1392. (ред. от 26.03.2003, с изм. от 15.09.2008) «О мерах по реализации промышленной политики при приватизации государственных предприятий» (вместе с «Временным положением о холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества»).

⁴ Мотивация интеграционных процессов предпринимательских структур / А. В. Родионов, Д. В. Корнеев, Е. В. Щербакова, А. Э. Петрущенко // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2023. – Т. 20, № 1(127). – С. 125-135. – DOI 10.21686/2413-2829-2023-1-125-135. – EDN BUHQRP.

⁵ Воротников, И. Л. Формирование стратегии развития региональных мясоперерабатывающих предприятий на основе кооперации и интеграции в АПК Саратовской области / И. Л. Воротников, Ю. И. Васькова, И. П. Глебов // Научное обозрение: теория и практика. – 2021. – Т. 11, № 2(82). – С. 348-359. – DOI 10.35679/2226-0226-2021-11-2-348-359. – EDN GTVSGJ.

PREREQUISITES FOR THE TRANSITION OF ENTERPRISES TO A FULL PRODUCTION CYCLE

© 2024 Vaskova Yulia Ivanovna

Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer at the Department
of Accounting, Analysis and Economic Security

Samara State University of Economics

E-mail: Rygyk@list.ru

Keywords: full production cycle, horizontal and vertical integration, industry, agricultural holding, crop production, animal husbandry, advantages of a full production cycle, efficiency of integration processes.

The article is devoted to the issues of a full production cycle. The author considers the factors that led to the transition of enterprises to a full production cycle, analyzes the features of a full cycle in different industries, identifies the industry's most favorable for the organization of a full cycle, identifies the advantages of developing enterprises according to the type of a full production cycle and the principles of forming holdings based on vertical integration.

ПОНЯТИЕ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

© 2024 Гайнутдинов Вадим Рафаилович*
аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет
E-mail: teka10@mail.ru

Ключевые слова: рынок недвижимости, жилищная недвижимость, мировая экономика, спрос, предложение.

В работе рассматривается эволюция и сущность понятия «рынок недвижимости» в мировой экономике. Отмечается, что на рынке жилья равновесие возникает в специфических конкурентных рамках, формируемых под влиянием факторов. При этом спрос на жилую недвижимость на мировом рынке представляет собой сложное взаимодействие различных факторов в глобальном масштабе, отражающее динамичный характер сектора недвижимости. Систематизированы ключевые факторы, влияющие на спрос на мировом рынке жилой недвижимости.

Термин «недвижимость» (от англ. «real estate») имеет долгую историю, восходящую к средневековым и феодальным временам. Его происхождение можно проследить от латинской фразы «res realis», означающей «реальные вещи» или «реальное имущество». Понятие недвижимости развивалось на протяжении веков, формируясь под влиянием правовых, экономических и социальных изменений. Корни термина можно найти в феодальных временах, когда владение землей и связанные с ней права имели решающее значение для социального и экономического статуса. Латинский термин «res realis» обозначал важность материальной и недвижимой собственности, отличая ее от личной собственности.

Терминология недвижимости стала более определенной в средневековых юридических текстах, особенно в Англии. Понятие «недвижимое имущество» появилось для описания земли и прав, связанных с ней. В этом контексте «недвижимое» означало фиксированную, постоянную собственность в отличие от движимого имущества. Термин «недвижимость» начал появляться в английских юридических документах в средние века, относясь к более широкой категории недвижимого имущества, включая землю и здания.

В России с 1917 года, когда была отменена частная собственность, термин «недвижимость» вышел из оборота и перестал использоваться в юридическом контексте. Только с наступлением 1990 года, вместе с восстановлением права на частную собственность, возродилось и понятие «недвижимость»¹.

* Научный руководитель – **Сафиуллин Ленар Наилевич**, доктор экономических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

В настоящее время термин «недвижимость» стал общепризнанным и используется в различных контекстах. Это неотъемлемый компонент современной экономики, охватывающий жилую, коммерческую, промышленную и сельскохозяйственную недвижимость. Онлайн-платформы, цифровые сделки и аналитика данных стали также важной частью риэлторской практики.

Сегодня термин «недвижимость» прочно вошел в юридический, экономический и повседневный язык, представляя собой широкий спектр понятий и операций, связанных с недвижимостью. Его историческое развитие отражает эволюцию прав собственности, землевладения и индустрии недвижимости.

В Гражданском кодексе РФ термин «недвижимость» трактуется следующим образом: «К недвижимым вещам (недвижимое имущество, недвижимость) относятся земельные участки, участки недр, обособленные водные объекты и все, что прочно связано с землей, т.е. объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе леса, многолетние насаждения, здания, сооружения...» (ст. 130)².

Согласно авторам книги «Анализ и оценка приносящей доход недвижимости» Фридман Д.П. и Ордуй Н., рынок недвижимости представляет собой определенный набор механизмов, посредством которых передаются права на собственность и связанные с ней интересы, устанавливаются цены и распределяется пространство между различными конкурирующими вариантами землепользования³.

Автор учебника «Экономика недвижимости» Горемыкин В.А. рассматривает недвижимость с экономической и юридической точки зрения. Так, в экономическом смысле, недвижимость – это эффективный материальный актив, объект инвестирования и надежный инструмент генерирования дохода, тогда как в юридическом – недвижимость представляет собой совокупность публичных и частных прав на нее, устанавливаемых государством с учетом отечественных особенностей и международных норм⁴.

Асаул А.Н. в своем труде «Экономика недвижимости» отмечает, что рынок недвижимости характеризуется не только экономической и юридической составляющей, но также и материальной, исходя из чего подчеркивает, что «необходимо все эти определения дополнить комплексом отношений, обусловленных созданием новых и управлением существующими объектами недвижимости»⁵.

Экономист Тарасевич Е.И. уточняет, что рынок недвижимости представляет собой систему организационных мер, при помощи которых покупатели и продавцы сводятся вместе для определения конкретной цены, по которой может произойти обмен таким специфическим товаром, как недвижимость⁶.

Российский экономист Балабанов И.Т., автор книги «Операции с недвижимостью в России», дает следующее определение: «рынок недвижимости представляет собой сферу вложения капитала в объекты недвижимости и систему экономических отношений, возникающих при операциях с недвижимостью»⁷.

Стерник Г.М. в своем исследовании определяет рынок недвижимости как «сектор национальной рыночной экономики, представляющий собой совокупность объектов недвижимости, экономических субъектов, оперирующих на рынке, процессов функционирования рынка, т. е. процессов производства (созда-

ния), потребления (использования) и обмена объектов недвижимости и управления рынком, и механизмов, обеспечивающих функционирование рынка (инфраструктуры рынка)⁸»

Анализ определений рынка недвижимости позволяет выявить общие черты, подчеркивающие его экономические, правовые и материальные аспекты. Эти дефиниции в совокупности подчеркивают роль рынка в содействии передаче прав собственности и распределении пространства между конкурентами за объекты недвижимости. Из всей совокупности интерпретаций, описывающих категорию «рынок недвижимости» можно выделить такие отличительные характеристики рынка недвижимости, как экономическая значимость, правовая основа, материальная составляющая, организационные меры, капиталовложения и экономические отношения, сектор национальной рыночной экономики.

Рынок недвижимости служит площадкой для взаимодействия продавцов и покупателей материальных активов в соответствии с правовыми нормами и под воздействием рыночных сил. Организованный характер сделок, капиталовложения и роль рынка как отрасли экономики страны подчеркивают его значение в общей экономической системе.

Рынок недвижимости – это динамичная и организованная экономическая система, в которой происходит передача прав собственности, определение цен и распределение пространства посредством обмена материальными активами.

Существуют различные методы классификации недвижимости. Так, согласно Горемыкину В.А., классификация недвижимости фасетным методом по одному признаку подразумевает дифференциацию зданий по целевому назначению на жилые, под коммерческую деятельность и специальные (общественные)⁹. Жилые, в свою очередь, подразделяются на индивидуальные (сельские) дома, коттеджи, многоквартирные дома, инфраструктура жилого дома и другие строения.

Рынок жилой недвижимости функционирует на таких уровнях как местный (локальный), региональный, национальный, мировой и виртуальный (цифровой). Цифровой рынок жилой недвижимости можно расценивать как отдельный существующий уровень, однако, и как инструмент других уровней рынков.

Мировой рынок жилой недвижимости – это глобальное экономическое пространство, в котором совершаются сделки с жилой недвижимостью, и который подвержен влиянию международных экономических тенденций.

Концепция рынка жилой недвижимости в мировой экономике воплощают многогранный и динамичный процесс. Этот рынок служит краеугольным камнем экономической деятельности, отражая сложное взаимодействие различных факторов, которые формируют динамику жилищного строительства во всем мире. Будучи материальным активом и жизненно важным компонентом индивидуального и социального благосостояния, жилищная недвижимость играет ключевую роль в экономическом развитии, инвестициях и реализации потребностей в жилье.

¹ Стерник Г.М. Системный подход к анализу структуры рынка недвижимости // Проблемы недвижимости. 2000. № 1

² Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 08.08.2024)

³ Фридман Д.П., Ордуэй Н. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости: пер. с англ. М.: Дело Лтд, 1997 – 480 с.

⁴ Горемыкин, В. А. Экономика недвижимости в 2 т. Т. 1. Общая модель рынка недвижимости и рынок прав аренды : учебник для академического бакалавриата / В. А. Горемыкин. 8-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2016. 472 с.

⁵ Асаул А.Н. Экономика недвижимости: Учебник для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2013. 416 с.

⁶ Тарасевич Е. И. Анализ инвестиций в недвижимость МКС. СПб.: МКС, 2000. 160 с.

⁷ Балабанов И. Т. Операции с недвижимостью в России. М.: Финансы и статистика, 1996. 192 с.

⁸ Стерник Г.М. Системный подход к анализу структуры рынка недвижимости // Проблемы недвижимости. 2000. № 1

⁹ Горемыкин, В. А. Экономика недвижимости в 2 т. Т. 1. Общая модель рынка недвижимости и рынок прав аренды : учебник для академического бакалавриата / В. А. Горемыкин. 8-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2016. 472 с.

THE CONCEPT OF THE RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET IN THE GLOBAL ECONOMY

© 2024 Gaynutdinov Vadim Rafailovich*

Postgraduate student

Kazan (Volga Region) Federal University

E-mail: teka10@mail.ru

Keywords: real estate market, residential real estate, global economy, demand, supply.

The paper examines the evolution and essence of the concept of the real estate market in the global economy. It is noted that in the housing market, equilibrium occurs in a specific competitive framework formed under the influence of factors. At the same time, the demand for residential real estate in the global market is a complex interaction of various factors on a global scale, reflecting the dynamic nature of the real estate sector. The key factors influencing demand in the global residential real estate market are systematized.

* Scientific adviser – **Safiullin Lenar Nailevich**, Doctor of Economics, Professor, Kazan (Volga Region) Federal University.

БАНКОВСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ В РОССИИ

© 2024 Галеева Диляра Динаровна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: di.galeeva932@mail.ru

Ключевые слова: конкуренция, кредитные организации, финансы, банковская система, денежно-кредитные отношения, экономическое соперничество, финансовый рынок, банковские услуги, банковская концентрация, антимонопольное регулирование.

Статья посвящена изучению понятия и особенностей банковской конкуренции в России. Автором проанализирован рынок финансовых продуктов и услуг кредитных организаций нашей страны. На рынке доминирует пятерка крупнейших игроков, которые и задают тренды в различных направлениях.

Конкуренция в банковском секторе нашей страны постоянно усиливается, коммерческие банки и другие финансово кредитные организации пытаются укрепить свое положение на рынке банковских услуг. Их конкурентоспособность является основным показателем достижения успеха в этой отрасли, и, следовательно, является важной стратегической целью для руководства банка в условиях растущей конкуренции.

Концепция банковской конкуренции все еще является предметом дискуссий в отечественной и зарубежной экономической литературе, по-прежнему нет единого мнения о ее природе и сущности.

Рассмотрим позицию Центрального Банка нашей страны. Он как мега регулятор определяет конкуренцию как соперничество между поставщиками финансовых услуг за потребителя.

Для развития компании необходимы финансовые ресурсы, получаемые от покупателей. Но так как в условиях рыночной экономики спрос ограничен, предприятиям нужны новые конкурентные преимущества, чтобы привлечь клиента, например, время, цена и качество обслуживания.

Таким образом, конкуренция – экономическое состязание между хозяйствующими субъектами за максимизацию прибыли и укреплении позиции на рынке. А межбанковская конкуренция – это динамичный процесс, где банки соперничают за прочное место на рынке банковских услуг и продуктов.

Банковская конкуренция в нашей стране представлена банками и другими финансово-кредитными организациями (МФО и МКО, ломбарды, паевые инвести-

* Научный руководитель – **Тершукова Марина Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

ционные фонды, кредитная кооперация и др.) – такое разнообразие субъектов позволяет найти товар-заменитель на многие услуги, и так проявляется конкуренция на финансовых рынках.

Далее проанализируем динамику количества действующих кредитных организаций с 2009 по 2024 год (рис. 1).

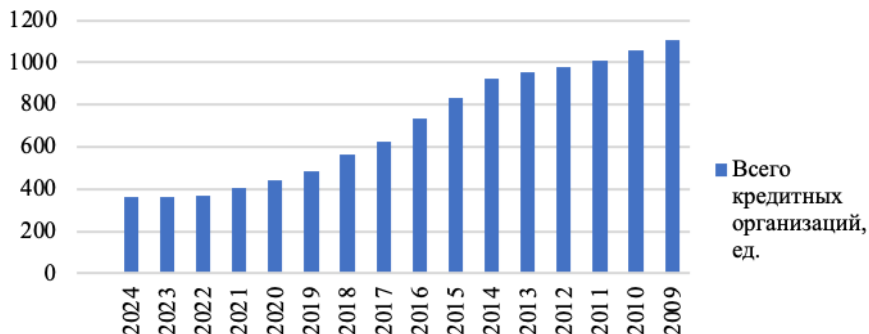


Рис. 1. Количество кредитных организаций в России в динамике за 2009–2024 год¹

Как видно из данных рисунка за последние 15 лет продолжает действовать тенденция сокращения количества действующих кредитных организаций в нашей стране, в частности, банков.

Причин тому много, одна из них, это рост конкуренции, в результате которого действующие банки, не соответствующие требованиям Банка России, требованиям и запросам клиентов, современным реалиям в сфере качества и должного объема оказываемых услуг, уходят с рынка, либо проходят процедуру реорганизации (слияния, поглощения другими финансовыми компаниями и др.)

За последние двадцать лет количество банков в России сократилось примерно на две трети, и этот процесс не останавливается. Некоторые банки уходят с рынка добровольно, однако преимущественно это происходит из-за отзыва лицензий у кредитных организаций.

Стоит упомянуть, что волна отзыва лицензий остро проявилась в периоды экономических кризисов, как, например, в 2014–2015 годах. В последнее время банковский сектор пострадал от кризиса, обусловленного пандемией коронавируса. Этот кризис затронул весь мировой рынок: потери доходов для потребителей и падение экономики. В последние пару лет экономика страдает от СВО, ведь большая часть бюджета направлена на военные расходы.

С одной стороны, Центральный банк РФ, его действия позволяют «отчистить» рынок от неэффективных участников. Но с другой - в отрасли увеличивается концентрация и консолидация банков, появляются гиганты, «супермаркеты финансового рынка», которые завоевали рынок и держат его в своих руках.

В России банковская конкуренция является довольно активной и динамичной и имеет такие особенности:

1. Банковская конкуренция в последние годы, активно переходит в цифровое пространство из-за процессов цифровизации. Банки разрабатывают и используют современные технологии, такие как мобильные приложения, онлайн-банкинг, чат-боты и т.д., для привлечения и удержания клиентов.

2. Причиной высокой конкуренции на рынке также является то, что банки используют агрессивные методы маркетинга для привлечения клиентов, например, разные акции, специальные предложения, низкие процентные ставки по кредитам и высокие по депозитам.

3. Высокая концентрация банковской деятельности и капитала, выражающаяся в том, что более половины всех активов банковского сектора России приходится на долю десяти и тридцати крупнейших кредитных организаций.

4. В Центральном федеральном округе сосредоточено и успешно функционирует большинство кредитных организаций - наблюдается неравномерность их территориального развития, что сказывается на уровне банковской конкуренции.

5. Банки стремятся предлагать различные продукты и услуги в условиях высокой конкуренции не только классического, традиционного характера (кредиты, депозиты, переводы, операции с иностранной валютой) но и иные финансовые и нефинансовые услуги - инвестиции, страхование и т.д.

6. В России банковская деятельность регулируется и контролируется Банком России довольно жесткими нормативами и правилами, что оказывает непосредственное влияние на конкуренцию на рынке финансовых услуг, а также определяют дальнейшее развитие банковского сектора.

7. Рынок кредитных организаций в нашей стране имеет черты олигополии с конкурентной средой, где высока доля участия государства в капитале банков. Это стало возможно в ходе исторического развития, что и определило данную особенность банковской конкуренции в России.

8. Ежегодно в результате экспансии крупных банков более мелкие из-за неспособности справиться с конкуренцией вынуждены покидать рынок.

В настоящее время по всему миру Россия занимает второе место по количеству банков (рис. 2). В топе банков по миру Сбербанк занимает 58 место в 2023 году, поднявшись по сравнению с 65 местом в 2022 году. Банк ВТБ занимает 92 место, войдя в топ-100.

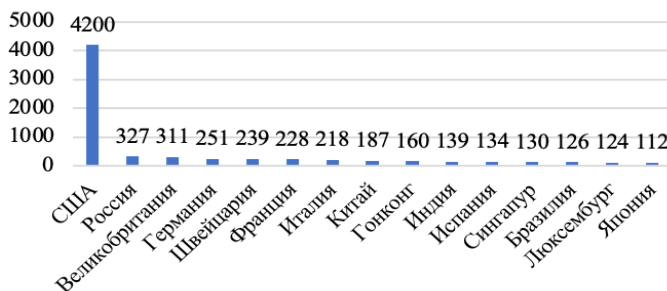


Рис. 2. Количество банков в странах мира, 2023 г.²

В дальнейшем, на наш взгляд, необходимо сокращать присутствие государства в финансовом секторе для создания наилучших условий для конкурентной борьбы на рынке. Но попытки поменять среду путем сокращения доли основных участников на финансовом рынке могут ослабить их конкурентные преимущества. Это происходит из-за эффекта масштаба и внедрения инноваций, что в свою очередь увеличивает стоимость товара и замедляет развитие компании.

Далее рассмотрим величину активов, кредитов и капитала различных групп банков на российском рынке (табл. 1).

Таблица 1

**Отдельные показатели деятельности кредитных организаций России
по состоянию на 01.12.23 г., млн руб.³**

Группы кредитных организаций, ранжированные по величине активов (по убыванию)	Активы	Корпоративные кредиты	Кредиты физическим лицам	Капитал
1-5	105 554 421	51 745 950	24 529 542	10 371 174
6-10	23 095 189	10 104 073	2 471 515	1 903 671
11-20	16 383 819	5 262 260	2 872 213	1 725 331
21-50	11 069 440	2 480 015	2 828 066	1 567 278
51-100	4 938 062	1 683 875	696 911	-753 876
101-360	2 825 241	669 312	287 684	681 265
Итого	163 866 172	71 945 485	33 685 930	15 494 843

Согласно данным из таблицы наибольшую долю активов занимает первая пятерка банков – 64% от совокупных активов, более 60% приходится и на объемы кредитов, величину капитала первой пятерки банков. При этом наибольшее количество участников рынка, отнесенным к последней группе, имеют незначительные позиции на рынке банковских услуг. Доля их активов в общем объеме занимает 1,7%, а капитала – 4,4%. Таким образом, рынок банковских продуктов и услуг достаточно монополизирован, на нем установлены высокие барьеры для входа и низкий уровень конкурентоспособности.

Рассчитаем степень концентрации банковского бизнеса в России (табл. 2)⁴.

Таблица 2

**Распределение кредитных организаций, ранжированных по величине активов
в РФ (по убыванию) на 01.12.2023 г.**

Группы кредитных организаций	Коэффициент концентрации активов
1-5	64%
6-10	14%
11-20	10%
21-50	7%
51-100	3%
101-360	2%
Итого	100%

Из таблицы мы видим, что под конец 2023 года коэффициент концентрации активов пятерки крупнейших банков составил 64%, такой коэффициент для 10 крупных банков — 78%. Первые 20 банков имеют аналогичный показатель 88%, топ-50 банков – 95%, а первые 100 – 98%, при тенденции роста. Таким образом, на рынке банковских услуг присутствует чрезмерная концентрация, сдерживающая развитие межбанковской конкуренции.

Наибольшую долю по величине активов занимает ПАО Сбербанк, затем ПАО ВТБ банк, на 3 месте – ПАО Газпромбанк. Далее идут ПАО Альфа-Банк, Национальный клиринговый центр, АО Московский кредитный банк, ПАО Россельхозбанк, ПАО Совкомбанк, Банк ДОМ.РФ и другие⁵.

Банковская конкуренция обостряется в силу неопределенности рыночной среды. В современных условиях конкурентоспособность банка связана с созданием и продвижением новых услуг, отличных от конкурентов. Более того, к факторам, влияющим на конкурентоспособность, относятся качество обслуживания клиентов, профессионализм сотрудников, использование информационных технологий и уровень цен.

Для разработки стратегии роста конкурентоспособности банка необходимо выявить преимущества и недостатки предлагаемых продуктов и поработать над их совершенствованием. Действующие неблагоприятные геополитические факторы в нашей стране, санкции зарубежных стран тормозят стабильность нашего банковского сектора, поэтому для развития и сохранения позиций необходимо использовать появляющиеся возможности и уделять внимание потенциальным рискам. Задачей банков в области маркетинга является удержание качественных целевых клиентов.

В итоге, конкуренция в банковском секторе зависит от количества субъектов на рынке, условий конкуренции, государственного антимонопольного регулирования и исторического развития.

¹ Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации – URL: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения: 28.04.2024).

² Khan, Harry Terris, Ben Meggeson, Mohammad Taqi The world's 100 largest banks Zia, 2023 – URL: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/research/the-world-s-100-largest-banks-2023> (дата обращения: 28.04.2024).

³ Вестник Банка России № 5 (2479) от 23.01.2024 – URL: <https://cbr.ru/queries/xsltblock/file/131643/-1/2479> (дата обращения: 06.04.2024).

⁴ Рындина, И. В. Роль реструктуризации в развитии Российской банковской системы / И. В. Рындина, А. А. Чонка // Вектор экономики. – 2020. – № 5(47). – С. 78. – EDN TJSWNN.

⁵ ООО ИА «Банки.ру» – URL: <https://www.banki.ru/banks/ratings/> (дата обращения: 28.04.2024).

BANKING COMPETITION AND ITS FEATURES IN RUSSIA

© 2024 Galeeva Dilyara Dinarovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: di.galeeva932@mail.ru

Keywords: competition, credit institutions, banking system, monetary relations, economic rivalry, financial market, banking services, banking concentration, antitrust regulation.

The article is devoted to the study of the content and features of banking competition in Russia. Individual indicators of the banking activity of our country were analyzed, which determine the level of their competitiveness. Conclusions are drawn about the dominance of the five largest players in the financial services market, which set trends in various directions. The directions of development of banking competition in the Russian Federation are formulated.

* Scientific adviser – **Tershukova Marina Borisovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

КЛАССИФИКАЦИЯ МОДЕЛЕЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

© 2024 Гао Лупин*

аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

E-mail: gluping@mail.ru

Ключевые слова: международная торговля, мировая экономика, внешнеторговый оборот, неонинституционализм, парадигма.

В работе представлена классификация моделей международной торговли. Показана распространенность экономико-математических моделей международной торговли, в рамках которых обычно анализируется характер взаимосвязей между количественными критериями, отражающими различные аспекты развития межгосударственного торгово-экономического сотрудничества.

Представители неоклассической парадигмы Э. Хекшер и Б. Олин аргументировали, что «страна обычно экспортирует товар, для производства которого интенсивно используется ее относительно избыточный фактор производства, и импортирует товары, для производства которых она испытывает относительный недостаток факторов производства»¹. Впоследствии положения данной теории были развиты П. Самуэльсоном, согласно исследованиям которого в процессе интенсивной международной торговли между соответствующими рынками государств выравниваются, при относительно конкурентном осуществлении торговых процессов, цены не только на экспортируемые и (или) импортируемые товары, но и на факторы производственной деятельности, используемые для их создания и продвижения на зарубежных отраслевых рынках².

Другой представитель неоклассического направления экономической теории Э. Хансен акцентировал внимание на маржинальных эффектах международной торговли как для импортеров, так и для экспортеров товаров, работ, услуг, обеспечении устойчивых конкурентных или олигопольных равновесий на мировых рынках сбыта³.

В рамках неонинституциональной и постнеоклассической парадигм экономической науки рассматривается широкий круг вопросов, связанных с обеспечением эффективности и устойчивости экспортно-импортных операций, рациональным формированием и развитием моделей международной торговли, а именно: обоснование направлений оптимизации транзакционных издержек, связанных с процессами международной торговли (П. Димагго, Р. Ферри⁴), форми-

* Научный руководитель – Абсаямова Светлана Германовна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

рование рациональной системы международных финансово-экономических институтов, обеспечивающих долгосрочное, устойчивое повышение эффективности реализации моделей международной торговли (С. Гроссман, О. Харт⁵), оценка влияния национальных конкурентных преимуществ на результативность реализации моделей международной торговли (М. Портер⁶, Д. Карлтон и Дж. Перлофф⁷), обоснование оптимальных параметров межгосударственных торгово-экономических контрактов (Э. Йескомб⁸) и др.

Основными социально-экономическими последствиями активного распространения моделей международной торговли, в особенности в конце XX - начале XXI вв., являются:

1. Обеспечение дополнительных условий для стандартизации международного торгово-экономического сотрудничества. Так, организация внешнеторговых коммуникаций, например, с использованием инструментария, предусмотренного некоторой унифицированной, ранее неоднократно успешно апробированной организационно-экономической модели международной торговли, при прочих равных условиях, повышает степень определенности экспортно-импортных коммуникаций, некоторым образом снижает уровень общего риска международного торгового обмена.

2. Развитие моделей международной торговли позитивно влияет на интенсификацию процесса бенчмаркинга передового опыта в области организации и осуществления внешнеторговых транзакций, в т.ч. обеспечения высокого уровня их финансовой эффективности. Так, в целом, международный экономический бенчмаркинг представляет собой процесс применения эффективных практик финансово-экономической, в т.ч. торговой, деятельности, типичных для иностранных компаний или проектов, инициированных резидентами зарубежных государств. Следует отметить, что, при прочих равных условиях, такого рода бенчмаркинг является более простым и потенциально результативным в том случае, если имеются некоторые устойчивые, успешно апробированные модели международной торговли.

3. Посредством использования успешных организационно-экономических и социально-психологических моделей международной торговли обычно, при прочих равных условиях, снижается уровень как удельных накладных расходов, так и удельных транзакционных издержек международного торгово-экономического сотрудничества. На такого рода последствия внедрения моделей международной торговли в практику мирохозяйственных связей указывают, в частности, такие исследователи, как Дж.Ван⁹ и Л. Гучан¹⁰.

4. Под влиянием активного внедрения моделей международной торговли увеличиваются стимулы к прогрессивной институциональной модернизации национальных систем внешнеторгового права, а также международного торгового законодательства. Так, в результате активного использования современных моделей международной торговли становятся более очевидными возможные недостатки систем национального внешнеэкономического и международного торгового права - соответственно, повышается вероятность их модернизации.

Классификация видов моделей международной торговли

Классификационный признак	Виды моделей
1. Масштаб модели	- макроэкономические модели международной торговли; - мезоэкономические модели международной торговли; - микроэкономические модели международной торговли.
2. Формат модели	- описательные модели международной торговли; - экономико-математические модели международной торговли; - организационно-экономические модели международной торговли; - социально-психологические модели международной торговли.
3. Объект международной торговли	- модели международной торговли товарами; - модели международной торговли организацией и осуществлением работ; - модели международной торговли услугами; - универсальные модели международной торговли, возможности которых могут быть использованы для анализа и планирования экспорта или импорта любых типов благ.
4. Наличие посредников процесса международной торговли	- модели прямой международной торговли; - модели международной торговли с одним посредником (в т.ч. маркетплейсом); - модели международной торговли, основанные на использовании услуг «цепочки посредников»; - модели торговли, основанные на использовании потенциала международных выставок и ярмарок.
5. Паритетность отношений акторов внешнеторгового процесса	- модели международной торговли, описывающие паритетные отношения участников внешнеторгового обмена; - модели международной торговли, стратегически паритетные, но тактически диспаритетные для участников торгового процесса, или наоборот; - диспаритетные модели международной торговли.
6. Легальность международной торговли	- модели международной торговли, основанные на предпосылке о полной легальности внешнеторгового обмена; - модели полностью или частично нелегальной международной торговли (например, модель контрабанды).
7. Фактор инновационности	- модели международной торговли инновационными для внешних рынков товарами или услугами; - модели, основанные на использовании инновационных подходов к организации процесса международной торговли; - модели международной торговли, в которых фактор инновационности не учитывается.
8. Использование потенциала цифровизации	- модели международной торговли, не учитывающие фактор цифровизации; - модели международной торговли, в которых цифровизация является одной из детерминант интенсивности или эффективности внешнеторгового процесса; - модели международной торговли в виртуальной цифровой среде

Содержание моделей международной торговли может быть конкретизировано в рамках системы их видов. Нами уточнен и дополнен состав классификационных признаков моделей международной торговли, используемых в современных условиях хозяйствования (см. таблицу).

Как показано в таблице, в зависимости от формата представления данных как макро-, так и мезо-, и микроэкономические модели международной торговли могут быть дифференцированы на описательные, экономико-математические, социально-психологические и организационные.

В рамках описательных моделей представлены преимущественно качественные переменные, характеризующие различные факторы интенсификации и обеспечения эффективности процесса международной торговли; при этом взаимосвязь между такого рода факторами носит исключительно абстрактно-логический, а не экономико-статистический характер. Достаточно наглядным примером описательной модели международной торговли является «конкурентный ромб» М. Портера, вариант которого, модифицированный с учетом тенденций интенсивной цифровизации мирохозяйственных финансово-экономических связей.

Представитель постнеоклассического направления экономической науки П. Кругман на основании комплекса взаимосвязанных эконометрических моделей доказал, что производство несколькими странами однородных благ не снижает, при определенных условиях, стимулы к активизации процессов торговли такого рода благами¹¹. В этом смысле выводы, следующие из модели П. Кругмана, в значительной степени противоречат классической теории сравнительных преимуществ Д. Рикардо, лежащей в основе широкого круга неоклассических моделей международной торговли.

Таким образом, в работе рассмотрена классификация видов моделей международной торговли по таким признакам, как паритетность торгово-экономических коммуникаций для их субъектов, легальность процесса международной торговли, его инновационность и использование фактора цифровизации в рамках модели международной торговли. Расширенная классификация видов моделей позволит органам государственного внешнеэкономического администрирования национальных экономических систем определить наиболее предпочтительный вариант развития модели международной торговли макроуровня, а субъектам хозяйствования - непосредственным участникам экспортно-импортных операций - определить, исходя из собственных финансовых, кадровых, организационных и иных возможностей и ограничений, наиболее предпочтительный вариант совершенствования внешнеторговых коммуникаций.

¹ Хекшер Э. Влияние внешней торговли на распределение дохода. - М.: Теис, 2006. С.154 - 161.

² Самуэльсон П., Нордхаус В. Экономика. – М.: Вильямс, 2023. С.569.

³ Hansen E. The theory of economic growth. NY., 1973. P.71-79.

⁴ Dimaggio, Paul (ed.) The Twenty-First-Century Firm: Changing Economic Organization In International Perspective. Princeton: Princeton University Press, 2001; Ferri R. All about assets allocation. McGraw-Hill Education, 2010. P.71-72.

⁵ Grossman S. J. and Hart O. D. The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration // Journal of Political Economy, 1986, vol. 94, pp.691–719.

⁶ Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. - М.: Интеллектуальная литература, 2021.

⁷ Carlton D., Perloff J. Modern Industrial Organization. Harper Collins, USA, 1994. P.53-58.

⁸ Йескомб Э.Р. Принципы стратегического менеджмента. – М.: Вершина, 2024. С.43-47.

⁹ Van Y. The Chinas trade problems and digital desigions // Asian economic research. - 2024. - №3. - P.171.

¹⁰ Гучан Л. Ради благополучия народа двух стран. 'Национальные годы' придают новый импульс сотрудничеству. // Проблемы современной экономики [Электронный ресурс] // Евразийский международный научно-аналитический журнал., N 2 (22), 2021.С.47.

¹¹ Кругман П. Возрастающая отдача, монополистическая конкуренция и международная торговля. Вехи экономической мысли. СПб.: Экономическая школа ГУ ВШЭ, 2000. Т. 2. С. 523-532.

CLASSIFICATION OF INTERNATIONAL TRADE MODELS

© 2024 Gao Luping*

Postgraduate student

Kazan (Volga Region) Federal University

E-mail: gluping@mail.ru

Keywords: international trade, world economy, foreign trade turnover, neoinstitutionalism, paradigm.

The paper presents a classification of types of international trade models. The prevalence of economic and mathematical models of international trade is shown, within the framework of which the nature of the relationship between quantitative criteria reflecting various aspects of the development of interstate trade and economic cooperation is usually analyzed.

* Scientific adviser – **Absalyamova Svetlana Germanovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kazan (Volga Region) Federal University.

РОЛЬ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2024 Гладких Татьяна Витальевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Tanya.gladkih2003@mail.ru

Ключевые слова: транснациональные корпорации, глобализация, мировая экономика, транснационализация мирового хозяйства, межнациональное производство.

В статье рассматривается влияние транснациональных корпораций (ТНК) на развитие национальной экономики и углубление процессов транснационализации хозяйственной деятельности. Делается вывод о ведущей роли ТНК в процессе глобализации и отмечается их неоднозначное воздействие на процесс развития национальных экономик развивающихся стран.

Транснациональная корпорация (ТНК) – это корпорация, которая имеет филиалы и (или) прочие структурные виды подразделений в различных странах.

Страны, на территории которых находятся подразделения ТНК, делятся на страну базирования или материнскую страну, где изначально сформировалась ТНК и где располагается ее материнская структура, и принимающие страны, где располагаются прочие структурные подразделения ТНК независимо от их юридической формы и отношений собственности к материнской компании.

На сегодняшний день ТНК играют ключевую роль в мировой экономике, а 70% мирового торгового оборота приходится именно на различные транснациональные корпорации.¹ Финансовое состояние некоторых ТНК превышает суммарный бюджет отдельно взятых стран, а влияние их настолько велико, что они вполне в состоянии держать под своим контролем страны, в которых размещены и даже продвигать свои интересы среди властей.

Около 60% транснациональных корпораций заняты производством материальных товаров, примерно 35-37% ведут основную деятельность в сфере услуг, а оставшиеся 3-5% приходится на сельскохозяйственную и добывающую промышленность.¹

В топ-5 крупнейших по капитализации ТНК на 2024 год входят такие корпорации как:

1. Apple;
2. Microsoft;

* Научный руководитель – **Блиничкина Надежда Юрьевна**, доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории, Самарский государственный экономический университет.

3. Nvidia;
4. Alphabet (Google);
5. Amazon.

Интересно, что 4 из 5 корпораций-лидеров занимаются производством ИТ-продукции, что является показательным моментом не только в рамках мировой торговли и мирового хозяйства, но и в рамках всего человеческого развития в целом, так как отражает его существующие приоритеты и тенденции.

Более 80% от всего количества ТНК расположено в развитых странах, таких как Япония, США, Дания, Германия, Франция, Швейцария и т.д.²

Стоит понимать, что часто ТНК, по ряду причин, располагают свои подразделения в менее развитых или развивающихся странах, которые менее устойчивы к влиянию ТНК и более заинтересованы в их деятельности, в результате чего могут оказаться не только под позитивным, но и под негативным воздействием.

Позитивное воздействие ТНК на экономику развивающихся стран может быть сведено к тому, что они:

- предоставляют новейшие научно-технические разработки странам со слабо развитой экономикой, тем самым создавая условия для их технологического развития;
- размещением подразделений способствуют появлению новых рабочих мест;
- способны предоставить достойную оплату труда для той или иной развивающейся страны, оказывая влияние на уровень жизни местного населения.

Отрицательное влияние ТНК на экономику развивающихся стран состоит в том, что:

- выходящие на рынок менее развитых стран ТНК вытесняют с этого рынка национальных производителей, так как обладают высокой конкурентоспособностью по сравнению с местными компаниями, что может крайне негативно сказаться на развитии национального производства;

- зачастую промышленное производство сопровождается большим количеством вредных отходов и выбросов, и несложно предположить насколько вредно для местной окружающей среды принимающих стран будет размещение производства ТНК;

- как уже упоминалось ранее, ТНК за счет владения большим капиталом обладают возможностью оказывать влияние на местные власти, а это означает, что данные корпорации также могут оказывать влияние на местное управление в данной отрасли в своих интересах.³

Необходимо понимать, что в современных условиях транснациональные корпорации являются одним из основных субъектов, который приводит в движения ключевые процессы, происходящие во всей современной мировой экономике. ТНК способны определять структуру мирового рынка, его динамику, уровень конкурентоспособности различных товаров и услуг во всем мире, а также осуществлять контроль за международным движением капитала и прямых иностранных инвестиций. Финансовые и производственные возможности ТНК настолько велики, что они способны сосредотачивать на своем производстве новейшие достижения НТП, что приводит к технологическому развитию всей производственной отрасли в целом.⁴

Говоря о процессах, происходящих в мировой экономике, нельзя не затронуть процесс глобализации, тем более, что ТНК напрямую влияет на данный экономический процесс.

Глобализация – это процесс, суть которого состоит в объединении множества национальных экономик в одно единое экономическое пространство, для которого будет характерна беспрепятственное движение и обмен информации, капитала и прочих как материальных, так и не материальных ресурсов.

В этом процессе ТНК играют важнейшую роль, поскольку всеми своими действиями способствуют интеграции национальных рынков ресурсов и готовых товаров и услуг и напрямую заинтересованы в установлении постоянных связей между странами и в устранении препятствия на пути движения товаров между ними. Изначальным инструментом интеграционного воздействия ТНК является использование прямых зарубежных инвестиций.

В целом, влияние ТНК на процесс глобализации состоит в следующем:

- ТНК открываются производственные подразделения в странах низкой стоимостью рабочей силы, что ведет к формированию межнациональных производственных цепочек;

- как уже упоминалось, финансовое состояние ТНК настолько велико, что их бюджеты могут превышать государственные бюджеты некоторых слаборазвитых стран, поэтому такие корпорации часто приобретают местные предприятия для своего расширения;

- также ТНК способны контролировать производство в развивающихся странах, осуществляя заказы у местных производителей той или иной продукции, тем самым вовлекая их в международное производство;

- ТНК могут выступать в роли неких платформ, на которых может осуществляться беспрепятственная передача новейших технологий;

- ТНК заинтересованы в повышении квалификации собственных работников, в результате чего происходит формирование человеческого капитала на международном уровне;

- ТНК обеспечивают перераспределение капитала из стран с его избытком в страны, ощущающие его дефицит, формируя международную систему движения капитала;

- ТНК объединяет коммерческую деятельность и технологическое развитие на мировом уровне.⁵

Таким образом, ТНК являются важными субъектами мировой экономики, которые оказывают значительное влияние на глобализацию и развитие международных связей. Однако необходимо учитывать, как положительные, так и отрицательные аспекты их деятельности и разрабатывать меры по минимизации негативных последствий.

¹ Роль ТНК в глобализации мировой экономики / // Образовательный портал «Справочник» : [сайт]. URL: https://spravochnik.ru/mirovaya_ekonomika/rol_tnk_v_globalizacii_mirovoy_ekonomiki/ (дата обращения: 19.09.2024).

² By Forbes India Top 10 biggest companies in the world by market cap in 2024 / By Forbes India // Forbes India : [сайт]. URL: <https://www.forbesindia.com/article/explainers/top-10-largest-companies-world-market-cap/86341/1> (дата обращения: 17.09.2024).

³ Зайцев Станислав Юрьевич Транснациональные корпорации как агенты глобализации // Общество: политика, экономика, право. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transnatsionalnye-korporatsii-kak-agenty-globalizatsii> (дата обращения: 18.09.2024).

⁴ Шубаева, В. Г. Экономика транснациональной компании : учебник для вузов / В. Г. Шубаева, П. Д. Шимко ; под научной редакцией И. А. Максимцева. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 411 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-15407-8. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/536573> (дата обращения: 19.09.2024).

⁵ What is the role of MNC's in Globalization Process? / // GeeksforGeeks : [сайт]. URL: <https://www.geeksforgeeks.org/what-is-the-role-of-mncs-in-globalization-process/> (дата обращения: 18.09.2024).

THE ROLE OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN THE PROCESS OF GLOBALIZATION OF THE WORLD ECONOMY

© 2024 Gladkikh Tatyana Vitalievna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Tanya.gladkih2003@mail.ru

Keywords: transnational corporations, globalization, world economy, transnationalization of the world economy, international production.

This article examines the influence of transnational corporations (TNCs) on the development of the national economy and the deepening of the processes of transnationalization of economic activity. The conclusion is made about the leading role of TNCs in the process of globalization and their ambiguous impact on the development of national economies of developing countries is noted.

* Scientific adviser – **Blinichkina Nadezhda Yurievna**, Doctor of Economics, Professor of the Department of Economic Theory, Samara State University of Economics.

МИРОВЫЕ ТОВАРНЫЕ РЫНКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ (НА ПРИМЕРЕ МИРОВОГО РЫНКА ЖЕМЧУГА)

© 2024 Глушинская Виктория Станиславовна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: viktoria04m10@gmail.com

Ключевые слова: жемчуг, мировой товарный рынок жемчуга, внешнеторговая деятельность, страны-производители, экологичные методы.

В статье приведены результаты исследования мирового рынка жемчуга. Выявлены особенности международной торговли изделиями из жемчуга. Приведен обзор крупнейших стран – производителей жемчуга в мире, их место и роль в выращивании жемчуга. Представлены статистические данные о мировом экспорте и импорте жемчуга и проанализированы факторы, влияющие на конъюнктуру соответствующего товарного рынка.

Товарный рынок жемчуга – сложная и разнообразная отрасль, которая специализируется на производстве, обработке и торговле жемчугом природного и культивированного происхождения.

Изделия из жемчуга входят в состав драгоценных камней, металлов и жемчуга. Это могут быть изделия из драгоценного, полудрагоценного, искусственного камня и изделия из натурального или культивированного жемчуга.

Сегмент культивированного жемчуга является самым крупным и быстрорастущим на рынке жемчуга, так как этот вид доступен и предпочитается клиентами, которые ищут элегантные, но бюджетные украшения. Спрос на культивированный жемчуг повышается из-за широкого спектра цветов и универсальности, благодаря чему эта разновидность жемчуга является более распространенным вариантом и используется в модных украшениях. Данный сегмент доминировал на рынке в 2022 году, занимая значительную долю рынка в 90%.

Несмотря на то, что культивированный жемчуг является легкодоступным, натуральный в свою очередь пользуется довольно большим спросом благодаря редкости, ценности и уникальности. Натуральный жемчуг считается символом роскоши и изыска, его ценность постоянно растет.

Сегментация жемчужного ювелирного рынка в зависимости от типа включает в себя ожерелья, кольца, серьги (данный сегмент доминировал на рынке, на его долю приходилось 42% выручки рынка; рост обусловлен развитием модных тен-

* Научный руководитель – **Иванова Наталья Игоревна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

денций и предпочтениями потребителей в отношении универсальных и элегантных жемчужных украшений) и др.

Мировой рынок натурального и культивированного жемчуга с каждым днем расширяется благодаря стремлению покупателей приобретать высококачественную продукцию. Согласно анализу Verified Market Reports, товарный рынок стабильно растет, а также производство натурального и культивированного жемчуга значительно увеличивается.

На динамику рынка жемчуга влияет множество факторов. Одними из них являются:

- Рост предпочтений клиентов к натуральным и уникальным ювелирным изделиям;
- Культурное значение жемчуга также влияет на спрос и продажи жемчужных украшений;
- Инновационные методы в процессе выращивания жемчужин влияют на развитие товарного рынка и увеличение производства;
- Расширение товарного рынка жемчуга способствует повышению спроса на изделия высокого качества.

На современном этапе рынок жемчуга стремится к этическим и экологически устойчивым методам закупок, что еще больше стимулирует его развитие. Производители стараются внедрять эти методы в своей деятельности, ответственнее подходить к выбору поставщиков и подчеркивая прозрачность в цепочке поставок. При ежегодном росте на 15% объем рынка жемчуга, произведенного с использованием таких методов, достигнет 5 млрд. долларов США к 2025 году. Компании, которые делают упор на экологичные методы в маркетинге и производстве, могут извлекать выгоду, привлекая клиентов, сознательно выбирающих жемчужные украшения. В результате прогнозируются повышенный спрос и увеличение дохода рынка украшений из жемчуга.

Более того, на рынке жемчужных изделий наблюдается тенденция к персонализированному дизайну. Так жемчуг используют в оригинальных украшениях и современном дизайне, чтобы привлечь больше клиентов. Это дает возможность покупателю выбрать сорт, размер и цвет жемчуга и позволяет создать индивидуальный дизайн.

Каждая страна вносит свой уникальный вклад в развитие рынка жемчуга. Китай – крупнейший в мире производитель жемчуга, который известен изготовлением культивированного жемчуга, за ним следуют Япония, Австралия, Индия, Индонезия и Филиппины. Япония специализируется на производстве жемчуга Акоа, который известен своим металлическим блеском.

В 2022 году продукция из жемчуга заняла 811-е место в мире по объему торговли, что составило 1,8 млрд. долларов. В период с 2021 по 2022 год экспорт увеличился на 14,9% (с 1,56 млрд. до 1,8 млрд. долларов).

Размер товарного рынка жемчуга в 2022 году оценивался в 13,6 млрд. долларов США, в 2023 году – 23,5 млрд. долларов. Среднегодовой темп роста составит 9,6% в период с 2024 по 2030 год.

**Динамика основных показателей международной торговли жемчугом
в 2019-2022 гг., млрд долл.**

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Мировой экспорт жемчуга	0,85	0,44	0,61	0,75
Мировой импорт жемчуга	0,87	0,48	0,86	1,01
Мировой товарооборот	1,72	0,92	1,47	1,76
Сальдо торгового баланса	-0,02	-0,04	-0,25	-0,26

Источник: Кузьменко С.С. Внешнеторговая деятельность предприятий на рынке жемчуга, 2024 г.

На данный момент внешнеторговая деятельность на мировом товарном рынке жемчуга обусловлена функционированием таких крупнейших хозяйствующих субъектов, как Moonlight Pearl International (Китай), Pielle (Италия), Pierre Paul Jacques (Франция), Oliver Pauquet (Бельгия), Dame (Российская Федерация), State Property (Сингапур), Margot McKinney (Австралия), Moksh (Индия), Les Merveilles du Pacifique (Франция), Majorica (Испания) др.

В данной статье освещены аспекты мирового товарного рынка жемчуга на современном этапе, выявлены особенности внешнеторговой деятельности в рамках данной отрасли, приведены статистические данные и список крупнейших стран-производителей жемчуга.

В заключение можно сказать, что на современном этапе мировой рынок жемчуга успешно и стремительно развивается. Наблюдается также рост показателей мирового экспорта, импорта и эффективности внешнеторговой деятельности и в будущем благодаря учету предпочтений клиентов и тенденций в мире, внедрению инновационных моделей производства⁵.

¹ Кузьменко С.С. Векторы совершенствования особенностей внешнеторговой деятельности предприятий на рынке жемчуга <https://research-journal.org/archive/6-144-2024-june/10.60797/IRJ.2024.144.76> ;

² Кузьменко С.С. Внешнеторговая деятельность предприятий на рынке жемчуга // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 4А. С. 413-431;

³ Мировой рынок природного и культивированного жемчуга по типу (природный, культурный), по применению (ювелирные изделия, косметика), по географическому охвату и прогнозу <https://oec.world/en/profile/hs/pearl-products?yearSelector2=2022&yearSelector5=2022> ;

⁴ Articles of natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones (natural, synthetic or reconstructed) <https://oec.world/en/profile/hs/pearl-products?yearSelector2=2022&yearSelector5=2022> ;

⁵ Pearl Jewellery Market Research Report Information By Type (Necklace, Earrings, Rings, And Others), By Pearl Nature (Cultures And Natural), By Distribution Channel (Offline Channels And Online Channels), By Pearl Source (Fresh Water And Salt Water), By Material (Gold, Silver, and Others) And By Region (North America, Europe, Asia-Pacific, And Rest Of The World) –Market Forecast Till 2032.

WORLD COMMODITY MARKETS AT THE PRESENT STAGE (ON THE EXAMPLE OF THE WORLD PEARL MARKET)

© 2024 Glushinskaya Victoriya Stanislavovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: viktoria04m10@gmail.com

Keywords: pearls, world pearl commodity market, foreign trade activities, producing countries, environmental methods.

The article presents the results of the study of the world pearl market. The features of international trade in pearl products are revealed. An overview of the largest pearl-producing countries in the world, their place and role in pearl cultivation is given. Statistic data on the world export and import of pearls are presented and the factors influencing the situation in the corresponding commodity market are analyzed.

* Scientific adviser – **Ivanova Natalia Igorevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

САНКЦИОННЫЕ РИСКИ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ: АДАПТАЦИЯ И СТРАТЕГИИ ВЫЖИВАНИЯ

© 2024 Городецкова Ангелина Алексеевна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: a.gorodetskova@yandex.ru

Ключевые слова: санкции, банковская система, SWIFT, платежная система, Центральный банк РФ.

В статье рассматриваются последствия международных санкций для российского финансового сектора и стратегии адаптации банков. Проанализированы действия Центрального банка РФ в условиях ограниченного доступа к иностранным активам и капиталам.

Банковская система России – ключевой элемент национальной экономики, находящийся под воздействием как внутренних факторов, таких как стабильность коммерческих банков, так и внешних, связанных с международной политикой. Последние годы банковская система сталкивается с санкциями, направленными на ограничение участия России в мировом финансовом рынке. Однако, несмотря на давление, Россия демонстрирует успешную адаптацию, что способствует укреплению ее экономической независимости, особенно в финансовом секторе³.

Санкции бывают разных типов. На рисунке представлены основные виды санкций.

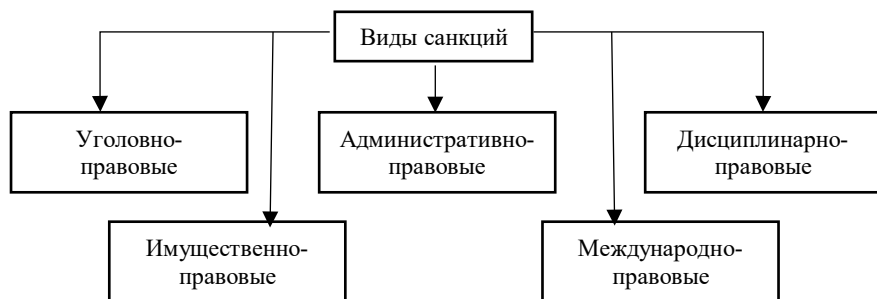


Рис. Виды санкций

* Научный руководитель – **Щуцкая Александра Викторовна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

В 2024 году в отношении России введено 18772 санкций, что является самым большим количеством среди всех стран мира, таких как Иран (3.6 тыс), Сирия (2.6 тыс), КНДР (2.1 тыс.) и Венесуэлу (0.7 тыс). Это привело к серьезному давлению на экономику, особенно на банковский сектор.

Санкции против российских банков, введенные США и Европейским союзом, серьезно ограничили их возможности на международных финансовых рынках. Банки потеряли доступ к внешним источникам финансирования, их активы за рубежом были заморожены, и они больше не могут свободно проводить международные операции. В период 2014–2015 годов были предприняты аналогичные меры, и уже тогда стало очевидно, что санкции негативно влияют на способность российских банков вести международные операции и поддерживать свою репутацию².

Основные последствия от введения санкций:

- Отключение от SWIFT. Это ограничивает международные операции и расчеты. Лишь несколько крупных банков остаются подключенными к системе SWIFT («Газпромбанк», «ЮниКредит Банк», «ОТП Банк», «Солид Банк», «Интеза» «Азиатско-Тихоокеанский Банк» и некоторые другие банки)⁴.

- Заморозка активов. Примерно \$300 млрд международных резервов России остаются замороженными за рубежом, что ограничивает доступ к валютным ресурсам.

- Снижение прибыли. В 2022 году прибыль банков сократилась на 90%, но к 2023 году сектор начал восстанавливаться, хотя остается под давлением.

- Дедоларизация и переход на юань. Доля расчетов в долларах и евро снизилась до 50%, а юань стал важной валютой для международных расчетов (до 35-40%). Санкции ускорили переход на расчеты в национальных валютах с дружественными странами

- Рост проблемных кредитов. Доля просроченных кредитов выросла до 11-12%, что увеличило риски для банковской системы.

- Централизация. Государственные банки занимают более 70% рынка, усиливается роль государства в поддержке банков.

- Отток капитала. Несмотря на замедление, чистый отток капитала составил около \$100-150 млрд.

- Девальвация рубля. Рубль остается волатильным, что создает дополнительные риски для банков и экономики¹.

Тем не менее, российские банки нашли несколько способов смягчить последствия:

Укрепление позиции на внутреннем рынке. Банки могут сосредоточиться на развитии бизнеса внутри страны, на обслуживании местных клиентов.

Поиск альтернативных источников финансирования. В условиях санкций банки могут расширять деловые связи с государствами, которые не поддерживают санкции, например, в Азии или на Ближнем Востоке.

Использование криптовалют. Некоторые банки могут рассматривать криптовалюты как один из способов обхода санкций в международных операциях.

План управления рисками. Разработка стратегий по минимизации рисков позволяет банкам лучше подготовиться к работе в условиях санкционного давления.

Для обеспечения финансовой стабильности и независимости был создан аналог SWIFT - система передачи финансовых сообщений (СПФС). Также на замену MasterCard и VISA создана Национальная Система Платежных Карт (Мир). К системе СПФС на данный момент подключено 557 банков из 20 стран. Доля карт «Мир» составляет 56% от объема всех операций по картам и 51,6% в общем числе выпущенных карт. До ухода из России Visa и Mastercard ЦБ рассчитывал увеличить долю карт «Мир» в обороте лишь до 30% к концу 2023 года⁵.

В таблице представлены основные шаги Центрального банка для восстановления финансового сектора.

Действия Центрального банка в условиях ограниченного доступа к иностранным активам и капиталам*

Шаги восстановления	Описание
Инвестиционные стратегии	Вложение в активы, менее подверженные санкционным рискам, и использование финансовых инструментов, помогающих минимизировать рыночные колебания.
Расширение торговых партнерств	Привлечения средств из стран, которые не поддерживают санкции
Ограничение импорта	Снижение оттока валюты из страны, что позволяет сохранить и увеличить валютные резервы
Повышение процентных ставок	Увеличение резервов в национальной валюте и снижение зависимости от внешних источников

* Составлено автором по: Семеко Г. В. Банковский сектор России в условиях международных санкций // Экономические и социальные проблемы России. 2023. № 2 (54). С. 106–129.

В заключение можно сказать, что несмотря на серьезные экономические угрозы и ограничения, российская банковская система, благодаря принятым мерам, продолжает функционировать. Санкции, направленные на изоляцию России от международных рынков, вынуждают страну искать альтернативные пути для поддержания финансовой стабильности. В условиях санкционного давления ключевыми стратегиями остаются диверсификация международных связей, развитие собственной национальной инфраструктуры и внедрение новых подходов к управлению рисками.

¹ Информация о введенных санкциях в отношении Российской Федерации // Торгово-промышленная палата Российской Федерации. URL: https://uslugi.tpprf.ru/ru/sanctions_2022/ (дата обращения: 22.09.2024).

² Ковалева Е. Г., Корсачева Е. А., Васильев И. И. Влияние антироссийских санкций на банковскую систему РФ. Меры поддержки Центральным Банком России банковского сектора в связи с антироссийскими санкциями // Финансовые рынки и банки. 2022. № 11. С. 25–29.

³ О развитии банковского сектора Российской Федерации // Банк России. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/50569/razv_bs_24_07.pdf (дата обращения: 22.09.2024).

⁴ Семёко Г. В. Банковский сектор России в условиях международных санкций // Экономические и социальные проблемы России. 2023. № 2 (54). С. 106–129.

⁵ Титова Н. Ю., Коркишко Е. А., Рыбина Е. Е. Влияние международных санкций на обеспечение устойчивости банковской системы РФ // Финансовые исследования. 2022. № 2 (75). С. 9–21. <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-mezhdunarodnyh-sanktsiy-na-obespechenie-ustoychivosti-bankovskoy-sistemy-rf?ysclid=m1dyfunntr142199723> (дата обращения: 22.09.2024).

SANCTIONS RISKS FOR THE RUSSIAN BANKING SYSTEM: ADAPTATION AND SURVIVAL STRATEGIES

© 2024 Gorodetskova Angelina Alekseevna*
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: a.gorodetskova@yandex.ru

Keywords: sanctions, banking system, SWIFT, payment system, Central Bank of the Russian Federation.

The article examines the consequences of international sanctions for the Russian financial sector and the adaptation strategies of banks. The actions of the Central Bank in conditions of limited access to foreign assets and capital are also analyzed.

* Scientific adviser – **Shchutskaya Alexandra Viktorovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ГОСКОРПОРАЦИЯХ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ

© 2024 Давлетов Камиль Рафикович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kamildav@gmail.com

Ключевые слова: финансовый менеджмент, финансовые государственные корпорации, нефинансовые государственные корпорации, система финансирования, геополитические и экономические условия.

Статья посвящена анализу современного состояния финансового менеджмента в государственных корпорациях в Российской Федерации. Автор рассматривает роль и значение государства в финансовом управлении госкорпорациями и раскрывает три типа действующих систем финансирования государственных корпораций в современных геополитических и экономических условиях.

Государственный сектор в российской экономике играет значительную роль, оказывая влияние на различные аспекты экономической деятельности страны. Это связано с наличием крупных государственных компаний в стратегически важных отраслях, таких как энергетика, транспорт, добыча полезных ископаемых, финансовый сектор и национальная оборона. Доля государственного участия в экономике постепенно нарастает и год за годом увеличивается и расширяется.

По данным Федеральной антимонопольной службы (ФАС) прослеживается четкая тенденция роста государственного участия в экономике страны, начиная с 25 % в 1998 году, составляя уже 70% в 2016 году.

К сожалению, после этого периода международные организации по определенным причинам углубленно не занимались изучением российского рынка. Но есть отчеты Института прикладных экономических исследований (ИПЭИ) РАН-ХиГС за 2022 год, в которых отмечаются несколько другие данные. Анализ был произведен за 2016-2021 год и показывает, что госсектор продолжает увеличивать свою роль, значение и влияние с 47,33% в 2016 году и до 56,23% в 2021 году.

Федеральная антимонопольная служба РФ (ФАС) отмечает, что процесс усиления роли государства в экономике перешел в новое качественное состояние. Вместо простого установления правил государство уже стремится регулировать все большую сферу хозяйственной системы страны.

* Научный руководитель – **Жегалова Елена Валерьевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

Немалый кластер госкорпораций сегодня охватывает довольно большой сектор стратегических отраслей экономики. В основном данный сектор представлен высоко доходными отраслями, такими как металлургическая, химическая промышленность, добычей и продажей полезных ископаемых, транспортно-логистическим комплексом, банковской сферой. В нашей стране устанавливается принцип концентрации государственного участия (государственного контроля) в перечисленных стратегических отраслях для управления этими отраслями и нивелирования опасных рыночных влияний на них. Это связано с тем, что данные отрасли входят в сферу государственных стратегических приоритетов (государство стремится их контролировать) и определяют развитие национальной экономики, ее темпы роста, влияние на мировые товарные и финансовые рынки, твердость национальной валюты. Государство заинтересовано в успешном их функционировании и финансовой устойчивости.

Современные геополитические и экономические условия оказывают значительное влияние на развитие государственных корпораций в России. К основным факторам такого развития можно отнести санкции и международную изоляцию, колебания цен на энергетические ресурсы, инновации и технологическое развитие. Далее остановимся на рассмотрении этих факторов подробнее.

Санкции и международная изоляция – это самый распространенный способ давления и противодействия неприемлемой политике неудобных стран. Введение санкций со стороны западных стран ограничивает доступ российских государственных корпораций к международным финансовым рынкам, технологиям и инвестициям. Это требует перестройки финансовых стратегий, увеличения доли внутреннего финансирования, инвестиций и поиска для сотрудничества новых партнеров на Востоке. Общее число введенных ограничений в отношении России в период с 21 февраля 2022 по 28 декабря 2023 года составило 14629⁴.

Важным фактором необходимости регулирования и участия государства являются колебания цен на энергоносители. Значительная часть государственных корпораций РФ занята в сырьевом секторе, в частности, в нефтегазовой отрасли. В современных условиях углеводороды выступают мощной защитой рубля от санкционных рисков и геополитической неопределенности. Снижение и недостаток спроса на углеводороды, колебания цен на нефть и газ непосредственно влияют на финансовые результаты этих компаний, что требует гибкости в управлении финансовыми потоками и затратами.

Не менее значимое направление для внимания и участия государства – инновации и технологическое развитие. В период глобальной цифровизации и инноваций самыми распространенными направлениями для санкционных ограничений считаются высокотехнологичные товары, услуги и сырье для их производства. Значительное влияние оказали затруднения с поставками комплектующих при изготовлении высокотехнологичной продукции, а также пользование специализированным программным обеспечением для отраслей промышленности.

В условиях санкционного давления возрастает необходимость в развитии собственных технологий и импортозамещения. Отсутствие возможности обновления и оплаты за пользование сервисом поставила государственные корпорации

промышленного сектора экономики перед необходимостью увеличения затрат на разработку собственного программного обеспечения. Государственные корпорации активно инвестируют в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, в разработки отечественного программного обеспечения, что требует значительных финансовых ресурсов и эффективного их распределения, в том числе строгого контроля за расходованием денежных средств.

Степень государственного участия в капитале госкорпораций выступает определяющим условием его роли в управлении этой компании, оказывает влияние на значение и качество финансового менеджмента. Финансовая устойчивость и платежеспособность государственных корпораций означает, что существует четкая система определения источников финансирования их деятельности, а также правил и процедур их целевого использования, свидетельствует о грамотном финансовом менеджменте в компании.¹

Госкорпорации имеют разную систему финансирования – внешнюю и внутреннюю. Внешняя система финансирования подразумевает субсидирование хозяйственной деятельности корпорации государством на постоянной основе, тогда как внутренняя – на основе извлечения прибыли и характеризуются финансовой самостоятельностью компании. Таким образом, исходя из оценки зависимости от финансового обеспечения деятельности госкорпораций за счет федерального бюджета можно упорядочить их от состояния полной зависимости до уровня независимой или незначительной зависимости.

Существует еще одна система финансирования, которой необходимо уделить внимание – смешанная система. Это особая форма экономических отношений госкорпораций с коммерческим (частным) сектором, позволяющая привлечь частный капитал для аккумуляции больших финансовых ресурсов, а также решить вопрос финансирования в кризисных экономических условиях, когда в стране возникают трудности с поддержанием уровня доходов бюджета и финансирования. Путем привлечения внешнего капитала коммерческого сектора государство сосредотачивает ресурсы для осуществления совместных и значимых проектов, предлагая потенциальным инвесторам финансирование через покупку облигаций государственных корпораций. При этом сохраняются (не ущемляются) рыночные механизмы и поддерживается предпринимательская инициатива.

Цели и задачи государственных корпораций

Корпорации	Цели и задачи создания
Финансовые	• производство товаров; • оказание услуг; • развитие предпринимательства и бизнес-среды; • формирование налоговых доходов в бюджет
Нефинансовые	• развитие инноваций; • развитие научно-технического оснащения; • развитие научно-технического потенциала; • привлечение квалифицированного персонала

В таблице представлена классификация госкорпораций по целям и задачам своего создания.

В текущих обстоятельствах последствий мирового кризиса и современных экономических условиях турбулентности государственные корпорации нуждаются в действенном средстве регулирования и мониторинга хозяйственной деятельности, реализуемой в реалиях кризисных последствий и результатов давления санкций. Вследствие этого существует необходимость оперативного контроля и мониторинга государством за деятельностью государственных корпораций, являющихся драйверами развития в стратегически важных направлениях экономики, в том числе и объективной оценки эффективности данных субъектов экономических отношений, отличных от классических предприятий. Для этого требуется внедрение эффективной модели управления и отчетности государственных корпораций, которая позволит топ-менеджменту принимать оперативные актуальные управленческие решения в нужный момент времени и, следовательно, достигать поставленных задач в области технологического лидерства, инноваций и социально-значимых проектов.

В 2024 году государственное регулирование финансовой деятельности государственных корпораций остается критически важным. Основные направления в совершенствовании такого регулирования включают нормативно-правовое регулирование, стратегическое планирование и бюджетирование, контроль и мониторинг.

¹ Жегалова, Е. В. Финансовый менеджмент в госкорпорациях в условиях турбулентности / Е. В. Жегалова, К. Р. Давлетов // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 1(150). – С. 958-961. – DOI 10.34925/EIP.2023.150.1.191. – EDN QUJBLP.

² Чумаков И.И., Харчилава Х.П. Роль и функции государственных корпораций в российской экономике // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2019. № 3. С. 18.

³ Роль государственных корпораций в реализации стратегических приоритетов экономического развития РФ: монография / [Дашков и К] ; под ред. А.Г. Зельднер, С.Н. Сильвестров. – Москва, 2023

⁴ Белов, Г. О. Влияние санкционных ограничений на деятельность государственной корпорации / Г. О. Белов, Е. А. Федченко // Russian Economic Bulletin. – 2024. – Т. 7, № 3. – С. 106-112. – DOI 10.58224/2658-5286-2024-7-3-106-112. – EDN LAKKCK.

FINANCIAL MANAGEMENT IN STATE CORPORATIONS RUSSIA UNDER CONDITIONS OF TURBULENCE ANALYSIS

© 2024 Davletov Kamil Rafikovich*

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: kamildav@gmail.com

Keywords: financial management, financial state-owned corporations, non-financial state-owned corporations, financing facility, geopolitical conditions, economic conditions.

The article is devoted to the analysis of the current state of financial management in state corporations in the Russian Federation. The author examines the role and importance of the state in the financial management of state corporations and reveals three types of operating systems for financing state corporations in modern geopolitical and economic conditions.

* Scientific adviser – **Zhegalova Elena Valerievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ИССЛЕДОВАНИЕ УГРОЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК

© 2024 Демидов Владислав Витальевич*
студент

Самарский государственный технический университет
E-mail: demidov.sl2014@gmail.com

Ключевые слова: рынок железнодорожных перевозок, АО «РН-Транс», внешние угрозы, внутренние угрозы.

В статье представлен анализ внутренних и внешних угроз, с которыми сталкивается в процессе своего функционирования предприятие – перевозчик нефтеналивных грузов. В результате исследования было установлено, что основными являются политические ограничения, высокая востребованность специалистов отрасли, приводящая к оттоку кадров в предприятия-конкуренты.

Рынок перевозок нефтеналивных грузов является первым конкурентным сегментом общего рынка грузовых железнодорожных перевозок. Его зарождение можно датировать началом 1990-х годов, когда появились первые крупные частные операторы. В настоящий момент этот сегмент рынка, являющийся стабильно растущим, практически сформировался: существуют 3 вида собственников цистерн: независимые операторы, экптивные (аффилированные с грузовладельцем) операторы, а также лизинговые компании. Одним из субъектов данного рынка является акционерное общество «РН-Транс» – экптивная логистическая компания ПАО НК «Роснефть», выступающая в роли оператора ж/д перевозки и координатора грузоотправления с целью обеспечения своевременного вывоза нефтепродукции ПАО «НК «Роснефть». ¹

Как и любой хозяйствующий субъект АО «РН-Транс» в процессе своего функционирования сталкивается с различными угрозами. Рассмотрим основные. Возникающие угрозы деятельности предприятия АО «РН-Транс» условно можно объединить в две группы: внешние и внутренние. Возникновение внешних угроз связано с окружающей средой предприятия и не зависит непосредственно от работы самого предприятия. Внутренние факторы, напротив, возникают в среде самого предприятия и не зависят от внешних воздействий. Предприятие должно так организовать взаимодействие с окружающей средой, чтобы максимально предотвратить или снизить влияние внешних и внутренних факторов на работу предприятия.

* Научный руководитель – Гранкина Светлана Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный технический университет.

К внешним угрозам экономической безопасности АО «РН-Транс» относятся политические, макроэкономические, чрезвычайные ситуации экологического и техногенного характера. Рассмотрим более подробно влияние каждой из выше-названных угроз на деятельность АО «РН-Транс».

К политическим аспектам угроз экономической безопасности АО «РН-Транс» можно отнести такие, как отсутствие политической стабильности в стране и мире в целом, торговые ограничения. Например, после того как мировым сообществом в 2022 году был введен в адрес России ряд экономических санкций, которые дестабилизировали работу не только многих российских предприятий, но и экономики страны в целом.² Так, в АО «РН-Транс», произошло снижение объема транспортировки на экспорт в страны Европы и перенаправление рынка сбыта в Азию. С марта 2022 года полностью были прекращены валютные операции из-за отключения России от системы международных платежей SWIFT. Для возобновления нормальной работы предприятия потребовалось время.

Поскольку основным видом деятельности Общества является транспортировка нефти и продуктов нефтепереработки ПАО «НК «Роснефть», то следующим примером внешней угрозы политического характера может являться подписание Соглашения о сокращении добычи нефти между странами ОПЕК+ и Россией. Данное событие привело к снижению объемов перевозимых грузов АО «РН-Транс» с 2020 года и продолжается по настоящее время.³

К угрозам экономической безопасности предприятия на макроэкономическом уровне можно отнести как возникающие в отрасли, так и в экономике страны в целом. Риски нефтяной отрасли, связанные с динамикой мировых цен на нефть, в большей степени несет компания ПАО НК «Роснефть». Вместе с тем, снижение мировых цен на нефть неблагоприятно сказалось на деятельности Общества, в первую очередь, за счет сокращения инвестиций в развитие Общества. Основным показателем, характеризующим состояние национальной экономики, является валовой внутренний продукт (ВВП) на душу населения. По данным Росстата РФ годовой прирост ВВП за январь-декабрь 2023 года составил 3,6%, причем в 2022 году по сравнению с 2021 годом наблюдался спад ВВП на 1,2 процента. Рост ВВП России в 2023 году соответствует росту показателя выручки от реализации АО «РН-Транс» в 2023 году по сравнению с 2022 годом, что подтверждает наличие зависимости АО «РН-Транс» от угроз на макроэкономическом уровне. Спад экономики влечет за собой уменьшение инвестиционной активности предприятия, а также уменьшение финансирования работ по проведению планово-предупредительных ремонтов основных фондов, что, в свою очередь, может вызвать проблемы с безопасностью движения на железнодорожном транспорте. Рост затрат на содержание железнодорожной инфраструктуры, на поддержание железнодорожного транспорта в состоянии, пригодном для эксплуатации и отвечающем требованиям экономической безопасности, возможность воспроизводства основных производственных фондов характеризуют наличие потенциала для обеспечения экономической стабильности предприятия отрасли.

Среди прочих макроэкономических факторов, влияющих на предприятие – фактор инфляции, который оказывает негативное влияние на стоимость сырье-

вых ресурсов и материалов, которые использует предприятие в процессе оказания своих услуг. По результатам 2023 года процент инфляции составил 7,4. Согласно последнему прогнозу Минэкономразвития, инфляция в 2024 году ожидается на уровне 5,1%.

Угрозу для безопасной работы предприятия представляют чрезвычайные ситуации экологического и техногенного характера. К чрезвычайным ситуациям экологического и техногенного характера можно отнести аварии на железнодорожном транспорте, которые приводят к ограничению или даже к отсутствию возможности движения по железным дорогам общего пользования. Разливы рек и озер в период половодья могут ограничить или блокировать работу железнодорожного транспорта. Кроме того, к данной группе угроз можно отнести угрозы возможных террористических актов, атаку беспилотных летательных аппаратов на производственные объекты АО «РН-Транс».

Теперь рассмотрим внутренние угрозы деятельности предприятия и их влияние на экономическую безопасность. Главной угрозой внутреннего характера можно считать кадровую угрозу. Существующая кадровая политика, направленная на сдерживание уровня заработной платы в АО «РН-Транс», может привести к оттоку специализированных кадров в конкурирующие предприятия отрасли, производительность которых позволяет обеспечивать иной уровень заработной платы.⁴ Поскольку заработная плата основного производственного персонала растет меньше, чем уровень инфляции в стране, вероятность оттока кадров очень высока и представляет угрозу экономической безопасности предприятия, так как поиск новых кадров, а также профессиональная их подготовка занимает немалое количество времени.

Технические угрозы для АО «РН-Транс» могут возникнуть из-за отсутствия технического перевооружения основных фондов, а именно подвижного состава и объектов железнодорожной инфраструктуры. Приобретение новых вагонов по сегодняшним рыночным ценам является нерентабельным вложением средств. Поддержание железнодорожных объектов в рабочем состоянии является необходимой составляющей производственной деятельности во избежание срыва процесса отгрузки из-за выхода их из строя.

К информационно-технологическим угрозам, оказывающим влияние на деятельность и развитие предприятия, можно отнести риски несанкционированного внедрения в информационно-технологическое обеспечение деятельности предприятия. Угрозу в данной области представляет утрата работоспособности автоматизированных систем по причине внешних несанкционированных воздействий. Так, в 2017 году была произведена мощная хакерская атака вируса «Ретуа» на некоторые предприятия России и мира, в том числе НК «Роснефть». Кратковременно программное обеспечение Компании было выведено из строя, но несмотря на это, производственные процессы, в том числе транспортировка продукции не были остановлены благодаря переходу на резервную систему. Для снижения риска несанкционированной утечки информации на каждом компьютере работника установлен персональный пароль. Также следует на постоянной ос-

нове проводить мероприятия по защите данных в условиях цифровизации бизнес процессов предприятий.⁵

Экологическую угрозу внутреннего характера несет нарушение эксплуатации опасных производственных объектов АО «РН-Транс». В своей производственной деятельности АО «РН-Транс» эксплуатирует такие опасные производственные объекты, как эстакады налива нефтепродуктов, промыво-пропарочные станции. Аварии на промышленных объектах АО «РН-Транс» могут нанести вред окружающей среде и представляют угрозу экономической безопасности предприятия.

Проведя исследование внешних и внутренних угроз функционирования АО «РН-Транс» можно сделать следующий вывод: в производственном процессе предприятия необходимо на постоянной основе проводить оценку влияния внутренних и внешних факторов, ухудшающих работу предприятия. Снижение негативного влияния внешних и внутренних угроз на деятельность предприятия и, как следствие, увеличение финансового результата является первостепенной задачей АО «РН-Транс». Улучшение охраны труда и окружающей среды, снижение показателей аварийности, предотвращение травматизма и неблагоприятного воздействия на окружающую среду являются важными направлениями деятельности АО «РН-Транс».

Основными угрозами для предприятия являются политические ограничения и связанное с этим снижение объема перевозки, высокая востребованность специалистов отрасли, приводящая к оттоку кадров в предприятия-конкуренты. Действия по предотвращению данных угроз должны либо снизить степень влияния на деятельность общества, либо полностью исключить их возникновение. Предотвращение угроз может происходить в нескольких направлениях — поиск источников для повышения выручки от реализации, вовлечение в работу неиспользуемых активов, поиск путей проведения кадровой реформы. Так, снижение объемов отгрузки из-за политических ограничений можно восполнить расширением рынка сбыта⁶, оказанием сопутствующих услуг сторонним организациям. Таким образом, для стабилизации работы предприятия ему необходимо осуществить мероприятия по снижению угроз экономической безопасности.

¹ Официальный сайт ПАО НК «Роснефть». — URL: <https://www.rosneft.ru/about/Glance/OperationalStructure/Sbit/rntrans/about/>

² Гранкина, С. В. Модификация цифровых бизнес-моделей промышленных предприятий при санкционных ограничениях / С. В. Гранкина, С. А. Серегин // Экономика и предпринимательство. — 2023. — № 6(155). — С. 1004-1009. — DOI 10.34925/EIP.2023.155.6.185.

³ Берсенов, В. Р. Управление устойчивым развитием логистических цепей и грузопотоков со внешних рынков для обеспечения функционирования межотраслевых производственных комплексов РФ / В. Р. Берсенов, Е. Д. Шпак, С. В. Гранкина // Столыпинский вестник. — 2023. — Т. 5, № 10.

⁴ Гранкина, С. В. Динамика производительности труда в России / С. В. Гранкина // Наука XXI века: актуальные направления развития. — 2024. — № 1-1. — С. 548-551.

⁵ Гранкина, С. В. Воздействие цифровых решений на устойчивый экономический рост промышленного предприятия / С. В. Гранкина, С. А. Серегин // Экономика и предпринимательство. — 2023. — № 9(158). — С. 905-908. — DOI 10.34925/EIP.2023.158.09.173.

⁶ Костомаров, Д. С. Освоение новых рынков сбыта предприятиями как направление развития российской экономики / Д. С. Костомаров, С. В. Гранкина // Механизм реализации стратегии социально-экономического развития государства : Сборник материалов XV Международной научно-практической конференции, Дагестанский государственный технический университет, 20–21 сентября 2023 года. – Махачкала: Дагестанский государственный технический университет, 2023. – С. 259-261.

RESEARCH OF THREATS TO THE OPERATION OF THE ENTERPRISE IN THE FREIGHT TRANSPORTATION MARKET

© 2024 Demidov Vladislav Vitalievich*

Student

Samara State Technical University

E-mail: demidov.sl2014@gmail.com

Keywords: railway transportation market, RN-Trans JSC, external threats, internal threats.

The article presents an analysis of the internal and external threats that an oil cargo carrier company faces in the course of its operation. As a result of the study, it was found that the main ones are political restrictions and the high demand for industry specialists, leading to an outflow of personnel to competing enterprises.

* Scientific adviser – **Grankina Svetlana Valeryevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State Technical University.

ОЦЕНКА ИМПОРТОЗАВИСИМОСТИ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

© 2024 Дубков Василий Алексеевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: v.dubkov08@mail.ru

Ключевые слова: автомобильная сфера экономики, антироссийские санкции, импортозависимость, импортозамещение.

В статье сделана попытка оценки уровня импортозависимости автомобильной сферы. Поставлена цель проанализировать уровень импортозависимости российского автомобильного кластера экономики и наметить пути выхода из сложившегося кризисного положения. В статье приводятся данные об уровне локализации автомобильной промышленности в целом и АВТОВАЗа в частности. Анализируются история развития импортозависимости в стране, сопутствующие этому выгоды, а также результаты, к которым привела зависимость от иностранных компонентов после введения санкций.

Современные условия беспрецедентного санкционного давления на российскую экономику со стороны западных стран диктуют необходимость осуществить ее структурно-технологическую модернизацию посредством замещения ряда импортируемых товаров, а также средств производства. При этом автомобильный сектор представляет собой сферу особого государственного интереса и как следствие притягивает к себе особенное внимание для разработки мер, направленных на возможное снижение импортозависимости¹.

Актуальность темы статьи в том, что, будучи стратегически важным для развития отечественной экономики, автомобильный сектор требует особого подхода со стороны государства. Стабильное развитие автомобилестроения является одной из основных задач, которую ставит перед собой правительство, в особенности в то время, когда экономика подвержена кризисам. Анализ проводится с позиций обеспечения экономической безопасности России².

В настоящее время в условиях санкционного давления со стороны западных стран автомобильная отрасль переживает большие трудности, связанные с невозможностью поставок импортных товаров, предназначенных для продажи, поставок запасных частей и оборудования, задействованных в производстве продукции автомобильной промышленности.

Объявленные беспрецедентные санкции против России обнажили и усилили проблему импортозависимости автомобильного сектора экономики. Эта про-

* Научный руководитель – **Носков Владимир Анатольевич**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

блема обсуждается достаточно давно, однако, меры по снижению зависимости отрасли от иностранных поставок так и не были осуществлены в необходимом объеме. Обострившаяся ситуация порождает множество проблем, грозящих стать причиной снижения экономической безопасности страны, становится стимулом, направленным на ускорение начатых процессов импортозамещения иностранной продукции на российском рынке³.

Зависимость от иностранной продукции в российской автомобильной отрасли начала складываться еще в начале 90-х годов, когда при наличии производственных площадей, на которых производились отечественные автомобили, качество этих автомобилей было на гораздо более низком уровне, чем качество иномарок, ввозимых в страну усиливающимся потоком. Несмотря на то, что объемы производства были значительными, не только качество, но и техническое оснащение отечественных автомобилей, а также и их модельный ряд отставали от зарубежных производителей Германии, Японии, Кореи и пр. Высокий устойчивый спрос на автомобили, открытие границ, перевод экономики на рыночные рельсы привлекло значительные иностранные инвестиции в страну⁴.

Поскольку в России был создан искусственно высокий таможенный барьер для ввоза иномарок, это стало причиной для того, чтобы зарубежные партнеры-производители зашли в страну посредством размещения сборочных производств. Именно тогда, наряду с размещением иностранных сборочных производств на своих площадях, российские автопромышленники стали вовлекать в создание отечественных моделей иностранные запасные части и узлы, способствующие повышению качества конечной продукции. Поскольку до 2010 года требования к уровню локализации были низкими (около 30%), то автомобильные производители активно использовали иностранные детали и узлы для сборки отечественных моделей.

Развитие сборочных производств способствовало тому, что в производстве как иностранных, так и отечественных автомобилей, при значительном сокращении отечественного модельного ряда, стали превалировать компоненты иностранного производства, повышая зависимость отрасли от импорта.

Зависимость от импортной продукции при производстве автомобилей АвтоВАЗа началась с 2001 года, когда было зарегистрировано совместное предприятие GM-АвтоВАЗ, где при участии General Motors был создан в 2003 году концепт-кар Lada Revolution с применением двигателя Wankel. Далее разработанные Kalina и Lada Priora уже имели значительную долю иностранных компонентов. Впоследствии деятельность российского автопроизводителя осуществлялась при участии альянса Renault-Nissan, результатом чего также является активное использование деталей иностранного производства при сборке автомобильной продукции.

По мере того, как стали истекать первые соглашения о промышленной сборке, требования правительства к степени локализации стали повышаться. Начиная с 2010 года требования к уровню локализации отечественных компонентов повысились до 60%. Однако, это привело к значительному снижению качества произ-

водимой продукции. Отечественная автомобильная промышленность не смогла производить автомобили достойного уровня из отечественных компонентов.

Хотя, приложенные усилия все-таки не прошли даром и способствовали снижению доли иностранных компонентов в отечественных автомобилях. Теперь многие компоненты производились на вновь созданных и развивающихся предприятиях, расположенных в Ленинградской, Калужской, Московской, Самарской, Нижегородской, Ульяновской областях и в Татарстане. Для производства российских компонентов было создано 25 особых экономических зон.

До 2022 года показатели локализации был довольно разные при производстве иностранных автомобилей, от 18% до 68%. Так, например, при производстве калининградским «Автотором» BMW всех серий показатель локализации не превышал 25%, а при производстве автомобилей Nissan Qashqai, X-Trail, Murano (Ленинградская область) и Renault Logan, Sandero (АвтоВАЗ) использовались до 68% отечественных деталей. Однако, в целом автомобильная отрасль остается все еще остается сильно зависимой от импортных комплектующих (рис. 1).

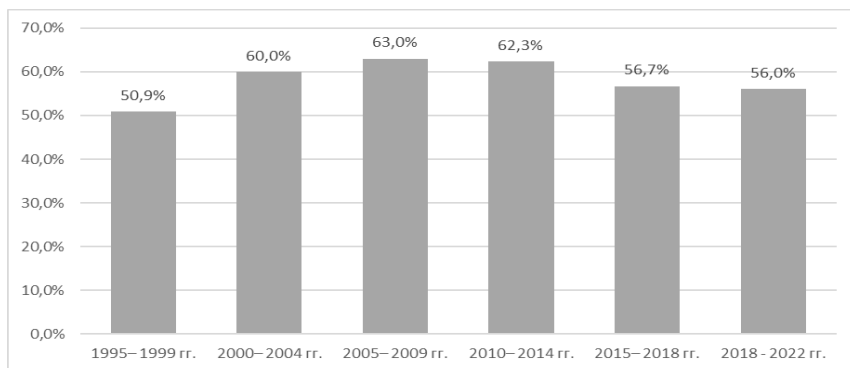


Рис. 1. Вклад импорта в производство автомобильной отрасли российской экономики*

* Составлено автором по: Автостат. URL <https://www.autostat.ru/news/53894/> (дата обращения 16.08.2024).

Производство автомобилей в России остается в значительной мере импортозависимой отраслью до сих пор, несмотря на большие усилия правительства, предпринятые в направлении увеличения доли локализации отечественных компонентов. Ввод санкций еще в 2014 году, повлекший за собой некоторое ограничение экономических отношений с зарубежными странами, показал, что в российской экономике существует проблема, требующая немедленного решения. Именно в этот период стали активизироваться усилия российского правительства по внедрению программ импортозамещения, направленных на замену импортной продукции отечественными аналогами⁵. В целом, необходимо отметить позитивную динамику осуществления данной программы. При этом, следует отметить,

что непосредственно в автомобильной промышленности импортозамещение касается в основном продукции так называемого первого уровня.

На некоторых заводах налажен выпуск двигателей. Так, например, АвтоВАЗ до недавнего времени выпускал двигатели 1,6 для Renault–Nissan и Lada. И даже, несмотря на то что осуществляется выпуск отечественных компонентов, при производстве этих двигателей используются иностранные комплектующие.

Усугубляет ситуацию тот факт, что в географической структуре импортных автомобильных компонентов большую часть занимают детали, импортируемые из так называемых недружественных стран. В автомобилестроении доля недружественных стран в поставках компонентов составляет более 72% от всего импорта (рис. 2). Поскольку санкционное давление берет начало именно от европейских стран и США, то в большей части именно импорт из недружественных стран в настоящее время оказывают влияние на состояние автомобильной промышленности в России. Санкции становятся мощным экономическим рычагом давления на Россию, поскольку в отраслях, в частности, автомобильной присутствует зависимость от импорта. В результате того, что в период 2022–2024 гг. санкции только усиливались, нарушились логистические цепочки поставок иностранных комплектующих, с рынка ушли крупнейшие автомобильные компании, подорванный с начала 90-х технологический суверенитет в автопроме сильно ударил по финансовой составляющей автопроизводителей.

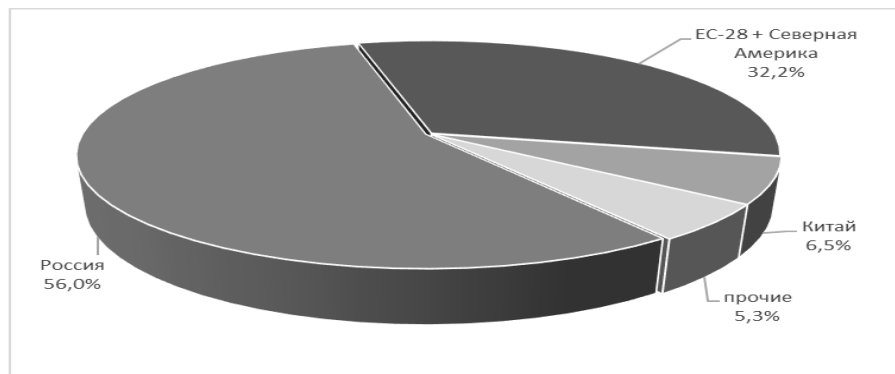


Рис. 2. Географическая структура импортных автомобильных компонентов*

* Составлено автором по: Автостат. URL <https://www.autostat.ru/news/53894/> (дата обращения 16.08.2024).

Так в 2022 году АвтоВАЗ, доля импортных составляющих в производстве которого превышает 50%, не смог осуществлять производство на протяжении нескольких месяцев, теряя прибыль. В результате того, что в производстве присутствовала большая доля иностранных деталей и узлов, которые теперь невозможно ввезти в страну, АвтоВАЗ снял с производства модель Lada X-Ray, которая, по всей видимости, была наиболее импортозависимой.

Перед автомобильной промышленностью поставлена цель достичь технологического суверенитета при помощи производства и развития необходимых технологий и материалов для производства автомобилей и компонентов^{6,7}. В рамках достижения поставленной цели разворачиваются производства по производству автокомпонентов. На преодоление зависимости было выделено 30 млрд руб.

Развитие импортозамещения автокомпонентов до 80% запланировано на 2035 год, а автомобили необходимо выпускать сегодня. Необходимость подталкивает автопромышленников искать другие варианты, они уже сейчас ориентируются на азиатские страны, в особенности на Китай. Следовательно, для достижения поставленных в стратегии целей необходимо создавать такие условия для развития отечественного автомобильного производства, которые бы не превратили идею реального импортозамещения в смену одного иностранного поставщика другим.

¹ Анализ ключевых трендов и перспектив развития отраслей российской промышленности в условиях геополитической турбулентности. 2023. URL: <https://assets.kept.ru/upload/pdf/2023/01/ru-trendi-perspektivi-razvitiya-otraslej-promyshlennosti-rossii-analiz-kept.pdf>.

² Институционализация общественных благ : монография / В. А. Носков, Н. Н. Свиридов [и др.]. Самара: Изд-во СНЦ РАН, 2003. 300 с.

³ Импортозамещение в российской экономике: вчера и завтра. Аналитический доклад НИУ ВШЭ / Я. И. Кузьминов, Ю. В. Симачев, М. Г. Кузык, А. А. Федюнина, А. Б. Жулин, М. Н. Глухова, А. Н. Клепач; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики» при участии РСПП, Института исследований и экспертизы ВЭБ. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. 272 с.

⁴ Аналитический обзор «Автомобильный стагнация или адаптация? Рынок России в 2023 году». URL: https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2023/07/gynok_avto_2023.pdf

⁵ Носков, В. А. Социально-экономические проблемы развития транспортного комплекса региона в глобальной экономике (на примере Самарской области) / В. А. Носков, И. В. Носков // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2014. – № 4(114). – С. 43–48.

⁶ Роль транспортной системы в расширении экономического пространства и устойчивом развитии Самарской области в условиях глобализации мировой экономики : монография / В. А. Носков, И. В. Носков. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015. 180 с.

⁷ Носков, В. А. Роль транспортных услуг в устойчивом развитии регионов в мировой экономике / В. А. Носков, И. В. Носков // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 12(110). С. 102–107.

ASSESSMENT OF IMPORT DEPENDENCE IN THE RUSSIAN AUTOMOTIVE INDUSTRY

© 2024 Dubkov Vasily Alekseevich*

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: v.dubkov08@mail.ru

Keywords: automotive sector of the economy, anti-Russian sanctions, import dependence, import substitution.

The article attempts to assess the level of import dependence of the automotive sector. The aim is to analyze the level of import dependence of the Russian automotive cluster of the economy and outline ways out of the current crisis. The article provides data on the level of localization of the automotive industry in general, and AVTOVAZ in particular. The article also analyzes the history of the development of import dependence in the country, the associated benefits, as well as the results that dependence on foreign components led to after the imposition of sanctions.

* Scientific adviser – **Noskov Vladimir Anatolyevich**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ КАК ИНСТРУМЕНТ УСПЕХА ПРОЕКТА

© 2024 Егоров Дмитрий Николаевич
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: demik777@yandex.ru

Ключевые слова: управление проектом, идентификация и управление рисками, риски проектной деятельности, руководитель проекта.

Риски присущи каждому проекту и определяются как неопределенные события, которые оказывают положительное или отрицательное влияние на цели проекта, что делает риски вероятной причиной отклонений от плана управления проектом. Различные исследования показали, что меры по управлению рисками проекта, включая оценку их воздействия и вероятность возникновения, являются ключевым фактором успеха проекта. Однако не исследовался вопрос о том, как оценка рисков влияет на ожидаемый успех проекта менеджерами проектов. Анализ рисков является наиболее важным инструментом, используемым менеджерами проектов при управлении рисками проекта.

Многие проекты могут не достичь своих целей только из-за того, что менеджеры проектов в недостаточной степени учитывают возможные риски, что приводит к слишком позитивным прогнозам успеха проекта. Насколько нам известно, ни одно исследование управления не фокусировалось на том, что оценка рисков менеджерами проектов может не учитываться должным образом при ожидаемом успехе проекта. Оценка риска включает в себя как оценку воздействия рисков, так и вероятности их возникновения. В научной литературе сегодня, к сожалению, почти не встречаются исследования, которые бы отражали насколько учитываются как последствия, так и вероятности возникновения рисков в ожиданиях менеджеров проектов относительно успеха проекта. Ведь на эти оценки риска могут влиять слишком самоуверенные суждения, поскольку люди часто не осознают ограниченной точности своих суждений и склонны выражать слишком высокий уровень уверенности в своей способности делать точные оценки. Эта предвзятость называется чрезмерной самоуверенностью и, как было обнаружено, приводит к рискованному поведению в различных сферах бизнеса, таких как принятие предпринимательских решений, инвестиционных решений или разработки новых продуктов. Хотя литература показывает, что чрезмерная самоуверенность может способствовать принятию риска, остается неясным, что связывает чрезмерную самоуверенность с рискованным поведением¹.

Для анализа рисков проектной деятельности доступно несколько моделей и методов.

В частности, Cappels считает, что «...эффективное управление рисками требует четырех шагов для оценки и управления рисками: идентификация потенци-

альных рисков, количественная оценка риска, разработка реакции на риск и контроль реагирования на риск»². Джон Гудпасчер использует модель Кано и баланс проекта для управления рисками³. Смит и Мерритт предлагают «... упреждающее управление рисками в пять этапов: выявление рисков, анализ рисков, определение приоритетов и картографирование рисков, устранение рисков и мониторинг рисков»⁴.

Термин «риск» часто используют для обозначения чего-то плохого, что может произойти или чего-то неизбежного, вносящего неопределенность. Оценочная окраска у данного термина практически всегда негативная. Но на самом деле, риск - это так же и возможность, и перспективы для проекта, но при условии, если вы, как руководитель проекта, можете четко определить риски, которые могут возникнуть при реализации и управлении проектом, и сможете использовать правильные и надежные методы управления ими. Риски проекта могут повлиять на бюджет и срок реализации проекта, на точность соблюдения цели и задач проекта, на слаженность работы команды проекта и т.д.

Первым и основным шагом к правильной идентификации рисков и управлению ими является точное определение термина. В литературе есть много определений понятия риска проекта, например, согласно Руководству по управлению проектами (PMBOK® Guide)⁵, риск - это неопределенное событие, которое, если оно произошло, влияет, по крайней мере, на одну из целей проекта.

В тоже время Harold Kerzner⁶ в своей работе дает следующее определение риска: «Риск - это мера вероятности и последствий не достижения определенной цели проекта»

Т.к. риск, чаще всего, является неопределенным и носит вероятностный характер, то можно дать следующее определение понятию риска: «Риск – это вероятность возникновения некоего события, которое несет последствия для проекта, в случае если это событие произойдет». В данном определении основной упор делается на вероятности появления некоего события, при реализации проекта, которое может повлиять на сам проект, но не делается однозначно негативная окраска последствий от этого события для проекта. Потому что риски при реализации проекта – это так же и возможность проанализировать сам риск и причины, к нему приводящие, на основании анализа пересмотреть и оптимизировать управление не только текущим, но и будущими проектами (т.н. lessons learn).

PMBOK® Guide так же рассматривает риск как неопределенность, которая может иметь положительные или отрицательные последствия. Риски, которые приводят к негативным результатам, называются «угрозами», а риски, которые приводят к положительным результатам, называются «возможностями». Определение двух типов рисков позволяет руководителям проектов и командам не упускать возможности при управлении угрозами.

Также очень важно обратить внимание на то, что риск - это событие, которое еще не произошло, но может произойти в будущем. Поэтому, когда идет речь о риске, имеется в виду будущее, а не настоящее или прошлое. Следовательно, если событие уже произошло или только начинается, его уже нельзя назвать риском, такое событие будет классифицироваться как «проблема проекта». В чем же раз-

личие между риском и проблемой? Основные различия связаны со сроками и вероятностью. Из-за этих различий стилистика речи, используемая для описания рисков, используется в будущем времени: «Если это произойдет, то это повлияет на...», а стилистика, которую мы используем при описании проблем, используется в настоящем времени: «У нас есть эта проблема. Как мы должны это решить?»

Carl Pritchard и Cesar Abeid проводят различие между рисками и проблемами следующим образом: «Риск существует в будущем, и мы не знаем, произойдет ли он, но если он произойдет, то окажет влияние. Проблемы - это реализованные риски. Это риски, время которых пришло». Но это не значит, что все проблемы раньше были рисками. Некоторые вещи могут быть проблемами на организационном или менеджерском уровне, но в конкретном проекте могут только представлять риск. Carl Pritchard и Cesar Abeid поясняют это так: «Проблема в вашей организации может заключаться в том, что руководство меняет свое мнение....Если ваше руководство постоянно меняет свое мнение, снова и снова, это проблема. Но для вашего конкретного проекта руководство еще не меняло свое мнение. Таким образом, для вашего проекта это все еще риск. Это вероятностное явление будущего, потому что с вашим проектом такого еще не случилось. Вы ожидаете, что в конечном итоге это станет проблемой. Но пока, по крайней мере в данный момент, это все еще существует в вероятном будущем»⁷.

Соответственно документы, в которых хранится информация о рисках и проблемах, также различны. Документ о потенциальных рисках называется «реестр рисков», а документ о возникших проблемах - «журнал проблем». Реестр рисков обычно включает в себя такие столбцы, как «описание риска», «вероятность возникновения», «степень воздействия» и «лицо, ответственное за план реагирования на риски», в дополнение к другим столбцам. Журнал проблем не будет содержать таких столбцов, но, как правило, он содержит такие столбцы, как «дата сообщения о проблеме», «действия по устранению проблемы» и «лицо, ответственное за устранение проблемы». Поскольку вероятность и воздействие связаны именно с рисками, стратегия реакции на риск и смягчения последствий будет включать в себя снижение вероятности или воздействия, или и то, и другое, в то время как понятие вероятности возникновения проблемы в принципе отсутствует (поскольку событие уже произошло), проблемы не «смягчаются», а «решаются».

¹ Huff, Richard A.; Prybutok, Victor R.: Information Systems Project Management Decision Making – The Influence of Experience and Risk Propensity; in: Journal of Project Management, Vol. 39 (2008), No. 2, pp. 34-47.

² Cappels MT: Financially focused project management. Fort Lauderdale, FL, USA: J Ross Publishing, Inc.; 2004.

³ John C. Goodpasture. Quantitative Methods in Project Management, 2004.

⁴ Smith GP, Merritt MG: Proactive risk management. New York, USA: Productivity Press; 2002.

⁵ A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® Guide) (4th ed.). Newtown Square, PA: Project Management Institute. 2008.

⁶ Project Management Metrics, KPIs, and Dashboards: A Guide to Measuring and Monitoring Project Performance. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. 2017.

⁷ <http://pmforthemasses.com/risk-management-carl-pritchard/>.

RISK MANAGEMENT AS A TOOL FOR PROJECT SUCCESS

© 2024 Egorov Dmitry Nikolaevich

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: demik777@yandex.ru

Keywords: project management, identification and risk management, risks of project activities, project manager.

Risks are inherent in each project and are defined as uncertain events that have a positive or negative impact on the goals of the project, which makes risks a likely cause of deviations from the project management plan. Various studies have shown that project risk management measures, including an assessment of the impact of risks and the likelihood of their occurrence, are a key factor in the success of the project. However, the question of how risk assessment affects the expected success of a project-by-project managers has not been investigated. Risk analysis is the most important tool used by project managers in managing project risks.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВАЛЮТНОГО КОНТРОЛЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2024 Едранова Кристина Павловна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: edranovak@mail.ru

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, государственное регулирование, импорт, экспорт, валютный контроль.

Статья посвящена актуальным изменениям в сфере внешнеэкономической деятельности Российской Федерации. Анализируются новые правила, регулирующие различные аспекты ВЭД, включая валютный контроль, экспортно-импортные операции, таможенное регулирование, а также взаимодействие с международными организациями. Рассматривается влияние новых правил на российские компании, проводится анализ перспектив развития ВЭД в условиях измененного регулирования.

В условиях расширения и углубления международной интеграции роль внешнеторговой деятельности возрастает. Внешнеэкономическая деятельность является важным направлением хозяйствования предприятий Российской Федерации. Внешнеэкономические связи непосредственно связаны с развитием предприятия, позволяя расширять рынки сбыта, открывая доступ к новым технологиям и продуктам, разным источникам поставок, предоставляя возможность участия в глобальной экономике. Внешнеэкономическая деятельность играет важную роль в развитии и успешной деятельности предприятий, позволяя им расширять свои возможности, повышать конкурентоспособности и увеличивать прибыль.

В свою очередь законодательство оказывает значительное влияние на внешнеэкономическую деятельность предприятий и стран в целом. Основными видами государственного регулирования ВЭД являются ¹:

1. Таможенное регулирование: установление правил и норм, регламентирующих перемещение товаров через границу, включая таможенные тарифы, установление правил для проведения таможенных проверок.
2. Валютное регулирование: установление правил и процедур для контроля за валютными операциями, включая покупку, продажу, обмен и перевод валюты, установление ограничений на движение капитала и валюты через границу.
3. Торговое законодательство: законы, регулирующие международную торговлю, устанавливающие правила заключения договоров, антидемпинговые меры,

* Научный руководитель – **Корнеева Татьяна Анатольевна**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

правила тарифного регулирования, защиту интеллектуальной собственности и другие аспекты торговой деятельности.

4. Инвестиционное законодательство: нормативные акты об инвестициях устанавливают правила для иностранных инвестиций, инвестиционный климат, гарантии защиты иностранных инвесторов, налогообложение инвестиций и другие аспекты инвестиционной деятельности.

5. Санкции и международное право: законы о санкциях и международном праве регулируют отношения с странами-партнерами, участвующими в международных конфликтах или кризисах, а также устанавливают меры по соблюдению.

В Российской Федерации внешнеэкономическая деятельность регулируется следующими основными законами ²:

1. Федеральный закон «О внешнеторговой деятельности» от 8 декабря 2003 года № 164-ФЗ. Этот закон устанавливает правовые основы внешнеторговой деятельности, регулирует отношения между участниками внешнеторгового оборота, а также определяет права и обязанности государственных органов в этой сфере.

2. Федеральный закон «О контроле за внешнеторговой деятельностью» от 8 декабря 2003 года № 165-ФЗ. Этот закон определяет порядок осуществления контроля за внешнеторговой деятельностью, включая контроль за перемещением товаров через таможенную границу Российской Федерации.

3. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (ТК ЕАЭС). Данный кодекс устанавливает единые правила и процедуры таможенного регулирования для всех стран-участниц ЕАЭС: России, Беларуси, Казахстана, Киргизии и Армении. Устанавливает единый таможенный тариф для товаров, ввозимых в страны ЕАЭС; отмена таможенных пошлин во взаимной торговле между странами-членами; создание единых таможенных органов и процедур для контроля и оформления товаров.

4. Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10 декабря 2003 года № 173-ФЗ: определяет порядок осуществления валютных операций и валютный контроль за их проведением.

В последние годы Россия внесла значительные изменения в законодательство, регулирующее ВЭД. Эти изменения обусловлены: геополитической ситуацией, необходимостью адаптации к новым реалиям, стремлением обеспечить устойчивое развитие национальной экономики.

Ключевые изменения:

1. Ограничения и запреты: введены ограничения на экспорт и импорт определенных товаров и услуг, запрещены поставки товаров в «недружественные» страны, введены требования к использованию национальной валюты в расчетах с иностранными партнерами, усилены меры контроля за экспортно-импортными операциями.

2. Новые инструменты поддержки: введены меры поддержки экспортеров, в том числе субсидирование, льготные кредиты, компенсация таможенных платежей, созданы новые механизмы для привлечения инвестиций в отечественную промышленность, развиваются альтернативные логистические маршруты.

3. Цифровизация и автоматизация: внедряются цифровые платформы для упрощения процедур ВЭД, например, Единый портал ВЭД, автоматизируются процедуры таможенного оформления и контроля.

4. Изменения в таможенном законодательстве: введены новые правила классификации товаров, расчета таможенных платежей и оформления документов; усилена ответственность за нарушение таможенных правил.

5. Изменения в валютном законодательстве: усилен контроль за движением капитала, введены требования к репатриации валютной выручки: упрощены процедуры открытия валютных счетов.

Изменениям подверглись правила валютного контроля в Российской Федерации. Так, с 1 января 2023 года введены послабления для российских компаний по предоставлению документов в банк по сделкам с зарубежными партнерами. До 1 января 2023 года компании были обязаны предоставлять в банк документы по всем сделкам с зарубежными партнерами, независимо от суммы. С 1 января 2023 года вступило правило, что если сумма сделки не превышает 6 миллионов рублей (или эквивалент в иностранной валюте), то документы не требуется предоставлять в банк. Если же сумма сделки превышает 6 миллионов рублей, то документы все еще нужно предоставлять в банк. Необходимо отметить, что новые правила не отменяют обязательство по предоставлению документов в банк, а лишь упрощают процесс для мелких сделок³.

Также, согласно внесенным изменениям, с 1 июля 2023 года российские компании, осуществляющие перемещение товаров внутри ЕАЭС, освобождены от обязанности направлять в банк перевозочные и товаросопроводительные документы, подтверждающие такое перемещение. Теперь Федеральная таможенная служба будет напрямую, при помощи, электронного документооборота взаимодействовать с банками. Это изменение направлено на упрощение процедур внутренней торговли в рамках ЕАЭС и устранение избыточных требований к бизнесу. Также с 1 июля 2023 года в России закреплено право резидентов проводить расчеты по внешнеторговым контрактам, подлежащим постановке на учет, через свои счета, открытые в любом уполномоченном банке. Это значит, что компании могут выбирать банк для проведения расчетов по внешнеторговым сделкам, не ограничиваясь только теми банками, которые были указаны в специальном списке, утвержденном Центробанком. В целом, можно сказать, что происходит активное внедрение электронных сервисов для подачи заявлений и получения разрешений, также происходит переход к более простым формам документального оформления валютных операций⁴.

Одно из послаблений валютного регулирования коснулось продажи выручки экспортерами. Для крупных российских экспортеров требования об обязательной репатриации валютной выручки смягчили. Раньше экспортеры были обязаны репатриировать всю полученную валютную выручку на свой счет в российском банке в течение 90 дней с момента отгрузки товаров. С 1 января 2023 года экспортеры могут не репатриировать до 50% валютной выручки от определенных экспортных операций. Однако, компании-экспортеры должны предоставлять в банк документы, подтверждающие экспорт товаров и получение выручки, и

также экспортеры должны репатриировать оставшуюся часть выручки (50%). Следует отметить, что смягчение требований к репатриации направлено на стимулирование экспорта и упрощение деятельности экспортеров.

Одновременное ужесточение контроля за транзакциями в рамках валютного контроля России связано с несколькими ключевыми аспектами:

1. ужесточение требований к отчетности: компании и индивидуальные предприниматели обязаны предоставлять более детализированные отчеты о валютных операциях, что позволяет контролирующим органам лучше отслеживать финансовые потоки;
2. проверка контрагентов: ужесточены требования к проверке контрагентов на предмет их благонадежности и легитимности, что помогает избежать участия в схемах отмывания денег;
3. блокировка подозрительных транзакций: банки обязаны блокировать транзакции, которые вызывают подозрения, и сообщать о них в соответствующие органы;
4. санкции против нарушителей: введены более строгие меры наказания для компаний и физических лиц, нарушающих валютное законодательство, включая штрафы и уголовные дела;
5. использование технологий: внедрение современных технологий, таких как искусственный интеллект и машинное обучение, для анализа транзакций и выявления отклонений.

Эти меры направлены на укрепление финансовой безопасности страны и борьбу с финансовыми преступлениями, а также на соблюдение международных стандартов в области борьбы с отмыванием денег.

В результате исследования можно сделать вывод о том, что новые правила валютного контроля оказали неоднозначное влияние на эффективность деятельности предприятий, можно выделить как положительные последствия, так и отрицательные.

Положительные последствия:

1. стимулирование импортозамещения: ограничения на импорт некоторых товаров и услуг привели к росту спроса на отечественную продукцию, стимулируя развитие собственных производств;
2. развитие новых логистических цепочек: необходимость поиска альтернативных маршрутов поставок привела к развитию новых логистических цепочек, укреплению связей с дружественными странами и расширению географии поставок;
3. увеличение экспортных поставок: новые программы поддержки экспортеров создают благоприятные условия для увеличения экспортных возможностей российских предприятий;

Отрицательные последствия:

1. снижение доступности сырья и комплектующих: ограничения на импорт из «недружественных стран» привели к дефициту некоторых видов сырья и комплектующих, что затрудняет производство и повышает стоимость продукции;
2. рост логистических издержек: переход на новые логистические маршруты увеличил время и стоимость доставки, повышая издержки предприятия.

Таким образом, государственная поддержка, с одной стороны, стимулирует рост экспорта, с другой стороны, усложняет процедуры оформления и документации. Для импортеров ограничения на импорт приводят к росту цен на импортные товары и услуги, что может отрицательно повлиять на рентабельность импортеров. Успех предприятий будет зависеть от их способности адаптироваться к изменениям и использовать новые возможности.

¹ Архипова, Н. А. Бухгалтерский учет и анализ внешнеэкономической деятельности : в схемах и таблицах : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Налоги и налогообложение» / Н. А. Архипова. – Москва : Издательство «Эксмо», 2011. – 399 с. – (Экономика - наглядно и просто). – ISBN 978-5-699-26366-0. – EDN QULEVR.

² Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под редакцией Е. Ф. Прокушева. 12-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 479 с. ISBN 978-5-534-17237-9. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/535638>

³ Сысоева, Г. Ф. Бухгалтерский учет, налогообложение и анализ внешнеэкономической деятельности : учебник для вузов / Г. Ф. Сысоева, И. П. Малецкая, Е. Б. Абдалова ; под редакцией Г. Ф. Сысоевой. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 309 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-15215-9. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/535775>

⁴ Учетно-аналитическая информационная составляющая эффективного развития предприятий / Н. А. Игошина, Т. А. Корнеева, В. А. Маняева [и др.] ; Под общей редакцией В.А. Пискунова. – Самара : Самарский государственный экономический университет, 2021. – 164 с. – ISBN 978-5-00176-039-9. – EDN CHWSIT.

IMPROVING CURRENCY CONTROL IN MODERN CONDITIONS

© 2024 Edranova Kristina Pavlovna*

Undergraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: edranovak@mail.ru

Keywords: foreign economic activity, government regulation, import, export, currency control.

The article is devoted to current changes in the sphere of foreign economic activity of the Russian Federation. The new rules governing various aspects of foreign economic activity, including currency control, export-import operations, customs regulation, as well as interaction with international organizations, are analyzed. The impact of the new rules on Russian companies is considered, and the prospects for the development of foreign economic activity in the context of changed regulation are analyzed.

* Scientific adviser – **Korneeva Tatyana Anatolyevna**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2024 Жгутов Сергей Игоревич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: vikigor163@mail.ru

Ключевые слова: система показателей, предприятия промышленности, эффективность, анализ, контроль, ликвидность, платежеспособность, цифровая экономика.

В настоящее время с развитием цифровой экономики и новых экономических отношений инвестиции приобретают все более весомое значение в процессе эффективного развития предприятий. Наиболее результативное функционирование системы показателей, а также качественная и своевременная оценка направлены на достижение ряда целей. Однако на сегодняшний момент не установлена единая методика комплексного подхода к разработке и внедрению единой системы показателей эффективности инвестиционной деятельности на предприятиях. Целесообразность разработки темы исследования обоснована необходимостью эффективного инвестиционного развития предприятий.

Оценка эффективности инвестиционных показателей проводится при помощи аудиторских организаций, внешних экспертов, информационных и консалтинговых компаний. В настоящее время большинство организаций не подразумевает эффективного развития без реализации инвестиционных проектов, инвесторов, эффективных вложений и т.д.¹ Инвестиции – это вложение капитала в объекты предпринимательской и иной деятельности с целью получения прибыли или достижения положительного социального эффекта² В каком размере должны осуществить вложение капитала, в каком размере мы на этот вложенный капитал будем получать результат. Поэтому финансовые решения они крайне важны, когда говорим о том, что у нас комплекс технико-экономических обоснованных решений, не забываем о той составляющей экономической, которая здесь заложена, а экономическая составляющая она предопределяет все финансовые вопросы: сколько будем тратить, сколько будем продавать и т. п.), управленческих (базируются на всех ранее перечисленных решениях и вопросу управления и принятию прочих управленческих решений в зависимости от того, какую организацию рассматриваем, будем говорить о том, какие управленческие воздействия должны быть оказаны, какие подходы будут применяться относительно производства, какие подходы будут применяться относительно маркетинга и каких-то рекламных вопросов, в какие затраты это будет выходить, и какие последствия,

* Научный руководитель – Булавко Ольга Александровна, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

результаты будут для предприятия) и иных решений (все эти решения в рамках производственной компании они имеют определенную направленность: это может быть связано с тем, что мы создаем новое предприятие, новый объект предпринимательской деятельности, вы можете развивать уже существующее предприятие, для этого можете реализовывать проекты технического перевооружения: технологически совершенные процессы для оборудования; можете проводить реконструкцию, то есть меняете технологический уровень; можете расширять производство: у вас сейчас один цех, а вы видите спрос на вашу продукцию и таким образом принимаете решение, что откроете еще 2 цеха, которые будут заниматься производством этого же вида продукции-все эти формы это про то, что мы говорим и включаем в термин проект, то есть для чего мы все эти решения описываем), направленных на достижение сформулированной цели развития производства в форме нового строительства или расширения, реконструкции, технического перевооружения действующего производства. Это понятие, которое касается предприятий, которые занимаются созданием продукции (так как там, где создается продукция, там процессы сложнее, чем в компаниях, которые не преобразовывают одну материально-вещественную форму в другую) И ровно поэтому определение проекта здесь тоже приведено с точки зрения производственного предприятия. Мы говорим не про управление проектами, а про расчет эффективности.

Посмотрим на проект с точки зрения инвестиций. «Инвестиционный проект – это проект, в котором все мероприятия и связанные с ними действия описываются с позиций инвестирования денежных средств и ресурсов и полученных, в связи с этим результатов ². Рассмотрим специфические признаки инвестиционного проекта:

1) Проект в зависимости от процесса всегда имеет точку старта и точку завершения. То есть всегда ограниченный по времени какой-то отрезок. Это признак однократности-то есть мы однократно воплощаем в жизнь ту инвестиционную идею, которая у нас описана в инвестиционном проекте. Но это не говорит о не повторяемости, проект может повторяться.

2) Комплексность – является следствием определения «проект». Это совокупность решений. У вас не может быть инвестиционного проекта, который состоит из одного или двух решений. Вы не можете сначала построить здание, а потом купить какое-то оборудование: можете столкнуться с дополнительными затратами, так как у вас здание может и не подойти под установку данного оборудования. Или стропы будете делать, когда уже стены покрасили и снова для вас дополнительные затраты. И в проекте всегда одно решение зависит от другого. То есть это всегда совокупность взаимообуславливающих и взаимовлияющих друг на друга решений.

3) Взаимосвязанность всех тех мероприятий, которые в итоге у нас и формируют инвестиционный проект.

4) Заданность срока начала и окончания проекта. Это важный вопрос, касающийся того, на какой период времени мы будем выполнять расчеты, как сегодня

определить в какой момент времени наш проект дойдет к своему логическому завершению.

5) Инвестирование денежных средств и ресурсов и получение приемлемых для инвестора результатов. Инвесторы имеют абсолютно разное представление о том, каких результатов они хотят достичь. Кому-то нужна доходность в 20 %, кто-то в силу диверсификации своего инвестиционного портфеля будет равен 10%, рассчитывая на какую-то перспективу, а кому-то 50% нужно. Поэтому для каждого инвестора будет свой уровень приемлемости той доходности, на которую он хочет рассчитывать и это тоже напрямую влияет на то, каким образом будем выполнять расчеты эффективности инвестиционного проекта и на что мы будем опираться, когда будем рассчитывать те или иные показатели.

Так как инвестиции – это акт отказа от сиюминутного потребления благ с целью более полного удовлетворения потребностей в последующем промежутке времени. Это определение ложится в основу концепции жизненного цикла. Мы тратим средства сейчас, а получать их будем в будущем. Именно это определение инвестиций и концепция жизненного цикла инвестиционного проекта дают возможность понять смысл и логику этого показателя. Потому что на предприятиях не всегда рассчитывают именно этим кумулятивным подходом норму дохода. Этот подход позволяет нам экономический смысл, экономическое содержание нормы дохода понять. То есть, если возвращаемся к концепции жизненного цикла: если находимся сегодня на предынвестиционной фазе, рассчитываем эффективность проекта, а получать деньги будем потом, ведь от сиюминутного потребления отказываемся для того, чтобы в будущем не только вернуть вложенный капитал, но и нарастить его. Поэтому получается, что, когда через какой-то промежуток времени начнем получать деньги обратно, то есть начнем зарабатывать на этом проекте, то как минимум должны обеспечить себе какой-то минимальный уровень доходности. Показатели экономической эффективности инвестиционного проекта: ЧД, ЧДД, срок окупаемости, ИДД и ВНД.

Чистый доход - это тот остаток денежных средств, который у вас имеется и рассчитывается он между всеми теми деньгами, которые вы получили и теми деньгами, которые вы отдали в связи с осуществлением своей деятельности, с разными ее направлениями. То есть чистый доход рассчитывается как разница между результатами и затратами инвестиционного проекта. Иначе говоря, это притоки минус оттоки.

$$\text{ЧД}_m = P_m - Z_m$$

Притоки включают в себя: выручку от реализации, реализацию излишних постоянных активов, высвобождение оборотных средств, акционерный капитал, получение кредита или займа. А к оттокам относятся: операционные затраты, внереализационные расходы, налоги, инвестиции в постоянные активы, инвестиции в пополнение оборотных активов, возврат кредита или займа, выплата дивидендов и рефинансирование чистой прибыли. Для каждого шага расчетного периода будут свои притоки и свои оттоки, кроме того, они могут различаться в связи с тем, что у вас разные виды деятельности, для которых вы их считаете. Группировать их можно различным образом: просто деля на притоки и оттоки по

классическому принципу, можно поделить по предметно-целевому, когда мы эти притоки и оттоки привяжем к конкретному виду деятельности, к операционной деятельности, инвестиционной и финансовой. В основе конструирования показателя «дисконтированной срок окупаемости (возмещения) единовременных затрат» лежит принцип разделения ЧДД, полученного нарастающим итогом на два временных периода: до момента превращения отрицательного значения в положительные и после него. Проще говоря, срок окупаемости – это временной отрезок, через который вернутся все вложенные средства в проект, первоначально осуществленные затраты. Другими словами, с какой скоростью получаемыми деньгами, вот этой разницей между полученными деньгами, то есть притоками и оттоками, покроются все те единовременные затраты, которые были осуществлены. Для каждого проекта срок окупаемости будет свой, сравнивать его нужно с расчетным периодом проекта. Таким образом, проект признается эффективным, если срок окупаемости меньше расчетного периода. Если больше, то соответственно проект будет экономически не эффективен. Понятно, что, чем меньше срок окупаемости, тем лучше, то есть быстрее вернутся вложенные средства. И необходимо обращать внимание на то, какие требования к этому показателю предъявляют те или иные структуры: у банков, у фондов, у администраций требования различны.

Индекс доходности дисконтированных инвестиций – это отношение суммы приведенных эффектов (из которых вычленены инвестиционные затраты) к приведенной к тому же моменту времени величине инвестиционных затрат³. Данный показатель находится в тесной взаимосвязи с показателем ЧДД. Если чистый дисконтированный доход получился положительным, то есть превышает норму, то и ИДД должен быть больше единицы. Данный показатель показывает, сколько рублей дисконтированного результата, найденного как разница между результатами и текущими затратами, приходится на каждый вложенный рубль продисконтированных единовременных затрат. Если эта величина превышает единицу или равна единице, то такой проект признается экономически эффективным. Если меньше единицы, то говорим о том, что проект экономически не эффективен. Это индекс, поэтому он сравнивается с единицей.

И еще один из основополагающих показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта – внутренняя норма дохода.

$$ВНД = E' + ([ЧДД]^{E'} \times (E'' - E')) / ([ЧДД]^{E'} - [ЧДД]^{E''}),$$

где E' – норма дисконта, при которой ЧДД принимает ближайшее к нулю положительное (или, соответственно, отрицательное) значение;

E'' – норма дисконта, повышенная (или пониженная) на один пункт по сравнению с E' , при которой ЧДД принимает ближайшее к нулю отрицательное (или, соответственно, положительное) значение;

$ЧДД', ЧДД''$ – чистый дисконтированный доход соответственно при E', E'' .

Внутренняя норма дохода — это тот уровень доходности инвестиций, который генерируется проектом (эндогенный фактор) при условии, что покрываются все расходы теми доходами, которые в результате предприятие получит. Дру-

гими словами, внутренняя норма дохода – это такая норма дохода, при которой чистый дисконтированный доход проекта обращается в ноль. Приемлемость ВНД устанавливается путем ее сравнения с выбранной нормой дохода. Если показатель ВНД превышает выбранную норму дохода, то проект может быть рекомендован к осуществлению. В противном случае инвестиции в данный проект нецелесообразны. Подытожив все вышесказанное, можно сказать, что процедура дисконтирования, в которой принимает участие норма дохода, — это процедура приведения будущих потоков денежных средств к настоящей их стоимости, то есть к их сегодняшнему дню.

¹ Ример, М.И. Экономическая оценка инвестиций: Учебник для вузов. 4-е изд., переработанное и дополненное (+CD с учебными материалами) / М.И. Ример – Санкт-Петербург: Питер, 2021. – 424 с. Летуновская Ю. А. Совершенствование управления бизнес-процессами в организации в условиях роста цифровизации // Молодой ученый, 2022. – № 49 (444). – С. 19-23.

² Чудаева, А.А. Наглядное учебное пособие «Экономическая оценка инвестиций». Лекционный курс. – Самара: СГЭУ, 2020. – 60 с.

³ Мельник М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. Пособие /М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2022.

⁴ Булавко О.А. Алгоритм привлечения инвестиций в промышленный сектор российской экономики в условиях глобализации Проблемы развития предприятий: теория и практика. Материалы 16-й Международной научно-практической конференции. – Самара: Изд-во СГЭУ, 2017. – Вып. 2. С. 5-10.

KEY INDICATORS OF INVESTMENT ACTIVITIES OF ENTERPRISES

© 2024 Zhgutov Sergey Igorevich*
Postgraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: vikigor163@mail.ru

Keywords: motivation, involvement, job satisfaction.

The article is devoted to assessing the relationship between the concepts of motivation, involvement and employee satisfaction. An analysis of each concept was carried out, their key role was identified, based on the widespread theories of Herzberg and Abraham Maslow.

* Scientific adviser – **Bulavko Olga Aleksandrovna**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

ПРОФИЛАКТИКА ПРЕСТУПЛЕНИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

© 2024 Жичкин Юрий Владимирович
кандидат географических наук, доцент кафедры
региональной экономики и управления
Самарский государственный экономический университет
E-mail: y.zhichkin@bk.ru

© 2024 Чернов Иван Сергеевич
аспирант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: chchernov.ivan@yandex.ru

Ключевые слова: экономическая безопасность, потребительский рынок, преступления в сфере потребительского рынка.

В статье рассматриваются понятия «экономическая безопасность», «потребительский рынок» и виды преступлений на потребительском рынке. Описана деятельность органов власти, напрямую связанная с организационно-управленческим воздействием, контрольной функцией, экономической и правовой защитой функционирования хозяйствующих субъектов и физических лиц на потребительском рынке. Кроме того, рассмотрены виды преступлений и правонарушений, совершаемые в сфере потребительского рынка. Проанализированы способы решения проблемы соблюдения прав потребителей.

Перед началом изучения какого-либо экономического явления необходимо определить основные понятия, которые описывают его сущность. В рамках темы «профилактика преступлений на потребительском рынке» можно выделить следующие понятия: «экономическая безопасность», «потребительский рынок» и «преступления на потребительском рынке».

Появление термина «экономическая безопасность» связано с эпохальными событиями в мировой экономике в 1930-х годах и, в том числе, с тем, что в 1934 году в США правительство возглавил президент Франклин Делано Рузвельт, который учредил федеральный комитет по защите экономики. Главной целью этого комитета было обеспечение экономической безопасности. Официальное признание этого понятия пришло только спустя полвека, 17 декабря 1985 года, когда была принята резолюция Генеральной Ассамблеи ООН «Международная экономическая безопасность». К настоящему времени применительно к российской экономике понятие экономической безопасности достаточно глубоко проработано, включая четкие качественные и количественные критерии, а также предложения по профилактике имеющихся угроз и потенциальных потерь¹.

В экономической науке нет единого определения понятия «потребительский рынок». Авторы интерпретируют его по-разному, ограничивая круг субъектов, отношения между ними и виды товаров². Например, в Современном экономическом словаре «потребительский рынок» определяется как отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления³. В целом приобретение чего бы то ни было для личного/индивидуального потребления является общим местом большинства встречающихся в литературе определений данного термина.

При изучении рынка как места преступных действий необходимо учитывать деятельность всех экономических субъектов, осуществляющих производство и продажу товаров личного потребления. Однако некоторые исследователи не учитывают экономические отношения между потребителями, продавцами и производителями таких товаров. Это является методологической ошибкой в процессе исследования данной темы.

Преступления в сфере потребительского рынка являются одной из разновидностей экономических преступлений. Содержательно они связаны с противоправными действиями, нарушающими общественные взаимоотношения в процессе производства и продажи потребительской продукции, а также предоставлением услуг потребителям. При этом данные действия совершаются отдельными участниками этих взаимоотношений.

Сфера потребительского рынка играет важнейшую роль в экономической жизни государства, формируя качество жизни населения и существенно влияя на социальную стабильность в обществе. Поэтому преступления на потребительском рынке представляют серьезную угрозу национальной безопасности, затрудняя экономическое развитие и влияя на благосостояние и здоровье граждан. Прямыми последствиями преступлений в сфере потребительского рынка являются нарушения прав потребителей, ущерб от употребления поддельных товаров и услуг, нарушение здоровой конкуренции, создание препятствий законной предпринимательской деятельности.

Преступность в сфере экономики и потребительского рынка регулируется Уголовным кодексом РФ и Кодексом об административных правонарушениях РФ. Исходя из положений данных нормативных правовых документов можно выделить следующий состав возможных правонарушений и преступлений в сфере потребительского рынка.

Несмотря на то, что по своему общему числу преступления в сфере потребительского рынка занимают менее 10% всех экономических преступлений, как уже было отмечено, незаконная деятельность на потребительском рынке, например, торговля поддельными товарами и мошенничество, представляет серьезную угрозу экономической безопасности. Эти преступления наносят вред не только потребителям, лишая их возможности получить качественные товары и услуги, но и предпринимателям, нарушая конкуренцию на рынке и влияя на национальную экономику.

В исследованиях по экономической преступности выделяются следующие особенности этих преступлений: корыстный и высоколатентный характер; осо-

бая общественная опасность, обуславливаемая подрывом экономики страны; высокий материальный ущерб, многократно превышающий потери от общеуголовных преступлений⁴.

Таблица 1

Состав правонарушений и преступлений в сфере потребительского рынка

Преступления, предусмотренные УК РФ	Правонарушения, предусмотренные КоАП РФ
Нарушение авторских и смежных прав (ст. 146 УК РФ)	Незаконная продажа товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена (ст. 14.2 КоАП РФ)
Мошенничество (ч. 1-4 ст. 159 УК РФ)	Обман потребителей (ст. 14.7 КоАП РФ)
Производство, приобретение, хранение, перевозка или сбыт немаркированной продукции (ч. 1,2 ст. 171.1 УК РФ)	Нарушение правил продажи отдельных видов товаров (ст. 14.15 КоАП РФ)
Изготовление, сбыт поддельных марок акцизного сбора, специальных марок или знаков соответствия либо их использование (ч. 1,2 ст. 327.1 УК РФ)	Нарушение правил продажи этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе (ст. 14.16 КоАП РФ)
Производство, хранение, перевозка либо сбыт товаров и продукции, выполнение работ и оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности (ст. 238 УК РФ)	Продажа товаров, выполнение работ либо оказание населению услуг ненадлежащего качества или с нарушением требований технических регламентов и санитарных правил (ст. 14.4 КоАП РФ)
Незаконное использование товарного знака (ст. 180 УК РФ)	

В связи с этим Российская Федерация в лице органов власти различных уровней проводит значительную работу по предупреждению и раскрытию экономических преступлений. Однако в части преступлений в сфере потребительского рынка отсутствует координирующий орган власти, ответственный за защиту интересов всех субъектов взаимоотношений на нем. Для всех органов власти, действовавших в настоящее время в решении этой проблемы, профилактика преступности на потребительском рынке является лишь дополнительной задачей.

Так, например, в настоящее время в Министерстве внутренних дел Российской Федерации отсутствуют специализированные подразделения, задача которых заключалась бы в предупреждении, выявлении и расследовании нарушений и преступлений на потребительском рынке. Эти функции выполняют подразделения, борющиеся с экономическими преступлениями и коррупцией, однако борьба с такими преступлениями не является их приоритетной задачей.

Развитие преступного бизнеса в области потребительского рынка уже вызвало ряд негативных последствий в современной российской экономике, таких как:

- низкая эффективность защиты внутреннего потребительского рынка от «серого» и «черного» импорта;

Перечень ключевых федеральных органов власти, осуществляющих противодействие правонарушениям и преступлениям в сфере потребительского рынка

Наименование ФОИВ	Основные полномочия в сфере противодействия преступлениям на потребительском рынке
Министерство промышленности и торговли Российской Федерации	- Выработка и реализация государственной политики в сфере розничной торговли; - Разработка, принятие, применение и исполнение требований к продукции, процессам ее производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, а также оценка соответствия продукции; - Утверждение формы торгового реестра и порядка его формирования; - Участие в определении содержания форм статистической отчетности, применяемых в области торговой деятельности.
Министерство экономического развития Российской Федерации	- Выработка и реализация государственной политики в сфере развития предпринимательства, малого и среднего бизнеса.
Министерство сельского хозяйства Российской Федерации	- Выработка и реализация государственной политики в сфере производства сельскохозяйственного сырья и продовольствия, пищевой промышленности.
Министерство внутренних дел Российской Федерации	- Разработка мер по предупреждению преступлений и административных правонарушений, по выявлению и устранению причин и условий, способствующих их совершению; - Организация выявления, предупреждения, пресечения и раскрытия наиболее опасных межрегиональных, международных экономических и налоговых преступлений в приоритетных сферах экономики; - Организация профилактических и оперативно-розыскных мероприятий по защите всех форм собственности от преступных посягательств; - Организация борьбы с легализацией денежных средств или иного имущества, полученных преступным путем.
Федеральная налоговая служба	- Контроль за производством и оборотом этилового спирта, спиртосодержащей, алкогольной и табачной продукции.
Федеральная антимонопольная служба	- Контроль за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках; - Пресечение нарушений антимонопольного законодательства.
Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека	- Контроль за обеспечением санитарно-эпидемиологического благополучия населения; - Защита прав потребителей.

- значительная доля фальсифицированных товаров на потребительском рынке;

- потеря налоговых доходов от компаний, осуществляющих неправомерную и незаконную деятельность на потребительском рынке;

- ущемление интересов добросовестных товаропроизводителей и торговых организаций.

Преступные группировки, берущие под контроль все новые и новые сектора потребительского рынка, представляют серьезную угрозу национальной экономической безопасности. Это связано с ослаблением государственного контроля над движением денежных средств и товаров, что способствует росту теневой экономики и распространению «черного нала».

Обобщая причины возникновения экономической преступности, в том числе и в сфере потребительского рынка, можно выделить 4 их основных блока: политические, экономические, психологические и правовые⁵. Учитывая текущие масштабы экономических преступлений, сложность и комплексность вызывающих их причин, представляется крайне важным продолжать выстраивать на государственном уровне системные ограничения их развития и проявления.

Исходя из вышеизложенного, органы власти всех уровней должны продолжать активно работать над созданием эффективных механизмов регулирования экономических отношений в сфере потребительского рынка. Основные усилия при этом, на наш взгляд, должны быть сосредоточены на следующих направлениях:

- синхронизация усилий и полномочий органов власти разных уровней по защите прав и интересов всех добросовестных субъектов взаимодействия на потребительском рынке;

- развитие и совершенствование обязательных для применения требований и стандартов качества и безопасности поступающих в розничную продажу потребительских товаров;

- повышение неотвратимости и обеспечение соответствующего уровня ответственности товаропроизводителей и торговых организаций за демонстрацию недостоверных параметров качества и безопасности потребительских товаров и услуг;

- предоставление правоохранительным и контролирующим органам достаточных полномочий и ресурсов по изъятию и уничтожению товаров, не соответствующих стандартам безопасности;

- развитие системы прослеживаемости товаров от производителя (импортера) до конечного потребителя (система маркировки «Честный знак»), ее распространение на все большее количество товарных групп.

¹ Абалкин Л.И. Экономическая безопасность России // Вестник Российской академии наук. 1997. Т. 67. № 9. С. 771-776.

² Хубутя М.М. Предупреждение экономических преступлений на потребительском рынке : диссертация ... кандидата юридических наук : 12.00.08. - Москва, 2002. - 213 с.

³ Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. — 2-е изд., испр.. — М. : ИНФРА-М, 1999.

⁴ Мушарацкий М.Л. Экономическая преступность и ее влияние на экономическую безопасность // Вестник Прикамского социального института. 2022. № 2(92). С. 25-28.

⁵ Кузнецова Е.И. Экономическая преступность и ее влияние на экономическую безопасность / Кузнецова Е.И., Филатова И.В. // Вестник экономической безопасности. 2017. № 3. С. 201-204.

CRIME PREVENTION IN THE CONSUMER MARKET AS A FACTOR OF ECONOMIC SECURITY

© 2024 Zhichkin Yuri Vladimirovich

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department
of Regional Economics and Management
Samara State University of Economics
E-mail: y.zhichkin@bk.ru

© 2024 Chernov Ivan Sergeevich

Postgraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: chchernov.ivan@yandex.ru

Keywords: economic security, consumer market, crimes in the consumer market.

The article examines the concept of economic security, consumer market and types of crimes in the consumer market. It also describes the activities of government bodies directly related to organizational and managerial influence, control function, economic and legal protection of the functioning of business entities and individuals in the consumer market. In addition, types of crimes and offenses committed in the consumer market are considered. The methods for solving the problem of observing consumer rights are analyzed.

ГЕНЕЗИС ФИНАНСОВОЙ И НАЛОГОВОЙ СИСТЕМ НА ПРИМЕРЕ ДРЕВНЕГРЕЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2024 Жнякин Дмитрий Михайлович*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: rs9992112@gmail.com

Ключевые слова: финансовая система, налоговая система, денежная единица, меновой эквивалент, древнегреческая экономика, греческая колонизация.

В статье проводится анализ особенностей древнегреческих финансовой и налоговой систем. Рассматриваются основные аспекты генезиса западноевропейской экономики с обращением к античным историческим источникам.

На сегодняшний день финансовая и налоговая системы - это сложноорганизованные структуры, развиваемые высококвалифицированными специалистами в области экономических дисциплин. Они стремятся отвечать всем необходимым запросам, так или иначе связанным с денежным обращением. Однако здесь следует понимать, что, как и любая многоуровневая и развитая модель, финансовая, ровно, как и налоговая, система имеет под собой длительную историю постепенного и последовательного развития, берущего начало в период существования древневосточных и античных государств.

Многими историками Древняя Греция признается прародительницей европейских цивилизаций¹. Греки существенно повлияли на ход дальнейшего развития самых разнообразных обществ, задали определенные тенденции в познании мира и человека и положили начало развитию множества научных дисциплин и формированию научного метода, делая выводы на основе эмпирических данных и логических построений; а о живших там мыслителях до сих пор вспоминают как о тех, кто задал стандарт в области исследовательской работы в любой научной отрасли. И конечно же, говоря о достижениях античного греческого общества, невозможно обойти стороной сложившуюся там финансовую и налоговую систему, о чем и пойдет речь в этой статье.

В первую очередь будет рассмотрено влияние внешней торговли на финансы Древней Греции. Наиболее активное развитие экономики и финансов греческой цивилизации пришлось на исторический период, именуемый архаическим (VIII-VI вв. до н. э.). Именно в это время зарождается первая форма макроэкономической модели, которая была сопряжена с наиболее интенсивным развитием фи-

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

нансов. Этот факт обусловлен определенными культурно-историческими причинами, которые важно отметить в рамках данного исследования.

Древняя Греция никогда не была единым государством, а представляла собой множество автономных городов-государств, именуемых полисами. Полис - это гражданская община, базирующаяся на античной форме собственности. Собственность и связанные с ней права были особенно важной культурно-правовой составляющей греческих полисов, что сыграло свою роль в развитии экономики античного периода.

Именно в Архаический период начало происходить перенаселение полисов, что привело к проблемам, связанным с собственностью граждан на землю. Дело в том, что часть граждан, обладающих правом на владение землей, были не способны получить эту самую землю из-за чрезмерно высокой численности населения и ограниченной территории самого города. Это вынудило значительную долю населения исследовать новые территории и создавать там государства, постепенно заселяя значительную часть Средиземноморья, западный берег Малой Азии, Причерноморье и другие территории. Это было основной предпосылкой для возникновения первой макроэкономической модели, стремительного развития торговли и появления класса купечества.

Если прежде, в гомеровский период (XI-IX вв. до н. э.) существовало всего несколько десятков греческих государств, то после Великой греческой колонизации их стали насчитывать сотнями. Исследователи в области археологии выяснили, что в период с VIII по IV вв. до н. э. объем внешней торговли полисов вырос примерно в 30 раз. Выводы основаны на количестве найденных затонувших греческих кораблей, датируемых VIII и IV вв. до н. э. Из «Илиады»² Гомера нам известно, что в XI-IX века роль менового эквивалента выполнял скот, а именно, быки. В отдельных городах в качестве денег использовалась рыба и зерно, а некоторое время спустя - орудия труда вроде лопат и мотыг. Лишь в эпоху архаики, наряду с колонизацией и развитием внешней торговли стали зарождаться денежные формы менового эквивалента. Колонизация, несомненно, привела к поразительному росту торговли, и такое положение требовало четкой структурированной финансовой системы, которая могла удовлетворить запросы представителей различных гражданских общин.

Далее представлено исследование устройства денежной и налоговой систем. Став одним из крупнейших торговых центров, материковая Греция с новообразованными колониями стала чеканить свои первые монеты, вынуждая иностранных торговцев обменивать свою валюту на местную по выгодному для Греции курсу. В общемировой практике было традиционно принято использовать для чеканки монет драгоценные металлы, и Греция не стала здесь исключением.

При классификации древнегреческой чеканки принято выделять три основных этапа:

- архаическая чеканка;
- чеканка классического периода;
- греко-римская чеканка.

Наиболее ранние монеты, относящиеся к этапу архаической чеканки и датируемые VIII в. до н. э., производились с использованием электрума, который представлял из себя сплав серебра и золота. Сначала монеты чеканились исключительно в прибрежных полисах, однако из-за удобства такого вида менового эквивалента, практика чеканки монет позже распространилась по всей материковой Греции. Помимо электрума для производства монет использовалось серебро, поскольку оно часто встречалось на территории греческих полисов, а в качестве наименее ценного металла использовалась бронза. Монеты не только выполняли ряд значимых функций внутри государств, но и были удобным мобильным средством платежа, о чем можно судить благодаря находкам тогдашних монет далеко за пределами центров чеканки.

Что касается основных валют материковой Греции, экономическим центром которой стали в Классический период (V-IV вв. до н. э.) Афины, соотношения денежных единиц были следующими:

- 1 талант = 60 мин;
- 1 мина = 100 драхм;
- 1 драхма = 6 оболов;
- 1 обол = 8 халков.

Указанные соотношения нам известны из упоминаний в речах Демосфена.

Аттический талант, будучи самой крупной денежной единицей среди прочих, составлял около 26 кг серебра. Изначально талант был заимствован из Вавилона. Из исторических источников можно узнать некоторые из аспектов финансовой отчетности³. Так, например, годовой бюджет Афин составлял от тысячи до двух тысяч талантов, возведение небезызвестного Парфенона обошлось в 469 талантов, а годовая осада враждебного города могла достигать суммы, эквивалентной всему годовому бюджету Афин. Талант и мина использовались исключительно для измерения крупных денежных сумм - по понятным причинам прямого участия в денежном обращении они не принимали, и поэтому функцию основной афинской денежной единицы выполняла драхма. Хотя собственные монеты чеканились в огромном количестве полисов, именно афинские серебряные монеты стали наиболее надежной валютой, набиравшей популярность и обширное распространение.

Существенным недочетом внутренней торговли была ограниченная территория полисных площадей, что порождало собой массу неудобств, в результате чего наибольшее значение возымели скорее внешнеторговые связи. Внешняя торговля, как было сказано, успела сложиться еще с VII-VI веков, но продолжила свое развитие и в V-IV века. Географическое положение древнегреческих государств традиционно связано с ранним развитием мореплавания. Военные и торговые суда заполнили Эгейский бассейн, ставший к тому времени важнейшим пересечением торговых путей. Это оказало позитивное влияние на греческую экономику. Купцы, привозившие в Афины, Коринф и другие полисы свой товар, были обязаны платить 2%-ную пошлину, а из-за частоты торговых сделок, такая мера обеспечивала материковой части Греции крупный доход. Потенциальная выгода, которую могло бы принести доминирующее положение в области торго-

вых путей, подталкивала полисы бороться за контроль над торговлей в Эгейском бассейне. Победу в этом конфликте одержал Афинский морской союз. Его представители старались регулировать цены и диктовать свои правила продаж. В основу греческого экспорта легли такие продукты, как оливковое масло, вино и текстиль. Импорт, в свою очередь, составляли рабы, скот, древесина, пшеница и пр.

Все, что известно современным исследователям по части налогообложения в Крито-Микенский период (конец III-II тысячелетие до н. э.), - это тот факт, что налоги имели натуральную форму: взимались с произведенного продукта или представляли собой трудовые повинности. Как таковая налоговая система на тот момент отсутствовала, однако уже тогда (около 1800 г. до н. э.) на Крите была изобретена письменность - так называемое линейное письмо А, - которая выполняла ряд контрольно-учетных функций. Тем не менее, свидетельства о финансовой и налоговой системе настолько давних периодов регулярно оспариваются, а потому точными фактами мы не располагаем вплоть до Великой греческой колонизации VIII-VI вв. до н. э.

Значительно больше нам известно о Классическом периоде в истории Древней Греции. Налогообложение в греческих полисах тесно связано с некоторыми политическими факторами, во многом определившими основу местной налоговой системы. В V-IV вв. во многих полисах материковой Греции складывалась демократическая система, для корректного функционирования которой необходимо преобладание средне-зажиточных слоев населения. Еще древнегреческих мыслителей (в частности, Аристотеля, который в одной из своих работ приводит классификацию форм государственного управления⁴) интересовал вопрос наиболее справедливого и рационального политического устройства общества. Эллинистической культуре, как отмечают многие историки, была свойственно стремление к рациональности, а поэтому граждане греческих государств стремились к созданию и поддержанию четко выверенной и отлаженной системы государственного управления. Они осознавали, что преобладание бедных слоев населения приведет к созданию разве что охлократии (от древнегреческого - господство толпы или черни), а своеволие и безнаказанность наиболее зажиточных слоев приведет к формированию олигархического политического устройства, при котором богатые правят с целью приумножения собственной власти, а не ради удовлетворения нужд граждан. Из этого следует, что наиболее эффективное осуществление политической власти должно проводиться представителями среднего класса, и не иначе как демократическим путем.

Именно этому фактору во многих аспектах подчинялась налоговая система полисов. Налоги нужны были в том числе для этого, чтобы сгладить социальную стратификацию и приблизить как бедных, так и богатых, к уровню среднего класса. Во время военных действий с чрезмерно богатыми гражданами взималась эйсфора (прогрессивный налог, взимаемый, как правило, только в экстренных случаях). В 378-377 гг. до н.э. была проведена реформа этого налога, в результате которой для всех жителей, за исключением самых бедных граждан, была установлена фиксированная ставка. С перерывами эйсфора просуществовала вплоть до эллинистического периода), а в мирное время одной из самых важных повин-

ностей, налагаемых на богатых, являлась литургия - сбор ресурсов богатых граждан на нужды полиса. Литургия включала в себя спонсирование театральных представлений и празднеств, а также поддержание триер (класса военных кораблей) в боевой готовности. Содержание одной триеры с экипажем обходилось ориентировочно в 7 талантов в год. Помимо эйсфоры, для увеличения казны во время военных действий существовал также налог под названием эпидосис. Он являлся добровольным взносом, но богатые граждане считали своим долгом производить такой взнос. В IV веке, тем не менее, эпидосис перестал носить добровольный характер.

Это не означает, что налогообложению подвергались только зажиточные слои населения. Имущество обычных граждан, включая недвижимость, рабов, стада, также подлежало налогообложению. Локальные особенности древнегреческой культуры, включая главным образом культ свободы, нередко приводили к социальному напряжению в отношении налогообложения. В понимании афинских жителей, граждан - это в первую очередь свободная личность, которая должна быть освобождена от унижительной уплаты налогов. В общественном сознании существовала строгая дихотомия: раб и свободный гражданин. Греки считали, что только раб может работать по найму или принуждаться к регулярным выплатам своих финансовых средств в казну. По причине сакрального статуса свободы личности афиняне считали уместными только добровольные пожертвования.

Существовали также налоги на продаваемые на рынке товары: рыночный и акцизный сборы. Их размер составлял чаще всего не более 1% от стоимости продукта, но иногда присутствовала и более высокая ставка.

Обобщая все вышесказанное, можно сказать, что финансовая и налоговая системы Древней Греции – это комплексные структуры, сложившиеся в результате Великой греческой колонизации VII-VI вв. до н. э. и достигшие крайне высокого уровня развития в классический период в Афинах. Многие достижения греков по части финансов и налогообложения перешли в дальнейшем в современные экономические модели. Опыт античных цивилизаций во всех сферах человеческого развития оказывается неоценимо полезным для потомков, выстраивающих на его основе новые модели общественного, политического и экономического устройства; именно поэтому современным исследователям необходимо иметь представление о достижениях античных цивилизаций.

¹ Исследования в области экономической истории античности [Текст] : [сборник статей] / В. И. Кузищин. - Санкт-Петербург : Алетей, 2011. - 654, [1] с. : ил., портр.; 24 см. - (Серия Античная библиотека. Исследования) (Историческая книга); ISBN 978-5-91419-541-7

² Илиада ; Одиссея / Гомер ; [пер. с древнегреч. Н. И. Гнедича, В. А. Жуковского ; гл. ред. Д. В. Тевекелян ; отв. ред. Т. Б. Романова ; коммент. С. Ошерова]. – Москва : Слово / Slovo, 2010. – 780 с. – (Библиотека зарубежной классики ; Т. 1). – На обл. загл. не указано. – Коммент. : с. 753–778.

³ Тюменев, Александр Ильич. Введение в экономическую историю Древней Греции / А. Тюменев. — Петроград ; Москва : Книга, [1923]. — 48 с.

⁴ Политика. Афинская политика / Аристотель. – Москва : Мысль, 1997. – 460 с. : портр. – (Из классического наследия). – Перепеч. с изд. 1983, 1937 г. – Указ. имен: с. 422–458.

THE GENESIS OF THE FINANCIAL AND TAX SYSTEMS ON THE EXAMPLE OF THE ANCIENT GREEK ECONOMY

© 2024 Zhnyakin Dmitry Mikhailovich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: rs9992112@gmail.com

Keywords: financial system, tax system, monetary unit, exchange equivalent, ancient Greek economy, Greek colonization.

The article analyzes the features of the ancient Greek financial and tax systems. The main aspects of the genesis of the Western European economy are considered with reference to ancient historical sources.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Samara State University of Economics.

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В НАЛОГООБЛОЖЕНИИ

© 2024 Заикин Вячеслав Константинович*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: v.zaikin@icloud.com

Ключевые слова: экономика, государственные финансы, налогообложение, искусственный интеллект, вызовы, перспективы.

Статья посвящена исследованию роли искусственного интеллекта в системе налогообложения. Акцент ставится на изменениях, которые новые технологии вносят в налоговую сферу. В центре внимания находятся не только технические аспекты внедрения ИИ, но и его влияние на стратегические и операционные процессы налоговых органов. Исследование рассматривает трансформацию, которую ИИ привносит в методы сбора и анализа данных, оценку рисков и выявление нарушений.

Введение ИИ в налоговую сферу вызывает множество дискуссий относительно этических и социальных аспектов, таких как защита данных и конфиденциальность, а также потенциальные изменения в распределении трудовых ресурсов. Важной частью также является анализ экономических последствий внедрения ИИ в налогообложение. Кроме того, в наше время ИИ становится все более важным инструментом в различных областях человеческой деятельности, включая экономику, медицину, образование и другие. В контексте налогообложения, применение ИИ имеет значительный потенциал для улучшения эффективности, точности и прозрачности налоговых процессов. На протяжении многих лет налогообложение оставалось одним из ключевых инструментов государственного управления финансовыми ресурсами. Однако с появлением новых технологий, включая ИИ, возникают новые возможности и вызовы для совершенствования этой области.

Роль ИИ в управлении налогами представляет собой ключевой аспект современного налогообложения, где использование технологий ИИ имеет значительный потенциал для оптимизации и улучшения налоговых процессов. Во-первых, искусственный интеллект играет важную роль в автоматизации процессов сбора и анализа налоговой информации¹. Системы ИИ могут автоматически собирать и обрабатывать большие объемы данных из различных источников, таких как банковские отчеты, транзакции, налоговые декларации и другие². Это позволяет существенно сократить время на обработку информации и улучшить ее качество, что в свою очередь способствует более эффективному управлению налогами. Во-

* Научный руководитель – **Ермолаев Константин Николаевич**, доктор экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

вторых, искусственный интеллект позволяет прогнозировать налоговые поступления с помощью алгоритмов машинного обучения. Третьим аспектом роли искусственного интеллекта в управлении налогами является его способность обнаруживать налоговые мошенничества и уменьшать налоговые потери. Выявление системами ИИ аномалий помогает сократить риски финансовых потерь для государственного бюджета и повысить эффективность налогового администрирования³.

Однако, несмотря на его возможности, существуют определенные вызовы и ограничения, которые необходимо учитывать при его внедрении и использовании. Один из основных вызовов – это качество данных. Качество и доступность данных играют решающую роль в обучении алгоритмов ИИ и качестве их работы. Одним из основных аспектов качества данных является их доступность. Налоговые органы и компании могут столкнуться с проблемой доступа к необходимым данным из-за ограниченного доступа к информации о доходах и расходах налогоплательщиков, а также конфиденциальности персональных данных. Это может привести к недостаточной информации для обучения алгоритмов ИИ и уменьшению их эффективности.

Еще одним вызовом являются этические и юридические вопросы⁴. Одним из основных этических вопросов является конфиденциальность и безопасность персональных данных налогоплательщиков. Сбор и обработка больших объемов данных о финансовом положении граждан может стать объектом опасений относительно защиты личной информации. Необходимо обеспечить надежную защиту данных от несанкционированного доступа и использования, чтобы предотвратить утечки конфиденциальной информации и нарушения прав граждан на конфиденциальность. Кроме того, важно обеспечить справедливость и прозрачность использования алгоритмов ИИ в налогообложении.

Следующим важным аспектом является вопрос об ответственности за принимаемые алгоритмами решения. При возникновении ошибок или несоответствий в работе систем ИИ возникает вопрос о том, кто несет ответственность за принятые решения и какие меры предусмотрены для их исправления или компенсации ущерба. Необходимо разработать соответствующее законодательство и регулирование, которые бы определили ответственность сторон и защитили интересы граждан и организаций. С другой стороны, юридические вопросы могут возникнуть в связи с использованием алгоритмов ИИ в процессах налогообложения. Необходимо разработать соответствующее законодательство и регулирование, которые бы обеспечивали защиту прав и интересов граждан при использовании ИИ в налогообложении⁵.

Перспективы развития искусственного интеллекта в налогообложении огромны и обещают значительное преобразование налоговых систем по всему миру. Среди перспектив возможно отметить следующее:

1. Разработка персонализированных налоговых решений. Использование алгоритмов машинного обучения позволит создавать индивидуализированные налоговые стратегии для граждан и компаний, учитывая их уникальные финансовые обстоятельства, цели и потребности. Это способствует более эффектив-

ному управлению налоговыми обязательствами и оптимизации налоговых выплат.

2. Прогнозирование изменений в налоговом законодательстве и экономике. Системы анализа данных и машинного обучения могут помочь прогнозировать изменения в налоговом законодательстве и экономические тенденции, что позволит государственным органам и предприятиям быть готовыми к ним и адаптировать свои стратегии соответственно.

3. Развитие системы налоговой аналитики и отчетности. Применение ИИ позволит создать более точные и надежные системы аналитики и отчетности, что упростит процесс сбора и анализа налоговой информации, а также повысит качество отчетности для внутренних и внешних сторон.

4. Борьба с налоговыми мошенничествами и уклонением от налогообложения. Использование ИИ позволяет создать более эффективные системы контроля и мониторинга налоговых платежей, выявлять и предотвращать случаи налоговых мошенничеств и уклонения от уплаты налогов, что способствует увеличению доходов государства и справедливому распределению налогового бремени.

5. Развитие цифровых налоговых сервисов и платформ. Использование ИИ позволит создать более удобные и инновационные цифровые налоговые сервисы онлайн-налогообложения и платформы, которые упростят взаимодействие между налогоплательщиками и налоговыми органами, а также повысят доступность и качество налоговых услуг.

Наконец, развитие ИИ в налогообложении может способствовать улучшению международного сотрудничества в области налогообложения. Системы ИИ могут помочь автоматизировать процессы обмена налоговой информацией между странами и повысить уровень согласованности и совместимости налоговых систем, что сделает международное налогообложение более прозрачным и эффективным.

На сегодняшний день примеры использования ИИ в сфере налогообложения включают⁶:

- обработку налоговых уведомлений, когда сканированная фотография счета превращается в текст, считывается роботом и заносится в базу данных, но для этого важно специфически пометать ту информацию, которую из документа надо извлечь;

- прогнозирование остатков по счетам и оборотно-сальдовым ведомостям, чтобы точнее высчитать налоговую базу, определить вычеты и внести нужные корректировки;

- создание чат-бота, который, обладая солидной базой данных, консультировал бы клиентов по вопросам налогообложения.

Все эти технологии компании большой четверки так или иначе применяют в своем бизнесе.

В заключение необходимо отметить, что использование искусственного интеллекта в налогообложении представляет собой перспективное направление развития, способное значительно улучшить эффективность, прозрачность и удобство налоговых процессов. Несмотря на вызовы и ограничения, связанные с

технической сложностью, этическими и юридическими вопросами, а также рисками для рынка труда, перспективы развития ИИ в налогообложении обещают значительные выгоды для всех заинтересованных сторон. Правильное использование и внедрение ИИ могут способствовать более эффективному управлению налоговыми обязательствами, снижению налоговых рисков и увеличению доходов государственных бюджетов.

¹ How AI transformed the tax and accounting profession in 2023. – URL: www.tax.thomsonreuters.com/blog/how-ai-transformed-the-tax-and-accounting-profession-in-2023/ – Текст: электронный.

² Искусственный интеллект и налоги. – URL: www.zakon.ru/blog/2020/7/31/iskusstvennyj_intellekt_i_nalogi – Текст: электронный.

³ Огородникова И.И. Цифровая трансформация налогового контроля: эволюция и тенденции // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – Текст: электронный. – 2019. – № 46. – URL: www.vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000661584.

⁴ AI impact on taxation – these are the hype and realities. – URL: www.cnbcvtv18.com/technology/ai-impact-on-taxation-the-hype-and-realities-tax-compliance-deep-learning-and-natural-language-processing-19410701.htm – Текст: электронный.

⁵ Налог на искусственный интеллект: перспективы введения в Российской Федерации. – URL: www.publications.hse.ru/articles/415952739 – Текст: электронный.

⁶ ИИ в налоговой сфере: все ли можно автоматизировать. – URL: www.unite.ai/ru/ai-in-the-tax-industry-can-everything-be-automated/ – Текст: электронный.

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TAXATION

© 2024 Zaikin Vyacheslav Konstantinovich*
Student
Samara State University of Economics
E-mail: v.zaikin@icloud.com

Keywords: economics, public finance, taxation, artificial intelligence, challenges, development prospects.

The article is devoted to the study of the role of artificial intelligence (hereinafter - AI) in the taxation system. The article focuses on the changes that new technologies bring to the tax sphere. The focus is not only on the technical aspects of AI implementation, but also on its impact on the strategic and operational processes of tax authorities. The study examines the transformation that AI brings to the methods of data collection and analysis, risk assessment and detection of violations.

* Scientific adviser – **Ermolaev Konstantin Nikolaevich**, Doctor of Economics, Associate Professor, Samara State University of Economics.

МЕРЧАНДАЙЗИНГ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ

© 2024 Золотухин Егор Игоревич*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Korzhova-galina@yandex.ru

Ключевые слова: мерчандайзинг, онлайн-продажи, рынок электронной коммерции, интернет-магазины, цифровые технологии, современный потребитель.

Мерчандайзинг является неотъемлемой частью маркетинга в части розничных продаж товаров в магазине, целевая задача мерчандайзера – расположить товар таким образом, чтобы клиенты в среднем совершали наибольшее количество покупок. Для достижения этой цели используется множество приемов, одних только способов выкладки товаров столько, что экспериментировать с их комбинациями в магазине можно бесконечно.

Мерчандайзинг давно доказал свою эффективность в части офлайн продаж, но сейчас ситуация меняется: все больше потребителей в России предпочитают приобретать товары онлайн, произошло это по нескольким причинам:

- Пандемия Covid-19 вынудила людей долгое время находиться на карантине, многие попросту боялись заразиться и не выходили из дома, а для удовлетворения своих потребностей в товарах повседневного спроса использовать службы доставки, благодаря чему, например, появилась и выросла компания «Самокат»⁴.

- Рынок российской электронной коммерции продолжил свое развитие в 2022 году несмотря на то, что политическая обстановка и санкции в целом негативно повлияли на экономику страны, отечественный E-commerce неожиданно лишился своих основных западных конкурентов, что в совокупности с продолжением сотрудничества с Китаем открыло возможности к кратному росту

По данным исследования Data Insight объем рынка электронной торговли в России в 2024 году составит 10,7 трлн рублей и продолжит расти из года в год, недаром крупнейшие российские маркетплейсы Ozon и Wildberries вошли в топ 10 крупнейших интернет магазинов мира на 10 и 9 место соответственно.⁵

Таким образом становится очевидно, что мерчандайзинг в онлайн магазинах сейчас наиболее актуален, поэтому цель работы выяснить целесообразность применения некоторых подходов мерчандайзинга в интернет-торговле.

Для начала был проведен анализ исследований по данной теме: ученые из Пензы Заречнева Е. В. и Рындина С. В. в своей работе рассматривали вопрос организации выкладки товаров в интернет магазине на основе принципов мер-

* Научный руководитель – **Коржова Галина Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

чандайзинга.² В своей работе авторы сделали выводы о том, что задачи мерчандайзинга в интернет-магазине решаются с помощью созданием товарных категорий и заполнение их товарами, представлением товаров на главной странице сайта, а также операций поиска и фильтрации. Ивашкин М. В., Колесников А. В. и Оттева И. В. в своей работе 2020 года описали общими категориями принципы онлайн мерчандайзинга, а также частично предвосхитили рост необходимости развития данного направления в наше время.³ Водякова А. В. в своей работе освещала тему внедрения технологий мерчандайзинга в интернет-магазине «Меxамания», в работе основной акцент сделан также на товарных категориях и фильтрации.¹

Тот факт, что рынок электронной торговли растет из года в год, а ученые освещают в своих работах тему мерчандайзинга в онлайн торговле, говорит нам об высокой актуальности данного вопроса.

В своей работе авторы предлагают посмотреть на проблему с другой стороны, рассмотрев принцип зонирования магазинов с точки зрения онлайн продаж.

В классическом подходе розничный магазин делят на три зоны:

- Зона адаптации: место, через которое покупатель попадает в магазин, как правило действия, которые он там совершает достаточно размеренные и плавные, потребитель осматривается и выбирает удобный для себя маршрут следования по магазину

- Зона покупки: это та территория магазина, в которой покупатель совершает основные покупки, например, в продуктовом магазине это могут быть масло, хлеб, мясо и другие товары ежедневного спроса

- Зона возвращения: путь потребителя к кассе, как правило на нем находятся товары, которые рассчитаны на импульсивные покупки.

Если мы говорим про интернет-магазин, а на самом деле про любой сайт или мобильное приложение, то при его разработке также применяется большое количество инструментов, направленных на построение путей пользователей. При этом в рамках разработки это делается для того, чтобы максимизировать удобство пользователя и минимизировать количество действий для достижения желаемого результата (если цель юзера – узнать погоду на сайте, то данные должны выводиться на первый экран, а не быть спрятаны в разделах).

Гипотеза авторов такова: добиться максимальной конверсии интернет-магазина можно за счет совмещения этих принципов в виде единого инструмента.

За основу была взята карта путь пользователей (customer journey map), которая чаще всего применяется для разработки именно пользовательского интерфейса. Этот инструмент был доработан и к каждому шагу пользователя была указана «зона», в которой он находится, сама карта пути пользователя была построена на примере магазина доставки продуктов «Самокат». Результаты представлены в таблице.

В результате построения CJM можно сделать вывод: товарные категории с точки зрения построения сайта и с точки зрения мерчандайзинга совпали лишь в зоне покупки, так как в обоих случаях товары данной категории располагаются

ближе к концу сайта/магазина. При это зона адаптации и зона возвращения не совпали абсолютно:

- В интернет-магазине в зоне адаптации акцент сделан на акционные товары, новинки и сезонные товары
- В корзине (зоне возвращения) отсутствовали товары импульсивного спроса несмотря на то, что это могло повысить средний чек

Карта пути пользователей (CJM) сайта «Самокат»

Этап пути	Переход на сайт	Поиск товарной категории	Покупка
Действия пользователя	Осматривает сайт, ищет нужные товарные категории	Ищет нужный товар, выбирает из альтернатив	Переходит в корзину для оплаты, проверяет выбранные продукты
Зона магазина	Зона адаптации	Зона покупки	Зона возвращения
Товары с точки зрения мерчандайзера	Фрукты, овощи, чай и кофе, выпечка	Хлеб, мясо, молочная продукция, напитки	Акционные товары, недорогие сладости, игрушки
Товары на сайте	Акционные товары, новинки и все товарные категории	Хлеб, мясо, молочная продукция, напитки, кондитерские изделия	В корзине товары отсутствуют

В результате исследования становится очевидно: магазины онлайн торговли в первую очередь подчиняются правилам пользовательской разработки, во главе которой стоит удобство потребителя и сокращение времени, однако в офлайн магазинах ситуация абсолютно обратная: продавцы стараются заставить клиента пройти наибольший путь, товары основного спроса намеренно «прячутся» в глубь магазина. Возможно, это следствие того, что в онлайн среде очень высокая конкуренция, тоже самое, если бы вокруг каждого жилого дома находились бы сразу все магазины всех розничных продуктовых сетей и тогда они бы максимизировали удобство клиента с целью победы в конкурентной борьбе.

Вторая причина – интернет-магазины только начали развиваться и со временем они перестанут делать акцент на удобство пользователей, а клиенты привыкнут к различного рода интерфейсам и тогда расположение товаров на сайтах будет больше напоминать офлайн магазины.

Третья причина – разработчики сайтов неосознанно пренебрегают обращениями к услугам мерчандайзеров, поскольку такая практика в целом не распространена, из-за чего интернет-магазины упускают часть прибыли.

В заключении стоит отметить, что тема требует дальнейшего исследования, поскольку научных и практических работ в этом направлении мало, возможно именно применение принципа зонирования в интернет-магазинах может стать новой точкой роста для дальнейшего развития рынка онлайн торговли в России.

¹ Водякова А.В. Внедрение технологии интернет-мерчандайзинга интернет- магазина «мехамания» // Шаг в науку. 2018. №2.

² Заречнева Е. В., Рындина С. В. Организация выкладки товаров для интернет-магазина часов на основе принципов мерчандайзинга // Вестник ПензГУ. 2021. №1 (33).

³ Ивашкин М. В., Колесников А. В., Оттева И. В. Интернет-мерчандайзинг: понятие и специфика использования в современном ритейле // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. №12-1.

⁴ Коржова, Г. А. Управление потребительскими предпочтениями на рынке услуг / Г. А. Коржова // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 2(127). – С. 223-226. – DOI 10.34925/ЕІР.2021.127.2.041

⁵ Маркетинговые исследования рынка «E-commerce» // Data Insight. URL: <https://datainsight.ru/filter/e-commerce>

MERCHANDISING IN AN ONLINE ENVIRONMENT

© 2024 Zolotukhin Egor Igorevich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Korzhova-galina@yandex.ru

Keywords: merchandising, offline sales, e-commerce market, online stores, digital technologies, modern consumer.

Merchandising is an integral part of marketing in terms of retail sales of goods in the store, the goal of the merchandiser is to arrange the goods in such a way that customers make the largest number of purchases on average. To achieve this goal, many techniques are used, there are so many ways of laying out goods alone that you can experiment with their combinations in the store endlessly.

* Scientific adviser – **Korzhova Galina Anatolyevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics

МЕСТО НАЛОГОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ В НАЛОГОВОМ КОНСАЛТИНГЕ

© 2024 Журначян Феня Барсамовна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: fzurnachyan@inbox.ru

Ключевые слова: налоги, налоговая оптимизация, налоговое консультирование, налоговая нагрузка.

Статья посвящена анализу таких понятий, как налоговая оптимизация и налоговый консалтинг, которые напрямую оказывают влияние на благоприятную деятельность организации. Рассмотрены данные понятия в совокупности, дается их общая оценка, а также описывается их применение в практике коммерческой организации.

Современные темпы развития экономической ситуации в стране и в мире целом предполагают равный по значимости темп роста изменений в законодательной базе и активное развитие предпринимательского рынка. Услуги налогового консалтинга, в частности, становятся все более популярными и востребованными. С целью максимально возможного устранения проблем и негативных последствий выбора того или иного пути функционирования деятельности организации, его роста и развития, и уделяется должное внимание оптимального планирования будущих хозяйственных операций. Можно согласиться, что «процессы налогового консультирования и налоговой оптимизации помогают предприятиям на надлежащем уровне исполнять обязанности в части, предусмотренной законодательством о налогах и сборах, и, как следствие, продолжать вести свою деятельность в рамках и в объеме, позволяющем им функционировать в разумных темпах роста и развития, без угрозы ведения ненадлежащего учета и отчетности»¹.

Понятия налогового консультирования и налоговой оптимизации довольно близки, можно сказать, что эти два понятия взаимодополняют друг друга, но, на наш взгляд, имеют фундаментальные различия. Стоит отметить, что, несмотря на востребованность рассматриваемых процессов в области налогообложения в России, существует, не так много нормативно-правовых актов, непосредственно связанных с оказанием консалтинговых услуг. На данный момент, следует опираться на Конституцию РФ, в частности на:

- п.1 ст.8 – согласно которому всем гражданам дается свобода экономической деятельности, здоровой конкуренции и единство экономического пространства;

* Научный руководитель – **Маняева Вера Александровна**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

- п.4 ст.29 – регламентирующий порядок поиска и получения информации из достоверных источников, а также их распространение;
- ст.57 – определяющая обязанность граждан нашей страны уплачивать определенные законом налоги, сборы и обязательные платежи;
- п.1 ст.34 – согласно которому, любой гражданин имеет право и способности, позволяющие ему заниматься предпринимательской деятельностью.

Также стоит упомянуть о введении Постановления Министерства труда и социального развития РФ от 4 августа 2000г. №57 специальности «Консультант по налогам и сборам». Данный документ является регулирующим в части деятельности в сфере налогового консультирования.²

Процесс налогового консультирования заключается в содействии и оказании профессиональных услуг плательщикам налогов, сборов, налоговым агентам, а также иным лицам, которые предусмотрены налоговым законодательством. Данный процесс заключается в информировании и предоставлении рекомендаций в области снижения налоговых рисков и издержек. Налоговое консультирование строится на основе анализа деятельности организации. Предмет налогового консультирования – это то, на что направлено налоговое консультирование, т. е. на демонстрации существующих проблем и пробелов консультантами руководителям и сотрудникам налогового и бухгалтерского блока и оказании помощи в их устранении. Формируются рекомендации в совместно вырабатываемые с организацией решения и пути устранения выявленных препятствий. Сущность же налогового консультирования уходит в поддержку решения обнаруженных задач.

Направлениями налогового консультирования являются:

1) налоговые консультации – непосредственно сам процесс информирования и консультирования предприятия о существующих нормах и законах, порядке составления необходимой отчетности, составление налогового учета. Могут применяться различные способы консультаций, к примеру, в виде семинаров, форумов, конференций и т.п.;

2) проведение налоговой экспертизы – процедура, целью которой является проверка объектов (деклараций, хозяйственных операций) по заданию организации. В результате рассматриваемой процедуры конкретизируются налоговые последствия и продумывается возможное применение налоговой оптимизации;

3) налоговое планирование – целенаправленные комплексные стратегические действия на основе анализа текущего положения и моделирования наиболее оптимального плана развития в рассматриваемой области;

4) налоговая оптимизация – процесс, включающий в себя использование законных способов и методов снижения налогового бремени, испытываемого организацией³.

В результате, можно сказать, что налоговая оптимизация представляет собой ту часть налогового консультирования, которая фиксируется на использовании конкретизированных методов, благодаря которым происходит минимизация налоговой нагрузки. Налоговая оптимизация ставит своей целью разработку и применение легальных способов снижения объемов платежей в бюджет с одновременным сохранением и увеличением экономических активов организации. В

период экономического кризиса эта проблема становится еще актуальнее из-за недостатка банковских финансовых ресурсов, трудности получения заемных средств и, следовательно, необходимости бизнеса опираться в основном только на собственные ресурсы. В процессе налоговой оптимизации используются различные схемы и методики правомерных действий налогоплательщика, что особенно важно для перспектив развития стабильной работы.

Благодаря гибкости налогового законодательства и появляется возможность организациям более грамотно использовать существующие льготы и послабления при расчете и уплате налогов и сборов. Она может осуществляться как на первоначальном этапе создания компании, при совершении какой-либо отдельно взятой сделки или группы сделок (к примеру, по отчуждению комплекса недвижимого имущества, иных активов предприятия, продажи долей в уставном капитале фирмы), так и в процессе всего хозяйственно-экономического цикла существования организации.

Благодаря процессам налоговой оптимизации также улучшаются такие финансовые показатели, как: коэффициенты ликвидности и динамика активов организации, изменение коэффициента финансирования (изменилась ли зависимость в заемных средствах благодаря налоговой экономии), коэффициенты рентабельности и другие.

В работе Козлова П.А. представлены «основные инструменты и методы, используемые в целях налоговой оптимизации: специальные налоговые режимы; зоны льготного налогообложения на территории Российской Федерации и за рубежом; налоговые льготы, предусмотренные налоговым законодательством; пониженные налоговые ставки; отдельные элементы налогообложения; учетная политика (в рамках налогообложения); форма договорных отношений; цены сделок (договорная политика); специальные методы налогового планирования»⁴.

Показательным считаем рассмотреть исследуемый материал в рамках сравнения применения того или иного специального налогового режима. Представим на условном примере организации, занимающейся производством хлеба и мучных кондитерских изделий. В табл. 1 приведена исходная информация с последующими расчетами.

Таблица 1

Сводная таблица показателей

Показатели	Информация
Заработная плата, руб	25.000
Численность работников, кол-во	50
Транспортные средства, ед.	1 Микроавтобус, 260 л.с., налоговая ставка – 85 1 Авто, 120 л.с, налоговая ставка – 24
Основные средства	Первоначальная стоимость – 5 000 000 руб. СПИ – 6 лет Остаточная стоимость на начало года – 3.500.000 руб. Налог на имущество рассчитывается по ставке 2,2%.

НК РФ регламентирует существующий диапазон налоговых ставок, а также порядок расчета налоговой нагрузки организации. На примере анализируемой организации рассмотрим общую и упрощенную системы налогообложения (табл. 2 и 3).

Таблица 2

Общая система налогообложения

Показатели	Значение
Фонд оплаты труда за год	$50 \cdot 25.000 = 1.250.000$ руб. * 12 = 15.000.000 руб.
Страховые взносы без учета взносов на временную нетрудоспособность и материнство за год	$1.250.000 \cdot 30\% = 375.000$ * 12 = 4.500.000 руб.
Транспортный налог за год	Авто = $120 \cdot 24 = 2.880$ руб. Микроавтобус = $260 \cdot 85 = 22.100$ руб.
Налог на имущество (линейный способ) за год	Годовая Амортизация = Первоначальная стоимость/Амортизация = $5.000.000/6 = 833.333$ руб. Среднегодовая стоимость имущества = Сумма Ост.ст-ти на 1-е число каждого месяца + последнее число года/13 = 3.083.333 руб. Налог на имущество = $3.083.333 \cdot 2,2\% = 67.833,326$ руб.
Налог на прибыль	Доходы – 90.000.000 руб. Расходы – 20.426.147 руб. (ТН+ННИ+СВ+ФОТ+Годовая Амортизация) Налоговая база = Доходы – Расходы = 69.573.853 руб. Налог на прибыль = НБ * 20% = 13.914.770,67 руб.
Налоговая нагрузка = сумма уплаченных налогов/выручка*100	$18.507.584$ руб./90.000.000 *100 = 20,6%

Таблица 3

Упрощенная система налогообложения

УСН Доходы	УСН Доходы-Расходы
Налоговая ставка – 6% Налог = $90.000.000 \cdot 6\% = 5.400.000$ руб. Страховые взносы = 4.500.000 руб. Налог к уплате = $5.400.000/2 = 2.700.000$ руб.	Налоговая ставка 15% Расходы = СВ+ ФОТ + Годовая Амортизация + ТН = 20.358.313 руб. Налоговая база = Доходы – Расходы = 69.641.687 руб. Налог = НБ * 15% = 10.446.253 руб. Минимальный налог = $90.000.000 \cdot 1\% = 900.000$ руб.
Налоговая нагрузка = (Налог 6% + СВ)/выручка*100 = $2.700.000 + 4.500.000 = 7.200.000 / 90.000.000 \cdot 100 = 8\%$	Налоговая нагрузка = (СВ + ТН + Налог 15%)/выручка *100 = $14.971.233 / 90.000.000 \cdot 100 = 16,6\%$

По данным расчетам видно, что при применении общей системы налогообложения основная сумма платежа складывается по результатам расчета фонда оплаты труда и налога на прибыль.

Из вышеуказанных расчетов становится очевидным преимущество применения упрощенной системы «доходы». Выявляется существенная разница на 8,6%, что в значительной степени может оказать влияние на решение организации при выборе того или иного режима налогообложения. Благодаря схематичному представлению произведенных расчетов возможно более точно определить разницу налоговой нагрузки (см. рисунок).

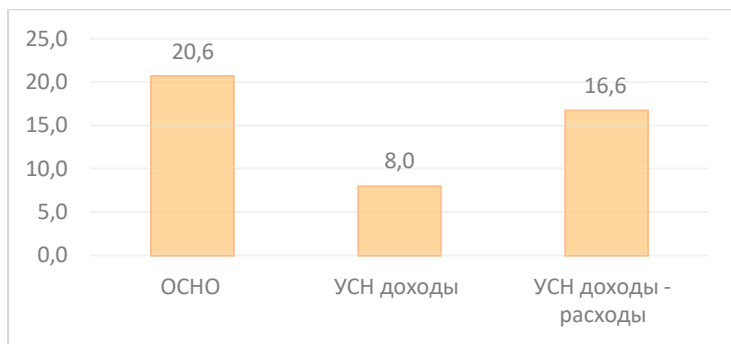


Рис. Сравнительные данные по расчету налоговой нагрузки

По результатам анализа рассчитанных показателей видно, что коэффициенты налоговой нагрузки имеют различное значение в зависимости от выбранного налогового режима. Наиболее оптимальным является применение упрощенной системы налогообложения «Доходы». Налоговая нагрузка составит только 8%.

В качестве заключения необходимо указать о целесообразности и важности налогового консультирования, оценки и анализа каждой организаций как таковой, поскольку одним из ключевых факторов выбора инструмента налоговой оптимизации является отрасль, в которой то или иное предприятие функционирует. Разделяем точку зрения, что «непрерывный мониторинг финансового состояния, разработка и приведение в действие мер по оптимизации и регулированию коэффициента налоговой нагрузки – процедуры, которые помогут организациям любого уровня и вида осуществлять эффективную и финансово привлекательную деятельность»⁵.

¹ Гиниятова А. Налоговый консалтинг как элемент управления бизнеса // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 1. С. 94-98.

² Квалифицированный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих // утв. Постановление Минтруда России от 21.08.1998 №37. ред. от 27.03.2018г.

³ Альтудов Ю. К. Понятие налоговой оптимизации, налоговой минимизации и уклонения от налогообложения // Перспективные инновационные проекты молодых ученых. 2022. С. 259-260.

⁴ Козлов П.А. Теоретические аспекты налоговой оптимизации в организациях // Весенние дни науки ВШЭМ. 2023.

⁵ Мironenko O.B. Организационные аспекты бухгалтерского и налогового консалтинга // Управление социально-экономическими системами. 2023. № 1

THE PLACE OF TAX OPTIMIZATION IN TAX CONSULTING

© 2024 Zurnachyan Fenya Barsamovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: fzurnachyan@inbox.ru

Keywords: taxes, tax optimization, tax consulting, tax burden.

The article is devoted to the analysis of such concepts as tax optimization and tax consulting, which directly affect the favorable activities of the organization. These concepts are considered in aggregate, their general assessment is given, and their application in the practice of a commercial organization is described.

* Scientific adviser – **Manyayeva Vera Alexandrovna**, Doctor of Economics, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2024 Зыкова Милена Евгеньевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: zkovamilena09@gmail.com

© 2024 Файрукшина Альфия Якубовна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: alfia.fairukshina@yandex.ru

Ключевые слова: налоговый контроль, НДС, цифровизация, экономическая безопасность.

В статье основное внимание сфокусировано на интеграции современных технологий в систему налогового администрирования в России. Важность исследования обуславливается тем, что цифровые инструменты дают возможность налоговым органам более точно и быстро выявлять случаи уклонений от уплаты налогов. Это имеет большое значение для увеличения доходной части бюджета Российской Федерации и, следовательно, укрепления финансовой стабильности государства. Внедрение автоматизированных решений в налоговый контроль способствует более детальному мониторингу финансовых операций и снижению рисков налогового мошенничества.

Внедрение цифровых технологий в сферу налогового контроля открывает инновационные возможности для повышения уровня экономической безопасности государства, особенно в отношении налога на добавленную стоимость (НДС). Передовые технологии способствуют более тщательному мониторингу и анализу финансовых потоков в экономике, что способствует улучшению механизма сбора и администрирования налогов. Автоматизация процедуры проверки и анализа данных за счет цифровизации значительно уменьшает вероятность случаев мошенничества и уклонения от уплаты налогов. Реализация данных технологий позволяет сократить временные и финансовые затраты в процессах налогообложения, а также усиливает защиту экономических интересов государства, формируя надежную и прозрачную систему налогового контроля.

Современные цифровые технологии кардинально трансформируют налогообложение и его администрирование. Цифровизация управления налогообложением является основой для повышения эффективности как в бизнесе, так и в гос-

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

ударственном секторе, особенно в области контроля за финансовыми потоками. Новые технические средства и программы переосмысливают методы контроля за соблюдением налоговых обязательств налогоплательщиков, что в свою очередь требует от них обязательного реагирования на изменения в современном налоговом законодательстве.¹

Основой успешной стратегии цифровизации налогового контроля считается внедрение принципов открытости, доступности и добросовестности, которое способствует защите личности и укреплению доверия граждан к государству. Ключевую роль в этом плане играют исследования по внедрению цифровизации в систему налогового администрирования Российской Федерации. ФНС России активно используют новые технологические решения с целью повышения эффективности исполнения налоговых обязательств налогоплательщиками перед бюджетной системой Российской Федерации.

Сегодня непосредственное внедрение цифровых технологий в области управления налогами и контроля обеспечило внедрение обязательного электронного взаимодействия между гражданами и налоговыми учреждениями, а именно таких как:

1) В рамках новой экспериментальной программы, проходит процесс идентификации меховых изделий и внедрение налогового контроля для определенных компаний.

2) Автоматизированные системы налогового менеджмента используются для процессов формирования НДС (внедрение системы АСК «НДС-2 и 3», системы АСК «Реестры»), товарооборота (внедрение электронных чеков и новой ККТ), оборота на алкогольном рынке и выявления контрафактной продукции (система ЕГАИС).

3) Развитие системы электронного взаимодействия налоговых органов с другими органами, выполняющими административные и контрольные функции, такими как Банк России, Внебюджетный фонд, ЗАГС и тд.²

Интеграция системы электронного финансового учета в налоговую систему Российской Федерации представляет собой один из актуальных проектов в процессе своего внедрения. Эта система позволяет избавиться от необходимости ведения бумажных кассовых операций, что существенно улучшает эффективность управления финансовыми потоками с учетом модернизации налогового регулирования экономики для пользователей упрощенной системы налогообложения.

Деятельность ФНС России, направленная на оптимизацию налоговой системы, предполагает инновационные подходы в организации контроля. Ключевой момент – определение критериев при осуществлении выборочного контроля, что повышает шансы на успешный возврат НДС.³

Федеральное налоговое ведомство, будучи лидером в административном управлении инновациями, для оптимизации своего электронного и вычислительного потенциала требует внедрения передовых технологий и современного оборудования. Ключевыми аспектами, способствующими увеличению налоговых доходов, являются усиление технического и аналитического каркаса работы с налогами.

Преобразование российской экономики, проходящее под воздействием цифровых технологий, акцентирует внимание на следующие преобразования:

- Переход на цифровую платформу для государственных услуг, позволяющий осуществлять оплату налогов и сборов онлайн, будет способствовать экономии средств государственных структур. Эта инициатива обеспечит комфортное взаимодействие населения с системой платежей и уменьшит вероятность правонарушений в финансовых расчетах.

- Разработка интегрированной платформы, объединяющей мобильные приложения, финансовые организации и другие сервисные предложения.

- Разработка системы цифрового обмена документами, гарантирующей максимальную защиту информации и предотвращение угрозы фальсификации.

- Упрощение взаимодействия между плательщиками налогов и государственными налоговыми органами, а также улучшение оперативности и результативности работы налоговых служб.⁴

Федеральная налоговая служба Российской Федерации акцентирует свое внимание на комплексной стратегии, направленной на углубленный анализ определенных секторов экономики. В данной стратегии предусмотрено изучение множества способов налогового контроля, оптимизация процедур, внедрение действенных мер и построение отношений с государственными органами и корпоративным сектором. Ключевым аспектом этих программ является система риск-анализа среди налогоплательщиков, позволяющая объективно оценивать экономические риски и их последствия. Бизнес играет основную роль в этих проектах, выступая ключевым донором актуальных идей для своей индустрии. Такой подход уже доказал свою эффективность, как видно на примере одного из успешных проектов, выполненных Федеральной Налоговой службой в области агропромышленного комплекса, который стал эталоном в сфере зернового хозяйства.⁵

Актуальность создания специализированной правовой системы для регулирования сделок с цифровыми валютами становится все более очевидной. Интеграция криптовалют в экономические процессы требует внедрения стандартов и норм, которые гарантируют безопасность и надежность для всех участников криптовалютного рынка. Учитывая возрастание интереса к этим активам, установление четких регулятивных рамок может содействовать более эффективному взаимодействию между пользователями и государственными институтами. Это создаст условия для снижения уровня мошеннических действий и защиты прав пользователей, способствуя тем самым формированию устойчивого инвесторского и торгового пространства для цифровых финансовых активов.

В краткосрочной перспективе налоговым органам Российской Федерации следует обратить внимание на следующие задачи:

- 1) Выявить степень важности криптовалютных операций. Требуется ознакомиться с развитием системы налогообложения цифровых валют на примере других стран. Данная работа включает изучение разнообразных методов и стратегий, используемых в конкретных странах, и влияние законодательной власти на нормотворчество в этой сфере. Каждое государство может иметь свои индивидуальные причины и стимулы для внедрения специфических налоговых схем для крип-

товалют, что приводит к значительным последствиям для их пользователей и инвесторов. Таким образом, осознание этих факторов является важным для выявления мировых тенденций и возможных влияний на всех участников криптовалютного рынка.

2) Определить влияние налогового регулирования криптовалют на международные финансовые рынки. Данная задача требует более глубокого изучения, поскольку она требует анализа в контексте экономических решений стран. Создание и реализация законодательных инициатив по налогообложению цифровых активов инициирует изменение в международных налоговых практиках, способствуя установлению новых форм сотрудничества и общения между государствами.

Являясь неоспоримым доказательством успешности цифровизации, модернизация налоговых служб воплощает в себе адаптивные структуры с улучшенной доступностью информации. Интеграция современных технологий в налоговую систему Российской Федерации включает широкий спектр возможностей, что в свою очередь способствует становлению экономики, основанной на знаниях и доверительных отношениях с физическими и юридическими лицами, добросовестно исполняющими свои налоговые обязательства.

Фискальные органы Российской Федерации сталкиваются с важнейшими задачами, требующими выполнения стратегических задач на фоне активного перехода к цифровому режиму работы, включая внедрение цифровых решений в бюджетное администрирование и оптимизацию форм налогового контроля (мониторинга), что также включает упрощение автоматизированных процедур взаимодействия с налогоплательщиками. Установление современных цифровых технологий в рабочие процессы фискалов становится ключевым требованием, как указывает О. А. Ширинова в своих исследованиях.⁴

Использование цифровых технологий в деятельности налоговых органов РФ играет ключевую роль в создании прозрачной и понятной среде для всех граждан и бизнес-субъектов. Это укрепляет доверие между налоговой администрацией и налогоплательщиками, обеспечивая тем самым прочный фундамент для доверительных отношений и эффективного функционирования финансовой системы страны.

Цифровые платформы с возможностями гибкой адаптации предлагают налоговым органам возможность укрепления экономического взаимопонимания между налоговыми органами и налогоплательщиками, основанного на доверительных отношениях и интеллектуальном сотрудничестве. После того как государственные органы обеспечат физическим и юридическим лицам уверенность в безопасности обработки их персональных данных, они будут более склонны предоставлять свои данные о финансовых потоках. Параллельно, уполномоченные органы контроля будут направлять свои ресурсы на выявление нарушений законодательства и их предотвращение.

При изучении автоматизации мониторинга налоговых поступлений, выявляются условия, при которых сознательное уклонение от уплаты налогов утрачивает свою резонансность и становится фактически непреодолимым. Это ведет к эво-

люции налоговых проверок от классических методов к современным технологиям удаленных инспекций и наблюдений.

Цифровые технологии облегчат процесс налогообложения, увеличивая прозрачность в финансовом секторе, оптимизируя проведение бюджетных операций и содействуя стабильности доходов в Российской Федерации.

¹ Голик Е. Н. Цифровизация администрирования НДС в системе обеспечения экономической безопасности // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2021. № 2. С. 103-109.

² Петина Ал. А., Ермош Е. В. К вопросу о цифровизации налоговых процессов в России / В сборнике: Современный взгляд на науку и образование. Сборник научных статей. 2020 С. 218–234.

³ Бреслав Е. П. Как развить цифровую экономику в вашей организации уже сегодня // Качество. Инновации. Образование. 2017. № 4 (143). С. 51–61.

⁴ Ширинова О. А. Развитие налоговых органов в условиях цифровой экономики // Вестник Академии Знаний. 2020. № 4 (39). С. 444–447.

⁵ Кириллова О. С. Цифровая архитектура налоговых процессов: актуальные вопросы развития в современных условиях // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2020. № 3 (82). С. 14.

DIGITALIZATION OF TAX CONTROL IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Zykova Milena Evgenievna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: zkovamilena09@gmail.com

© 2024 Fayrukshina Alfiya Yakubovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: alfia.fayrukshina@yandex.ru

Keywords: tax control, VAT, digitalization, economic security.

The article focuses on the integration of modern technologies into the tax administration system in Russia. The importance of the study is due to the fact that digital tools enable tax authorities to more accurately and quickly identify cases of tax evasion. This is of great importance for increasing the revenue side of the budget of the Russian Federation and, consequently, strengthening the financial stability of the state. The introduction of automated solutions in tax control contributes to more detailed monitoring of financial transactions and reducing the risk of tax fraud.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

МОТИВАЦИЯ КАК ФУНКЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

© 2024 Изевлина Анастасия Алексеевна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kosmirov@gmail.com

© 2024 Новицкая Анна Анатольевна
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: anynaty@mail.ru

© 2024 Космиров Сергей Витальевич
кандидат социологических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kosmirov@gmail.com

Ключевые слова: мотивация, мотив, стимул, менеджмент, руководитель, потребности, дисциплинарное взыскание, депремирование, порицание.

В статье рассмотрено понятие мотивации как функции менеджмента, его сущность, проведен анализ понятий «стимул» и «мотив», выявлены их различия и взаимосвязь. Представлены различные точки зрения психологов касательно данной тематики. Освещены виды потребностей работников и важность понимания их руководителем. Описаны различные системы мотивации. Особое внимание уделяется негативной мотивации, ее видам и возможным последствиям. Выделены критерии, по которым работодателю будет удобно отслеживать уровень мотивации своих подчиненных. Отмечена важность постоянного контроля уровня мотивации руководителем.

Мотивация в управлении – это процесс стимулирования сотрудника, побуждение его к действию, поддержание высокого уровня участия работника в достижении целей организации. Мотивация – это важное направление менеджмента, одна из его функций, так как она оказывает прямое влияние на результаты работы предприятия, уровень производительности и рейтинг организации. Эффективное управление мотивацией позволяет повысить данные показатели.¹

Для того чтобы лучше понять сущность мотивации, обратимся к мнению психологов.

И.А. Зимняя пишет, что мотивация есть «запускной механизм» любой деятельности человека.²

В.К. Виллонас считает, что она представляет собой систему процессов, которые отвечают за побуждение и деятельность.³

К.К. Платонов полагал, что мотивация – это совокупность мотивов.⁴

Изучить понятие мотива нам также поможет А.Н. Леонтьев, по мнению которого мотив деятельности отражается в голове человека и стимулирует его к выполнению определенных действий для удовлетворения своих потребностей.⁵

Иными словами, мотив – это внутренний фактор, то, что принадлежит самому человеку, подталкивающее его на выполнение какой-либо деятельности. Внутренние побуждения личности зависят от ее интересов, потребностей и ожиданий.

Еще одним важным понятием в менеджменте является стимул. Это внешнее влияние на человека или группу людей, воздействующее на прохождение и итоги рабочего процесса. Однако стимул должен отвечать мотивам, предпочтениям и запросам человека или группы.⁶

Человек, который испытывает различные эмоции во внешней среде в различных сферах жизни (культурная, экономическая, политическая, социальная) получает стимул для работы, преобразует его и соотносит со своими ценностями. Мировоззрение и жизненные устои меняются и человек понимает, что нужно делать и для чего. Это понимание приводит к действию, а именно к достижению общей цели компании.

Чем сильнее стимул откликается мотиву, тем выше будет результат трудовой деятельности. Порой случаются ситуации, когда внешние импульсы диссонируют с внутренними откликами, в таком случае из-за их несовместимости, продуктивность работника может снизиться, то есть возникнет демотивация.

Руководителю своей организации нужно понимать, в каком направлении развивать стимул своих сотрудников. В основном персонал мотивируют материальные ценности: заработная плата, премии, награждения. Однако, помимо этого, на эффективную работу могут повлиять и другие факторы. Качественно составленная система мотивации поможет создать эффективное развитие, особенно быстроразвивающимся и динамичным компаниям. У сотрудников повысится лояльность к предприятию и будут достигнуты высокие показатели. Для этого существует три вида систем мотивации:

- Система прямой материальной мотивации. Этот вид включает в себя оплату труда. Например: заработная плата, премии, бонусы и вознаграждения. Данные мотиваторы привлекательны практически всем и напрямую влияют на сотрудника, которому важно его финансовое благополучие.

- Система косвенной материальной мотивации. Помимо заработной платы сотруднику выплачиваются не прямые вознаграждения, обеспечивается социальный пакет, который оказывает влияние на благополучие и удовлетворенность жизнедеятельности человека. Это могут быть различные льготы, предоставление социальных и медицинских услуг, выставление выходных, получение дополнительного профессионального образования, который потом ведет к повышению квалификации. Следовательно, система косвенной материальной мотивации позволяет создать поддерживающую и помогающую среду для сотрудников.

- Система нематериальной мотивации. К данному виду относятся нематериальные мотиваторы. Например: похвала за проделанную работу, признание, парковочные места около рабочего здания, подарки к праздникам. Эта система мотивации недооценена в компаниях, но проводится для удержания высококвали-

фицированных сотрудников, таким образом повышается лояльность персонала к компании.^{7,8}

Согласно исследованию рекрутинговой компании «Get experts», в 2023 году почти 70% респондентов удовлетворены материальной мотивацией. За последние пять лет значимость индексации заработной платы раз в год выросла в 1,6 раз, а получение «белой» заработной платы стало более значимым фактором. Люди, недовольные материальной мотивацией на своем месте работы также отмечают необходимость прозрачной бонусной системы, медицинского страхования и расширение медстраховки, доплату по больничным листам, компенсацию спорта, питания и дополнительного образования.

По результатам опроса, лишь 48% работников проявляют удовлетворенность нематериальной мотивацией. Тренды предпочтений сотрудников изменились по сравнению с 2018 годом в сторону желания работать удаленно. Кроме, того участники опроса отмечают ограничения в профессиональном росте и карьерном продвижении, некомпетентность руководящего состава компании и отсутствие возможностей для обучения за рубежом в рамках организации.⁹

Важным аспектом является понимание сотрудником его возможного карьерного пути в компании и условий его достижения, чтобы у сотрудника формировались, как долгосрочные, так и краткосрочные цели в компании.

Для ключевых должностей необходимо формировать кадровый резерв, что позволяет решать одновременно 2 задачи: своевременно обеспечить наличие подготовленных сотрудников для компании и повысить нематериальную мотивацию для сотрудников.

Также сотруднику на рабочем месте важно, чтобы признавали его значимость. В этом заключается потребность в уважении. Персоналу приятно получать более важные поручения, чем обычно. Сотрудники будут чувствовать себя нужными, если обеспечить им профессиональную подготовку это способствует дальнейшему развитию как для сотрудника, так и для компании.

К этой потребности также можно отнести поощрение сотрудников за хорошо выполненную работу. Например, во время обратной связи, делать акцент на положительных аспектах и высоко оценивать полученный результат. Таким образом, человек будет понимать, что его нахождение в организации имеет значение, что повысит стимул работать эффективнее.

«Для того чтобы руководителю успешно стимулировать своих подчиненных, ему необходимо хорошо знать потребности сотрудников.

Часто сотрудники испытывают нужду в эмоциях на рабочем месте. Это выражается в социальной потребности. Работники хотят общаться друг с другом, в связи с этим руководители могут давать кадрам такие задачи, в которых у них есть возможность взаимодействовать, работать в команде. Помимо этого, можно организовывать совещания, корпоративы, которые могут укрепить командный дух и сплотить работников. Руководству необязательно пресекать неформальную обстановку в коллективе, если она не мешает рабочей деятельности. Эта потребность может увеличить желание работников находится на работе, так как приятно

находиться в хорошем коллективе, встречать друзей и трудиться в комфортной обстановке».

Говоря об условиях труда важно отметить как комфортные условия работы сотрудников (освещенность, рабочая мебель, температура, влажность), так и сочетание гибкого графика и удаленного или очного формата работы.

Помимо вышеперечисленного у работников есть потребность в самовыражении. Оно помогает людям разрядить негативные эмоции, найти вдохновение. Работникам можно давать сложные и ответственные поручения, которые требуют максимальной отдачи, это позволит раскрыть их потенциал, увидеть их возможности с другой стороны. Необходимо воодушевлять персонал за выражение их творческих способностей. Это поможет найти другой, нестандартный подход к работе, получения цели и достигнуть интересный результат.¹⁰

Вышеописанные виды мотивации являются положительными, однако свое место в системе управления имеет также негативная мотивация. Это способ стимулирования поведения человека через наказание, угрозы, страх или другие отрицательные механизмы. Его применяют в случаях серьезных нарушений рабочей дисциплины, техники безопасности, преднамеренного причинения материального ущерба имуществу организации. Чаще всего формами негативного побуждения к качественному выполнению рабочих обязанностей являются:

- дисциплинарное взыскание: возможно в форме устного замечания, письменного выговора или увольнения;

- депремирование: понижение заработной платы или взыскание штрафов запрещено трудовым кодексом Российской Федерации, поэтому работодатели используют эту систему мотивации, уменьшая сумму премии или просто не выплачивая ее;

- порицание: формами данного вида негативной мотивации могут служить публичное упреkanie за ошибки и жесткая критика.¹¹

Негативная мотивация может давать ожидаемые результаты, но чаще всего лишь на короткий срок. Данный способ повышения продуктивности может быть оправдан с целью снижения количества ошибок и случаев несоблюдения правил компании, однако он не способствует росту производительности персонала. Непрерывное чувство беспокойства приведет к стрессу и ухудшению отношений с руководством, что отрицательно отразится на результатах работы.¹²

Также важно отметить, что возможность применения негативной мотивации, особенно материальной, обусловлена корпоративной культурой: в красной компании, негативная мотивация воспринимается как должной, но сложно представить ее применение в бирюзовых компаниях.

Косвенным критерием уровня мотивации сотрудников является уровень их удовлетворенности.

Приведем критерии, по которым работодателю будет удобно отслеживать уровень мотивации своих подчиненных:

- работник проявляет инициативу и активно участвует в рабочих процессах;
- выполняет свои обязанности с энтузиазмом, проявляет интерес к своей работе, а также компании в целом;

- чувствует удовлетворение от выполнения своей работы и достижения поставленных целей;
 - показывает желание учиться и развиваться;
 - выполняет работу с высоким уровнем качества и в срок, более эффективно и продуктивно;
 - предлагает новые идеи и стремится к улучшению трудовых механизмов.
- Отслеживание уровня мотивации сотрудников поможет руководителям:
- лучше понимать своих сотрудников;
 - создавать условия, способствующие мотивации работников;
 - эффективнее управлять командой;
 - стимулировать работников к достижению высоких результатов;
 - выявить потенциальные проблемы или недостатки в мотивации сотрудников и принять меры для их устранения;
 - создать более продуктивную и гармоничную рабочую среду, где каждый сотрудник может раскрыть свой потенциал и достичь успеха;
 - снизить уровень затрат на управление персоналом;
 - ускорить достижение целей организации.¹³

Подводя итоги к вышесказанному, необходимо отметить, что мотивировать своих сотрудников важно для улучшения производительности и комфортной рабочей атмосферы. Для этого нужно понимать потребности человека, создавать качественную систему стимулирования персонала, снизить шансы на негативную мотивацию, отслеживать уровень самочувствия своих подчиненных. Цель и миссия компании должны совпадать с видением сотрудника. Руководитель не должен нагонять страх на свой персонал, это не повысит эффективность персонала, наоборот ухудшит ее, из-за боязни проявить инициативу и свой потенциал. Мотивационная система должна совмещать в себе прямую и косвенную материальную систему и нематериальную, таким образом сотрудники будут работать на благо компании и у них будет стимул превзойти ожидания и достичь высоких результатов в своей работе.

¹ Чендирова Д.А. Роль мотивации в современном российском менеджменте // современные научные исследования и разработки. - 2018. - №5. - С. 577-579.

² Зимняя И.А. Педагогическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. – 480 с.

³ Вилюнас В.К. Теория деятельности и проблема мотивации // А.Н. Леонтьев и современная психология. - М.: Изд-во МГУ, 1983. - С. 191-200

⁴ Платонов К.К. Занимательная психология / К.К. Платонов. – М.: Издательство «Молодая гвардия», 1986 – 224 с.

⁵ Леонтьев А.Н., Смирнов А.А. Психология: Учебник для пед. институтов. - М.: Государственное учебно-педагогическое издательство министерства просвещения РСФСР, 1962. - 599 с.

⁶ Конькова О.В., Ушхо С.К. Понятие о мотивации в менеджменте // инициативы молодых - науке и производству. - Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. - С. 417-420.

⁷ Зубарев А.Е., Кулик И.В., Мотовиц Т.Г. Управление персоналом - вопросы мотивации в рамках системы менеджмента качества // Дальний восток: проблемы развития архитектурно-строительного комплекса. - 2019. - №1-2. - С. 319-323.

⁸ Никитина О.В. О мотивации персонала // Журнал прикладных исследований. - 2019. - №3. - С. 8-10.

⁹ Мотивация профессионалов // Get experts. Рекрутинговая компания URL: <https://getexperts.ru/research/motivatsiya-personala/?ysclid=lwmipz6rn1150309527> (дата обращения: 26.05.2024).

¹⁰ Гапоненко А.Л. Менеджмент. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2024. - 379 с.

¹¹ Отрицательная мотивация персонала // UP business URL: <https://upinc.ru/> (дата обращения: 15.04.2024).

¹² Андрюшин В.А. Положительная и негативная мотивация // Образовательный портал «Справочник». URL: https://spravochnick.ru/menedzhment/motivaciya_deyatelnosti/polozhitelnaya_i_negativnaya_motivaciya/ (дата обращения: 16.04.2024).

¹³ Меремьянина М.Г. Мотивация в менеджменте как одна из главных задач управления // Вестник экономической теории. - 2019. - №11. - С. 77-83.

MOTIVATION AS A MANAGEMENT FUNCTION

© 2024 Izevlina Anastasia Alekseevna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: kosmirov@gmail.com

© 2024 Novitskaya Anna Anatolyevna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: anynaty@mail.ru

© 2024 Kosmirov Sergey Vitalievich
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: kosmirov@gmail.com

Keywords: motivation, motive, incentive, management, leader, kids, disciplinary action, deprivation of bonuses, censure.

In this article, the authors studied the concept of motivation as a function of management, its essence, and also analyzed the concepts of incentive and motive, revealing their differences and interrelation. The article presents various points of view of psychologists regarding this topic. The types of employee needs and the importance of understanding them by the head are highlighted. The authors also described various motivation systems. Special attention is paid to negative motivation, its types and possible consequences. Criteria have been identified by which it will be convenient for an employer to track the level of motivation of his subordinates. The importance of constant monitoring of the level of motivation by the head was also noted.

РОЛЬ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА

© 2024 Казаков Артур Валерьевич*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: artur42517@gmail.com

Ключевые слова: спортивные мероприятия, территориальный брендинг, имидж региона, мегасобытия, маркетинг территорий.

Данная статья посвящена исследованию роли спортивных мероприятий в развитии территориального брендинга. В работе рассмотрены особенности современной конкуренции городов, регионов и стран за ресурсы развития, а также значение сильного бренда территории как ее стратегического конкурентного преимущества. Проанализирован потенциал спортивных событий, в особенности мегасобытий международного уровня как эффективного инструмента продвижения и позиционирования территорий. На примерах Олимпийских игр 1992 года в Барселоне и чемпионата мира по футболу 2018 года в России продемонстрированы эффекты крупных соревнований для имиджа и репутации городов, их роль в трансформации идентичности мест и привлечении целевых аудиторий. Выделены и подробно охарактеризованы ключевые аспекты влияния спортивных мегасобытий на бренд территории: информационно-коммуникационный, инфраструктурный, социально-культурный. Особое внимание уделено важности системной работы по капитализации наследия спортивных мероприятий, встраиванию созданных в ходе их подготовки материальных и нематериальных активов в долгосрочную стратегию развития и продвижения принимающих городов и регионов. Определен круг потенциальных адресатов статьи, включающий как исследователей, так и практиков территориального развития и спортивного менеджмента.

В современном глобализирующемся мире конкуренция между территориями за приток инвестиций, туристов, талантов, за возможности устойчивого развития приобрела невиданные ранее масштабы и интенсивность. Города и целые страны борются за внимание и интерес целевых аудиторий, стремясь предложить им наиболее привлекательный продукт, будь то туристическая дестинация, площадка для ведения бизнеса или постоянного места жительства. В этой связи на первый план выходит задача формирования сильного, узнаваемого, позитивно окрашенного бренда территории как важнейшего нематериального актива и фактора конкурентоспособности.

* Научный руководитель – **Алексина Анастасия Олеговна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры физического воспитания, Самарский государственный экономический университет.

Под территориальным брендингом в науке понимается «целенаправленное формирование образа страны, региона или города в сознании граждан или мировой общественности»¹. Речь идет о системной деятельности по выявлению идентичности территории, ее уникальных особенностей и преимуществ, их творческой «упаковке» и трансляции вовне с целью повышения узнаваемости и привлекательности места для его существующих и потенциальных потребителей - жителей, инвесторов, туристов. Брендинг позволяет территории сформировать собственное «лицо», наполнить его позитивным содержанием и тем самым выделиться в сознании целевой аудитории на фоне конкурентов.

Одним из наиболее эффективных инструментов территориального брендинга в последние десятилетия зарекомендовало себя проведение крупных спортивных мероприятий, в особенности так называемых мегасобытий. К последним относят масштабные международные соревнования, такие как Олимпийские игры, чемпионаты мира и Европы по популярным видам спорта, престижные автогонки и теннисные турниры. Интерес к использованию спортивных мегасобытий в территориальном маркетинге обусловлен присущими им особенностями - способностью привлекать значительные ресурсы и внимание, оказывать комплексное позитивное воздействие на развитие принимающих городов и регионов.

Масштабные спортивные события создают для территории уникальную возможность заявить о себе на национальном и глобальном уровне, продемонстрировать свои достижения и потенциал огромной аудитории. Соревнования высокого уровня неизменно привлекают внимание мировых средств массовой информации, что позволяет принимающему городу получить беспрецедентное медиа-покрытие, сформировать и транслировать желаемые образы и смыслы. При этом порождаемые спортом коммуникации, как правило, носят позитивный характер: ассоциируются с праздником, самосовершенствованием, общечеловеческими ценностями. Это дает дополнительные возможности для конструирования привлекательного имиджа территории.

Наглядной иллюстрацией брендинговых эффектов спортивных мегасобытий может служить пример Олимпийских игр 1992 года в Барселоне. Олимпиада стала для города подлинной точкой перезагрузки, позволив существенно трансформировать его позиционирование на международной арене.² Стратегически интегрированная в процесс пост-индустриального развития Барселоны, Олимпиада с ее масштабными инвестиционными программами и информационными кампаниями помогла городу утвердить новую идентичность - динамичного, креативного, космополитичного, открытого будущему центра. Игры дали мощный импульс дальнейшему развитию Барселоны как глобальной туристической дестинации, став важной отправной точкой для целенаправленного формирования одного из наиболее привлекательных городских брендов Европы³.

Аналогичным образом чемпионат мира по футболу 2018 года оказал заметное влияние на имидж и репутацию российских регионов⁴. Принимавшие матчи турнира города получили возможность продемонстрировать многомиллионной аудитории болельщиков свой туристический, культурный, человеческий потенциал. Одним из наиболее ярких примеров успешной работы с наследием ЧМ-

2018 стал Саранск. Столица Республики Мордовия, не входившая прежде в туристические маршруты, сумела привлечь к себе интерес благодаря удачному сочетанию современной спортивной инфраструктуры, самобытной национальной культуры и искреннего гостеприимства жителей. Атмосфера большого праздника, сопровождавшая матчи чемпионата, создала позитивный информационный фон для продвижения Саранска и Мордовии как привлекательных направлений этнотуризма⁵.

Анализ теоретических и эмпирических исследований позволяет выделить несколько ключевых направлений влияния спортивных мегасобытий на территориальный бренд.

Во-первых, крупнейшие соревнования неизменно становятся магнитом для национальных и международных медиа, обеспечивая беспрецедентные возможности для информационного освещения принимающих городов и регионов. Масштабные пиар-кампании в прессе, интернете, на телевидении не только повышают узнаваемость территории, но и конструируют ее образ, связывая с определенными ценностями и атрибутами. При грамотном подходе подобный символический капитал может быть конвертирован в улучшение репутации и усиление бренда места.

Во-вторых, неотъемлемым следствием проведения спортивных мегасобытий является модернизация и расширение инфраструктуры принимающих территорий. Строительство современных стадионов и тренировочных баз, транспортных узлов и гостиничных комплексов не только создает базу для развития спортивной индустрии и туризма, но и преобразует архитектурный облик, меняет городскую среду. Новые знаковые объекты, возникшие благодаря соревнованиям, зачастую становятся визитной карточкой, символом города, работая на его узнаваемость в национальном и глобальном контексте⁶.

В-третьих, спортивные мегасобытия несут значимые социально-культурные эффекты для принимающих территорий. Они способствуют активизации местных сообществ, росту волонтерского движения, гражданских инициатив. Вовлекая жителей в подготовку и проведение соревнований, такие проекты усиливают локальную идентичность, чувство сопричастности и гордости за свой город или регион. Формируемая культура гостеприимства и открытости работает на привлекательность территории в восприятии посетителей, улучшает ее репутацию⁷.

При этом для получения устойчивого брендингового эффекта от спортивного мегасобытия критически важно не ограничиваться краткосрочным всплеском активности, а выстроить системную работу по управлению его наследием. Материальные и нематериальные активы, сформированные благодаря соревнованиям, будь то новые объекты или креативные идеи, широкие партнерства или активизировавшиеся местные сообщества, должны быть стратегически интегрированы в процессы развития территорий. Только в этом случае разовое событие может стать подлинным катализатором позитивных изменений, основой для построения сильного, узнаваемого и привлекательного бренда города или региона.

Подводя итог, следует подчеркнуть, что в условиях интенсивной конкуренции территорий именно нематериальные факторы, такие как имидж, репутация,

бренд выходят на первый план как ресурсы долгосрочного развития. В этом контексте проведение спортивных мероприятий, способных привлечь внимание мировой общественности, продемонстрировать открытость и готовность к позитивным изменениям, становится для городов и регионов реальным инструментом усиления своих конкурентных позиций. Системная работа по капитализации эффектов масштабных соревнований позволяет территориям получить долгосрочные преимущества, выйти на новый уровень узнаваемости и привлекательности.

Результаты данного исследования представляют ценность как для академического сообщества, так и для практиков территориального менеджмента и маркетинга. Предложенный анализ опыта использования спортивных мегасобытий для продвижения городов и регионов может быть полезен исследователям, работающим над вопросами развития теории брендинга мест. Органам власти и специалистам, ответственным за подготовку крупных соревнований, выводы статьи помогут точнее оценить и целенаправленно использовать их брендинговый потенциал. В совокупности, данная работа вносит вклад в понимание логики и механизмов стратегического управления территориями в современных условиях.

¹ Ункуров Э.Ю. Брендинг территорий: зарубежный и отечественный опыт // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. - 2021. - Т. 7. - № 1. - С. 81-87.

² Абдуллина А.В., Нуреев Р.М. Издержки и выгоды Олимпийских игр // Журнал институциональных исследований. - 2016. - Т. 8. - № 1. - С. 65-81.

³ Westerbeek H. M., Linley M. Building city brands through sport events: Theoretical and empirical perspectives // Journal of Brand Strategy. - 2012. - Vol. 1(2). - P. 193-205.

⁴ Иванова, Л. А. Социологические исследования отношений населения к проведению Чемпионата мира по футболу 2018 г / Л. А. Иванова, А. О. Алексина, П. А. Михайлова // OlymPlus. Гуманитарная версия. – 2018. – № 1(6). – С. 69-71.

⁵ Жулина М.А., Кицис В.М., Чегина О.Е. Направления влияния чемпионата мира по футболу 2018 года на развитие туризма в Республике Мордовия // Финно-угорский мир. - 2018. - Т. 10. - № 3. - С. 83-89.

⁶ Попова, А. О. Тенденции развития услуг физической культуры и спорта / А. О. Попова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 9(131). – С. 84-89.

⁷ Knott B., Fyall A., Jones I. The nation branding opportunities provided by a sport mega-event: South Africa and the 2010 FIFA World Cup // Journal of Destination Marketing & Management. - 2015. - Vol. 4(1). - P. 46-56.

THE ROLE OF SPORTING EVENTS IN THE DEVELOPMENT OF TERRITORIAL BRANDING

© 2024 Kazakov Artur Valerievich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: artur42517@gmail.com

Keywords: sports events, territorial branding, regional image, mega-events, territorial marketing.

This article is devoted to the study of the role of sports events in the development of territorial branding. The paper examines the features of modern competition between cities, regions and countries for development resources, as well as the importance of a strong territorial brand as its strategic competitive advantage. The potential of sports events, especially international mega-events, as an effective tool for promoting and positioning territories is analyzed. The effects of major competitions on the image and reputation of cities, their role in transforming the identity of places and attracting target audiences are demonstrated using the examples of the 1992 Olympic Games in Barcelona and the 2018 FIFA World Cup in Russia. The key aspects of the influence of sports mega-events on the territorial brand are highlighted and described in detail: information and communication, infrastructure, socio-cultural. Particular attention is paid to the importance of systematic work on capitalizing the legacy of sports events, integrating the tangible and intangible assets created during their preparation into the long-term development and promotion strategy of host cities and regions. The circle of potential addressees of the article is defined, including both researchers and practitioners of territorial development and sports management.

* Scientific adviser – **Aleksina Anastasia Olegovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Physical Education, Samara State University of Economics.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

© 2024 Калита Алина Дмитриевна*
студент

Самарский государственный технический университет
E-mail: alinagerd16@gmail.com

Ключевые слова: экологический риски, нефтегазовый комплекс, экономическая безопасность предприятия.

В статье определена роль экологической устойчивости предприятия в формировании экономической безопасности предприятий в нефтегазовом комплексе страны, представлены виды экологических рисков.

Обеспечение устойчивости предприятия является частью комплексной системы экономической безопасности и способствует его развитию.¹ Главной задачей на пути к достижению устойчивого развития является, в том числе, решение проблем и поиск путей минимизации экологических рисков хозяйственных субъектов РФ.

Проанализировав работы различных авторов, можно определить экологическую безопасность как соответствие природоохранной деятельности предприятия нормативным требованиям, обеспечивающим состояние защищенности человека, общества, государства и мирового сообщества от экологических рисков и их последствий.

Под экологическим риском понимают вероятность наступления события, имеющего неблагоприятные последствия для природной среды и вызванного негативным воздействием хозяйственной и иной деятельности, а также чрезвычайными ситуациями.²

Группировка экологических рисков осуществляется на основании присущих им признаков, выделяют следующие:

- промышленные риски, связанные непосредственно с деятельностью промышленных предприятий;
- агроэкологические, вызванные сельскохозяйственной деятельностью;
- риски изменения климата;
- биологические риски;
- городские экологические риски, например, урбанизация.

* Научный руководитель – **Гранкина Светлана Валерьевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный технический университет.

Так или иначе, все экологические риски можно объединить в две большие группы: природные и антропогенные.

Особенно важную роль в экономическом развитии страны играет нефтяная промышленность, деятельность которой более всего сопряжена с экологическими рисками. При планировании хозяйственной деятельности предприятий данной отрасли необходимо оценивать наносимый экологический ущерб, сокращение которого возможно путем внедрения экологически чистых технологий и разработке мер по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций.

Риски влияют на экономическую безопасность предприятий нефтегазовой отрасли. Влияние экологических рисков на финансовую составляющую заключается в уменьшении себестоимости продукции вследствие значительного экологического ущерба, а также в потерях от штрафных санкций за загрязнение окружающей среды. Большинству предприятий гораздо выгоднее соблюдать экологические требования, так как значительные нарушения могут привести к серьезным убыткам.

Угроза кадровой составляющей выражается в ухудшении здоровья работников. При отсутствии или не соблюдении норм может возникнуть текучесть кадров, снижение уровня производительности труда, в худшем случае, высокая смертность на производстве.³

Влияние экологических рисков на технологическую составляющую проявляется в существенных потерях металла и иных опасных веществ вследствие износа основных производственных фондов, что характерно и для предприятий других отраслей.⁴

В целях сокращения негативного воздействия на окружающую среду предприятиям необходимо разрабатывать осуществимую стратегию минимизации экологических рисков, повышать эффективность использования природных ресурсов за счет повторного применения, внедрять экологически чистые технологии, из чего следует необходимость повышения квалификации персонала, совершенствовать управление в области охраны окружающей среды не только через нормативный подход, но и путем установления показателей экологической устойчивости предприятия, а также осуществлять постоянный контроль и координацию деятельности в области экологии.

Эффективным методом повышения экологической устойчивости предприятия является система экологического менеджмента (СЭМ).

Внедрение СЭМ имеет ряд преимуществ сразу в нескольких сферах:

- информационно-техническая сфера;⁵
- правовая сфера;
- экономическая и финансовая сферы;
- организационная и маркетинговая сферы;⁶
- социальная и политическая сферы.

Эффективное управление экологическими рисками позволит предприятию не только соблюдать законодательство и экономить ресурсы, но и повысить свою репутацию и социальную ответственность.

Подводя итог вышесказанному под экологическим риском следует понимать возможность возникновения неблагоприятных событий вследствие отрицательного воздействия на окружающую среду.

Классификация экологических рисков может быть самой разнообразной, но в глобальном понимании выделяют два фактора экологической опасности: природный и антропогенный. Данные факторы непосредственным образом отражаются на экологической безопасности предприятия.

Для повышения экологической устойчивости российским предприятиям необходимо тщательнее изучать отрицательные аспекты воздействия на окружающую среду и минимизировать возможные экологические риски природного и антропогенного характера. Достижение данной цели возможно за счет внедрения системы экологического менеджмента

Разработка системы эффективного управления экологическими рисками является одной из важнейших стратегических задач любого предприятия. Цель данного управления – определение возможных рисков и сокращение экологического ущерба в результате его возникновения.

Эффективный процесс управления экологическими рисками обеспечивает результативную работу предприятия. В первую очередь он строится на шести последовательных этапах по идентификации, оценке и управлению данными рисками.

В зависимости от наносимого экологического ущерба предприятия вносят плату за выброс, сброс и размещение загрязняющих веществ. Частое нарушение установленных нормативов и лимитов может пагубно повлиять на прибыль компании, поэтому в интересах вышестоящего руководства проводить постоянный мониторинг для оценки характеристик риска и источников его возникновения.

Нефтегазовый комплекс России играет важную роль как в экономическом развитии страны, так и на мировом рынке. Развитие нефтегазодобывающей отрасли сопровождается рядом недостатков, так как это одна из самых экологически опасных отраслей хозяйствования.

Нефтегазодобывающая отрасль оказывает значительное влияние на изменение климата из-за значительного выброса парниковых газов, основным источником которых является процесс сжигания нефти и газа для производства энергии, а также сжигание попутного газа. Еще одной серьезной проблемой является выброс сточных вод, особенно из стареющих месторождений, где содержится большое количество нефтесодержащей воды и химикатов.

Наиболее существенными рисками являются аварийные разливы и выбросы вследствие повреждения трубопроводной системы и танкеров (при водной транспортировке).

Быстрорастущие темпы нефтегазодобывающей отрасли сопряжены с масштабными экологическими последствиями, деятельность нефтегазодобывающих предприятий характеризуется наличием существенных экологических рисков. В связи с этим государство должно уделять повышенное внимание регулированию отрасли и выдвигать ряд требований к организации работы по добыче и транспортировке нефти и ее производных.

¹ Гранкина, С. В. Современные аспекты регулирования деятельности предприятий кабельной промышленности / С. В. Гранкина, А. Р. Гиниатуллин // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 9(170). – С. 448-451.

² Козлов, В. В., Семенов, Д. К. Экологические риски и их управление. – М.: Проспект, 2024. С. 28.

³ Гранкина, С. В. Динамика производительности труда в России / С. В. Гранкина // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2024. – № 1-1. – С. 548-551.

⁴ Берсенов, В. Р. Организационно-экономические основы управления нефтегазовым комплексом России в условиях внешних ограничений / В. Р. Берсенов, Е. Д. Шпак, С. В. Гранкина // Столыпинский вестник. – 2023. – Т. 5, № 10.

⁵ Гранкина, С. В. Современные аспекты регулирования деятельности предприятий Гранкина, С. В. Воздействие цифровых решений на устойчивый экономический рост промышленного предприятия / С. В. Гранкина, С. А. Серегин // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 9(158). – С. 905-908.

⁶ Моргина, Е. С. Направления совершенствования комплекса маркетинга предприятия / Е. С. Моргина, С. В. Гранкина // Наука и творчество: вклад молодежи : Сборник материалов всероссийской молодежной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Махачкала, 11–12 ноября 2020 года. – Махачкала: Типография ФОРМАТ, 2020. – С. 269-272.

ENVIRONMENTAL RISKS OF OIL AND GAS ENTERPRISES

© 2024 Kalita Alina Dmitrievna*

Student

Samara State Technical University

E-mail: alinagerd16@gmail.com

Keywords: environmental risks, oil and gas complex, economic security of the enterprise.

The article defines the role of environmental sustainability of an enterprise in shaping the economic security of enterprises in the country's oil and gas complex, and presents the types of environmental risks.

* Scientific adviser – **Grankina Svetlana Valeryevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State Technical University.

АНАЛИЗ АКТУАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ И ПРОБЛЕМ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2024 Карпова Полина Артемовна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: polly.k00@mail.ru

© 2024 Дождева Елена Евгеньевна
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: dozhdeva69@mail.ru

Ключевые слова: налоговая система, налогоплательщик, налоговая политика государства, налогообложение, бюджет РФ.

Статья посвящена анализу актуального состояния налоговой системы, по результатам которого определены современные проблемы в системе налогообложения. Предложены приоритетные направления развития налоговой системы Российской Федерации с целью повышения эффективности и результативности современного налогового администрирования. По результатам оценки налоговых поступлений по разным уровням бюджета РФ определена тенденция роста объема налоговых платежей за счет внедрения цифровых технологий в налоговую систему.

На протяжении всего существования цивилизаций государство оказывает весомое влияние на состояние экономики. В различных научных публикациях указывается, что актуальная политика государства в сфере экономики выражается через способы и уровень воздействия на различные экономические процессы, которые реализуются в стране.¹ И одним из главных методов влияния государства на экономику является налогообложение. На данный момент, налоги представляют собой важнейший инструмент государственного регулирования, благодаря которому происходит пополнение бюджета страны, который в свою очередь позволяет органам государственного и муниципального самоуправления эффективно функционировать и реализовывать свои полномочия. Следовательно, на темпы развития экономики страны и успешность достижения различных задач внутри страны влияет эффективность работы налоговой системы.

Предметом данного научного исследования являются определение проблем налоговой системы Российской Федерации и анализ изменения объемов налоговых поступлений за аналогичные периоды времени. Необходимо повышать эффективность деятельности налоговой системы России, так как от результатов ее работы во многом зависят темпы развития страны в целом. Актуальность выбранной проблемы заключается в том, что налоговая система, которая существует на

данный момент, не всегда способствует эффективному развитию рыночных отношений и соответствует экономическому и социальному вектору развития России.

Сбор налогов позволяет перераспределять, поступающие в бюджет страны денежные средства, что дает возможность реализовывать следующие процессы²:

- Сокращать разрыв между слоями населения, в том числе и к доступу к различным благам;

- Сглаживать процесс протекания экономических кризисов;

- Снижать объем теневого фонда экономики;

На данный момент, в современном обществе в работе налоговой системы Российской Федерации выделяются следующие проблемы³:

- Чрезмерное количество налоговых льгот, приводящее к потере бюджетных средств;

- Неравномерное распределение налоговой нагрузки по сферам экономики;

- Существование налогоплательщиков, уклоняющихся от уплаты налогов, что снижает налоговые поступления;

- Увеличение налоговых поступлений за счет роста налогов на доходы предприятий, что вызывает торможение развитие предпринимательской деятельности;

- Ошибки в формировании суммы налоговых платежей из-за противоречивости налогового законодательства;

Для решения проблем в налоговой системе Российской Федерации предложены следующие приоритетные направления развития:

1. Уменьшение количества различных нормативных актов по налоговому законодательству, что приведет к формированию стабильной основы для деятельности различных субъектов экономики РФ.

2. Создание более прозрачных, объективных, обоснованных и однозначных трактовок в НК РФ, что приведет к более простым подсчетам итоговой суммы, которую необходимо внести в казну РФ.

3. Своевременное внедрение новых законодательных актов и отмена устаревших норм будет способствовать улучшению экономической обстановки в стране. Необходимость в отмене устаревших налоговых правил объясняется тем, что они могут не отражать современные методы ведения бизнеса и порядок уплаты налогов⁴. Это вызывает неопределенность среди налогоплательщиков и увеличивает вероятность привлечения к налоговой ответственности в ходе налоговых проверок.

4. Переход от карательных функций налогового администрирования к предупреждающим и предварительным мероприятиям налогового контроля. Это позволит эффективно снизить объем налоговых нарушений.

На данный момент, система РФ в сфере налогов представляет собой совокупность налогов, пошлин и сборов. Все они применимы к конкретной территории на Федеральном, региональном и местных уровнях. Российская налоговая система состоит из трех уровней, как обозначено в табл. 1.

Уровни налоговой системы в Российской Федерации⁵

Уровень налоговой системы	Виды налогов
Федеральный уровень (ст. 13 НК РФ)	1. Налог на добавленную стоимость 2. Акцизы 3. Налог на доходы физических лиц 4. Налог на прибыль организаций 5. Налог на добычу полезных ископаемых 6. Водный налог 7. Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов 8. Государственная пошлина 9. Налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья 10. Налог на сверхприбыль
Региональный уровень (ст. 14 НК РФ)	1. Налог на имущество организаций 2. Налог на игорный бизнес 3. Транспортный налог
Местный уровень (ст. 15 НК РФ)	1. Земельный налог 2. Налог на имущество физических лиц 3. Торговый сбор

В дополнении к этому, Налоговый кодекс Российской Федерации включает в себя специальные режимы налогообложения. В соответствии со статьей 18 НК РФ, некоторые группы налогоплательщиков имеют возможность уплачивать налоги по льготной схеме. К специальным налоговым режимам относят:

- Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог);
- Упрощенная система налогообложения;
- Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции;
- Патентная система налогообложения;
- Налог на профессиональный доход;
- Автоматизированная упрощенная система налогообложения;

Оценим объем поступлений налоговых платежей по уровням бюджетов за январь- май 2023-2024гг. (табл. 2).

Исследовав поступления по различным уровням бюджета в период с января по май 2023-2024 годы, было установлено, что объем федерального бюджета России возрос на 1,6 триллиона рублей. В то же время, консолидированные бюджеты регионов Российской Федерации уменьшились на 0,5 триллиона рублей. Напротив, бюджеты государственных внебюджетных фондов продемонстрировали рост на 0,6 триллиона рублей. Таким образом, консолидированный бюджет РФ за январь-май 2023-2024 годы увеличился на 1,7 трлн рублей.

Таблица 2

Поступления по уровням бюджета за январь-май 2023-2024гг⁶

Вид бюджета	Январь - май, трлн руб.		
	2023 г.	2024 г.	Темп, %
Федеральный бюджет	8,5	10,1	118,8
Консолидированные бюджеты субъектов РФ	7,6	7,1	93,4
Бюджеты государственных внебюджетных фондов	4,5	5,1	113,3
Всего	20,6	22,3	108,3

Также необходимо рассмотреть динамику поступления налоговых обязательств по уровням бюджета за январь-май 2023-2024гг., которая отображена на рисунке.



Рис. Динамика поступления по уровням бюджета за январь-май 2023-2024гг.

Изучая изменения в поступлениях различных уровней бюджета за период с января по май 2023-2024 годов, следует отметить, что общий объем бюджета Российской Федерации возрос на 8,3%. Федеральный бюджет, в свою очередь, увеличился на 18,8%, консолидированные бюджеты субъектов РФ сократились на 6,6%, а бюджеты государственных внебюджетных фондов увеличились на 13,3% в январе-мае 2024 года по сравнению с аналогичным периодом в 2023г.

В табл. 3 представлены данные о поступлениях различных налогов в бюджет РФ за период с 1 января по 31 мая в 2023 и 2024 годах.

Согласно данным, представленным в табл. 3, за период с января по май 2024 года поступления от НДС уменьшились на 5,6%, что равно 0,2 триллиона рублей, по сравнению с тем же периодом 2023 года. В течение этого периода поступления налога на прибыль уменьшились на 19,5%, что составило снижение на 0,8 триллиона рублей. В период с января по май 2023-2024 гг. поступления по налогу на добычу полезных ископаемых увеличились на 48,6% или на 1,8 трлн рублей. В период с января по май 2024 года доходы от НДФЛ возросли на 0,05 трлн рублей,

что составляет 2% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. В то же время, поступления от налогов на имущество снизились на 2,6%, что эквивалентно сокращению на 0,02 трлн рублей. Поступления от других налогов и сборов, в свою очередь, возросли на 69,2%, что составляет 0,9 трлн рублей.

Таблица 3

Поступления в бюджет Российской Федерации по различным налоговым категориям за период с января по май 2023-2024 годов

Виды налогов	Январь-май, трлн руб.		
	2023 г.	2024 г.	Темп, %
НДС	3,6	3,4	94,4
Налог на прибыль	4,1	3,3	80,5
НДФЛ	2,55	2,6	102
Имущественные налоги	0,78	0,76	97,4
НДПИ	3,7	5,5	148,6
Остальные налоги и сборы	1,3	2,2	169,2

В заключение можно сделать вывод о том, что налоговая система России- основа для реализации государственных функций, а также представляет собой важнейший источник пополнения бюджетов РФ разных уровней. Следовательно, в Российской Федерации необходимо продолжать использовать различные методы для повышения эффективности работы налоговой системы, а именно: введение новых форм налогового контроля, реформирование действующей системы налоговых льгот и вычетов, внедрение новых цифровых технологий в налоговые администрирование.

¹ Крохин К. А. Генезис налогообложения в России / Наука и современность. 2015. №2. С. 201-203.

² Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2024 год. / Москва. URL: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2023/09/main/ONBNiTP__2024-2026.pdf?ysclid=m10feqng16511136387 (дата обращения: 14.09.2024)

³ Шадурская М. М. Налоговая система Российской Федерации / Уральский федеральный университет, 2020

⁴ Дождева Е. Е. Цифровая трансформация налогового администрирования в РФ / Экономика и предпринимательство. 2023. № 3 (152). С. 119-122.

⁵ Налоговый Кодекс РФ / URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ab54b1f6e016638e006428e90971b05636b17cbf/ (дата обращения: 14.09.2024)

⁶ Федеральная налоговая служба. Налоговая аналитика / URL: <https://analytic.nalog.gov.ru/> (дата обращения: 14.09.2024)

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND PROBLEMS OF THE TAX SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Karpova Polina Artemovna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: polly.k00@mail.ru

© 2024 Dozhdeva Elena Evgenievna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: dozhdeva69@mail.ru

Keywords: tax system, taxpayer, state tax policy, taxation, budget of the Russian Federation.

The article is devoted to the analysis of the current state of the tax system, based on the results of which modern problems in the taxation system are identified. Priority areas for the development of the tax system of the Russian Federation are proposed in order to improve the efficiency and effectiveness of modern tax administration. Based on the results of the assessment of tax revenues at different levels of the Russian budget, a trend of growth in the volume of tax payments due to the introduction of digital technologies into the tax system was identified.

ОМНИКАНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

© 2024 Кириллова Лариса Константиновна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kirillova.sseu@mail.ru

Ключевые слова: маркетинг, омниканальный маркетинг, цифровой маркетинг, инструменты коммуникаций, интегрированные коммуникации.

В статье раскрывается сущность омниканального маркетинга и предпосылки его становления. На основе обобщения теоретических положений, представлены основные принципы развития омниканального маркетинга, обобщены преимущества для розничных предприятий и конечных потребителей. Сформулированы условия успешной реализации модели омниканального маркетинга и перспективы дальнейшего развития.

Продажи являются завершающей стадией реализации потребительской ценности продукта и влияют на рентабельность бизнеса. Организация продаж становится важнейшим условием обеспечения устойчивости бизнеса через создание лояльной группы потребителей. Лояльность потребителей выступает условием устойчивой конкурентоспособности организации, а для поддержания лояльности клиентов ведется постоянный поиск новых инструментов и технологий, к числу которых в настоящее время относят омниканальный маркетинг.

Омниканальный маркетинг впервые упоминается с 2003 года в мировой практике, когда была создана единая, пополняемая база данных о клиентах в розничной торговле США. Позже омниканальный маркетинг стал применяться в сфере финансовых услуг и здравоохранении для взаимодействия с клиентами как в онлайн так и в офлайн -формате. Основа омниканального маркетинга это накопление данных о покупках потребителей, независимо от выбранного формата розничной торговли для создания персонализированного взаимодействия покупателя с продавцом.

Предпосылкой развития омниканального маркетинга является повсеместное развитие цифровизации и сопутствующих этому технологий сбора, обработки и анализа покупательского поведения. Сбор данных осуществляется благодаря цифровому следу, который оставляет покупатель при взаимодействии с сайтом организации, электронным каталогом продавца, поиском товаров в социальных сетях и на маркетплейсах, использования мобильных приложений продавцов, оплатой товаров с помощью банковских карт. Важнейшим отличием омниканальных продаж становится интеграция каналов взаимодействия с клиентом и создание единой маркетинговой политики в разрезе комплекса маркетинга, а

также решений в области кадровой, финансовой, организационной политики, направленной на интегрированное взаимодействие с клиентом до момента совершения покупки.

Оmnikanальное взаимодействие требует от организации наличия центра сбора и хранения информации, позволяющее систематизировать данные о поведении конкретного покупателя и создавать набор персональных рекомендаций для повторных покупок. Так появился термин оmnikanальный контактный центр, задачи которого включают поддержание устойчивой лояльности клиентов, взаимодействие с клиентами в разных формах и на разных цифровых платформах, упрощение процессов выбора товаров. «Лояльность потребителей относится к числу наиболее важных условий выстраивания прочных взаимоотношений с клиентами, которая позволяет иметь стабильные продажи, сокращает затраты на привлечение новых клиентов, помогает успешно противостоять конкурентным стратегиям»¹

Создание первого контактного центра оmnikanальных продаж относят к 2010 году, когда на практике стал применяться интегратор поддержки разных каналов продаж для коммуникации покупателей с продавцом. Важнейшими элементами инфраструктуры оmnikanального контактного центра стало внедрение системы CRM и IVR, что позволило наладить коммуникацию с клиентами в процессе совершения покупок на разных платформах, интегрируя онлайн и офлайн покупки, текстовые сообщения и электронные письма. При таком взаимодействии продавца и покупателя стираются границы между разными каналами продаж, но необходимая информация о покупательском поведении накапливается и становится основой персональных рекомендаций.

Реализация оmnikanального маркетинга подразумевает изменения в структуре инструментов коммуникаций и активного использования наряду с офлайн-представительствами и онлайн-ресурсов: сайта, чата в социальных сетях, мобильных приложений в смартфонах и прочих устройствах. Наличие множества каналов коммуникаций с покупателем означает участие специалистов разного профиля деятельности в действиях по удержанию внимания клиентов, стимулированию продаж. Цель такого комплексного коммуникационного взаимодействия обеспечить покупателю совершение покупки в наиболее удобное время, в выбранном месте продаж.

Активное развитие онлайн-торговли в период распространения коронавирусной инфекции в мире (2020-2022), вынужденное обращение покупателей к дистанционным форматам торговли, сформировало новый покупательский опыт, открыло преимущества розничной торговли. Масштаб совершаемых онлайн-сделок купли-продажи в рознице повысил прибыльность таких операций, привел к развитию маркетплейсов, служб доставки и формированию приверженности потребителей к электронным каналам продаж. «Выручка продавцов от продаж на маркетплейсах за 2023 г. увеличилась на 39,4% по сравнению с предыдущим годом»² Однако следует иметь в виду, что наличие онлайн-торговли не означает использование оmnikanального маркетинга, если не производится персонализация взаимодействия с клиентом.

Омниканальные продажи позволяют накапливать информацию обо всех действиях покупателя от первого обращения до совершения покупки и это становится ключевой характеристикой омниканальности. Омниканальные продажи обеспечивают выгоды всем участникам, гарантируя реализацию основного принципа маркетинга.

На основе вышесказанного можно определить омниканальные продажи в качестве многоканального распределения товаров в рознице на основе интегрированных коммуникаций с клиентом и возможностями свободного перехода между каналами в целях повышения удовлетворенности от взаимодействия с продавцом. Омниканальные продажи следует рассматривать как элемент омниканального маркетинга, ориентированного на обеспечение доступности товаров потребителям в розничной торговле. Тогда омниканальный маркетинг является производственно-хозяйственной и научно-технической деятельностью организации, направленной на удовлетворение запросов потребителей на основе обмена с использованием интегрированных цифровых технологий и сервисов взаимодействия партнеров.

Следует выделить ряд ключевых особенностей организации омниканального маркетинга:

- Индивидуальный подход к выбору клиентом способа взаимодействия с компанией;
- Возможности покупателя свободного перехода на разные каналы продаж в рамках отдельной сделки;
- Использование продавцом персональных данных клиента независимо от канала взаимодействия;
- Доступность продавцу истории покупательских действий клиента и точная его идентификация;
- Создание полной базы данных о покупательском поведении;
- Интеграция всех процессов управления продажами, включая поддержание наличных запасов в разных точках продаж, мерчендайзинг, послепродажное обслуживание потребителей.

Перечисленные признаки омниканального маркетинга реализуются вследствие развития IT-технологий, доступности цифровых сервисов оформления заказов, разработки персональных стратегий коммуникаций на основе накопленных данных о покупательском поведении. Успешность реализации омниканального маркетинга опирается на ряд принципов³ представленных в табл. 1.

Указанные принципы омниканальности реализуются в сфере розничной торговли, позволяют улучшить взаимодействие и повысить качество обслуживания клиентов, увеличить уровень лояльности потребителей, ускорить процесс обработки заказа и его исполнения.

Однако, внедрение омниканального маркетинга сопряжено с высокими затратами на организацию IT-инфраструктуры и создание интегрированного взаимодействия различных каналов продаж для поддержания свободного перехода покупателей при совершении сделки.

Принципы организации омниканального маркетинга

Принцип организации	Характеристика принципа
Удержание клиентов	Увеличенная длительность коммуникаций покупателя с электронными ресурсами и прочими цифровыми каналами коммуникаций в процессе поиска и покупки товара
Согласованность и взаимодействие	Все подразделения компании, участвующие в реализации омниканальных продаж, вступают во взаимодействие с клиентом и контролируют передачу сообщений
Минимизация усилий клиента	Создание сервисов на электронных площадках, упрощающих процесс отбора, сравнения товаров, подбора возможных вариантов исполнения товаров
Оптимизация	Расширение числа используемых каналов продаж при соблюдении экономической целесообразности поддержания функционирования канала с учетом охвата потребителей и затрат на обслуживание клиентов

В обобщенном виде внедрение омниканального маркетинга требует учета ряда важных условий:⁴

- необходимо внедрение цифровой аналитики процессов продаж для постоянного мониторинга перемещений клиентов между разными платформами;
- потребуются трансформация операционной деятельности бизнеса с учетом многоканального распределения и интегрированного взаимодействия;
- показатели эффективности деятельности персонала должны быть адаптированы к достижению целей удовлетворенности клиентов;
- создание единой базы хранения больших данных потребует внедрения ИТ-инфраструктуры, необходимой также для непрерывной передачи сообщений от клиентов по разным каналам продаж;
- реализация маркетинговой стратегии омниканальных продаж требует четкого распределения алгоритмов действий маркетологов в процессе взаимодействия с клиентами;
- необходима обоснованная модель распределения бюджета на функционирование омниканальной стратегии продаж, обеспечивающая рентабельность;
- требуется создание карты путешествия клиента, отражающая идеальный путь к совершению сделки.

В условиях цифровизации экономики при реализации маркетинговых целей особое место придается покупательскому опыту клиента и анализу точек контакта в ходе омниканальных продаж. Многочисленные точки взаимодействия с товарами продавцов, доступные благодаря цифровым технологиям, формируют внутреннее отношение покупателя и готовность взаимодействовать с ним в дальнейшем. Это означает необходимость поддержания общих стандартов обслуживания клиентов в разных каналах продаж, увеличивая лояльность клиентов и понимание удобства использования интегрированных точек взаимодействия.

На сегодняшний день к категории точек контакта клиента и организации принято относить: взаимодействие с брендом, взаимодействие с партнерами бренда,

личный опыт покупателя в процессе приобретения товара, социальные и внешние точки контакта. Взаимодействие продавца и покупателя происходит в условиях постоянного перехода от офлайн к онлайн-каналам продаж, осуществляемых без особых физических усилий, что увеличивает риск переключения на другие бренды, стимулирует поиск более выгодных предложений.

Развитие омниканальных продаж в розничной торговле приводит к расширению использования цифровых инструментов для сбора данных о товарных предложениях на рынке. Интернет-магазины, маркетплейсы и онлайн-каталоги становятся основой для сбора данных о товарах, а решение о покупке принимается с учетом наиболее выгодных условий по цене, условиям доставки, получения бонусов. «Все началось с таких видов продвижения как: контекстная реклама, баннерная реклама, поисковое продвижение»⁵. Послепродажное обслуживание также имеет быструю обратную связь на возможные недостатки в товаре благодаря цифровым сервисам взаимодействия продавца и покупателя, что повышает уровень лояльности клиентов. Таким образом ключевым источником знаний о клиенте становится цифровой след покупательского пути, новые возможности сегментации рынка и создание персонализированных предложений.

Омниканальная модель маркетинга имеет хорошие перспективы развития, поскольку обеспечивает преимущества всем участникам, как розничным предприятиям, так и конечным потребителям, что представлено в табл. 2.

Таблица 2

Преимущества омниканальной модели взаимодействия продавца и покупателя

Преимущества для розничных предприятий	Преимущества для конечных потребителей
Рост объемов продаж за счет круглосуточного доступа к ассортименту	Круглосуточный доступ к информационным ресурсам о товарах и условиях продаж
Формирование единой базы истории покупок клиентов	Возможность совершения покупок в разных каналах продаж
Возможность анализа поведения покупателей при переходах на разные каналы продаж	Выбор времени покупки и способа получения товара
Разработка персональных рекомендаций клиентам на основе истории покупок	Наличие альтернативных способов оплаты товаров
Эффективные рекламные стратегии, таргетированная реклама	Доступность персональных предложений на основе истории покупок
Повышение уровня удовлетворенности клиентов от взаимодействия с продавцом на разных платформах продаж	Возможность получения быстрого ответа на рекламации по товарам
Повышение лояльности потребителей и повторные покупки	Получение покупательского опыта

Омниканальный маркетинг получил распространение благодаря развитию цифровых технологий, созданию новых каналов коммуникаций и взаимодействию участников рынка. При этом следует предварительно, учесть важность раз-

работки многоканальной стратегии распределения товаров, создания эффективной системы передачи товаров в направлении конечного потребителя, отвечающей целям получения прибыли. Конечным звеном такой системы каналов сбыта является розничная торговля, которая в современных условиях может осуществляться в разных форматах, с применением всего инструментария цифровых технологий. Именно на этапе розничных продаж выявляются покупательские предпочтения в способах совершения покупок, выборе каналов коммуникаций. Это потребует пересмотра традиционных каналов коммуникации и внедрения автоматизированной системы сбора и обработки данных о покупательском опыте, создании единого стандарта взаимодействия с покупателями в разных точках контакта, назначение ответственных специалистов за интегрированные коммуникации с покупателями.

При этом следует учесть некоторые сложности с внедрением омниканального маркетинга⁶.

Во-первых, это проблема недостаточного объема данных в системе розничной торговли. Сбор большого массива данных по разным каналам продаж требует инвестиций в разработку соответствующей ИТ-инфраструктуры, без использования которой трудно анализировать пути клиентов к совершению покупки, выстраивать коммуникации при переходе в разные каналы продаж, создавать персональные рекомендации и влиять на лояльность потребителей.

Во-вторых, возникают организационные проблемы четкого взаимодействия сотрудников, курирующих офлайн и онлайн продажи, соперничество за достижение объемов продаж и распределение рекламного бюджета, сложности многоканальных коммуникаций с покупателями.

В-третьих, необходимо регулярное обучение персонала технике маркетинговой деятельности в цифровом пространстве, приоритетном развитии цифровых каналов коммуникации и их интегрированном использовании.

В-четвертых, формирование ассортимента розничного предприятия при внедрении омниканальных продаж требует согласованного подхода к наличию всех товарных позиций в разных каналах продаж. Если используется децентрализованный подход к созданию ассортимента в разных каналах продаж, то у покупателя могут возникнуть сложности с переходом между каналами при выборе товара.

В-пятых, потребуется единая ценовая политика и стимулирование омниканальных продаж, что сложно реализуется при децентрализованной системе поддержания ассортимента в каналах сбыта.

Однако, указанные недостатки могут быть преодолены при наличии обоснованного подхода к внедрению омниканальных продаж в условиях активного использования покупателями цифровых сервисов и платформ, формированию персонального подхода к удовлетворению запросов клиентов, повышению качества обслуживания с учетом сложившейся структуры конкуренции и конкурентных преимуществ.

¹ Кириллова, Л. К. Лояльность потребителей сферы услуг: методический аспект / Л. К. Кириллова // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 2(139). – С. 877-880. – DOI 10.34925/EP.2022.139.2.168. – EDN VELYAA.

² Васильев, В. Н. Развитие экосистемы электронной торговли в России / В. Н. Васильев, И. В. Яхнеева // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2024. – № 1-1. – С. 481-485. – EDN ASMWDP.

³ Санникова, К. А. Теоретические аспекты перехода компаний розничной торговли от мультиканальной к омниканальной модели / К. А. Санникова, Е. В. Шевякова // Modern Science. – 2020. – № 6-1. – С. 187-197. – EDN KUVQGH.

⁴ Казаренкова, Н. П. Омниканальный подход к обслуживанию клиентов в условиях цифровой экономики / Н. П. Казаренкова, Э. В. Биктагирова, Н. Ю. Ершов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2023. – Т. 13, № 3. – С. 65-75. – DOI 10.21869/2223-1552-2023-13-3-65-75. – EDN RGVUDJ.

⁵ Юдакова, О. В. SMM-стратегия как механизм развития бизнеса в интернет-среде / О. В. Юдакова, Е. П. Жегульская // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей XVII Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х частях, Самара, 22 марта 2024 года. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2024. – С. 231-234. – EDN FTLBFL.

⁶ Аренков, И. А. Омниканальность в управлении покупательским опытом / И. А. Аренков, Я. М. Шагиева // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 2. – С. 357-370. – DOI 10.18334/ce.13.2.39788. – EDN YZMQQP.

OMNICHANNEL MARKETING: FACTORS OF FORMATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

© 2024 Kirillova Larisa Konstantinovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: kirillova.sseu@mail.ru

Keywords: marketing, omnichannel marketing, digital marketing, communication tools, integrated communications.

The article reveals the essence of omnichannel marketing and the prerequisites for its formation. Based on the generalization of theoretical provisions, the basic principles of the development of omnichannel marketing are presented, the advantages for retail enterprises and end consumers are summarized. The conditions for the successful implementation of the single-channel marketing model and prospects for further development are formulated.

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОМ «ПРИВЛЕЧЕНИЕ ДЕПОЗИТОВ» В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

© 2024 Кирина Юлия Александровна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: iulyakirina11@gmail.com

Ключевые слова: бизнес-процесс, банковские риски, депозитные ресурсы, банковские продукты, ликвидность.

Статья посвящена раскрытию сущности бизнес-процесса «Привлечение депозитов». Рассмотрены этапы бизнес-процесса «Привлечение депозитов» коммерческого банка. Дана характеристика рисков, возникающих в процессе управления данным бизнес-процессом.

Процессный подход в управлении коммерческим банком в настоящее время является наиболее востребованным. Данному подходу посвящены исследования ряда специалистов, а именно: Т. А. Алабиной, И. Г. Грентиковой и А. А. Юшковской¹, Ю.А. Кабаковой², Е.Г. Куртяковой³, Е. С. Плитова и С. И. Ильиной⁴, А.А. Попкова⁵ и других.

Само понятие «процесс» в соответствии с международным стандартом ISO 9000-2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь» можно трактовать как любую единичную или комплексную деятельность, при которой ресурсы преобразовываются во выходы. Определений «бизнес-процесса» существует огромное множество. Наиболее общим из них можно считать следующее: «комплекс последовательных действий, которые повторяются раз за разом и создают экономические ценности как для внутренних, так и для внешних пользователей»². Разделяем мнение, что «процесс управления депозитными операциями представляет собой комплекс мероприятий, направленных на эффективное использование свободных денежных ресурсов, в том числе в качестве кредитных средств, в целях поддержания депозитного портфеля на требуемом уровне»⁴.

Первым этапом в данном процессе является привлечение клиентов, которые готовы вложить свои денежные средства в конкретный коммерческий банк. Это означает, что он выигрывает конкуренцию у других подобных кредитных организаций. Для этого банк разрабатывает множество депозитных продуктов, в том

* Научный руководитель – **Маняева Вера Александровна**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

числе и привилегии, чтобы охватить как можно большую категорию клиентов, осуществляя рекламные кампании и т. д.

Вторым этапом является оценка депозитов, так как каждый клиент и его финансовые возможности индивидуальны, то банку необходимо анализировать возможные риски по досрочному возврату депозитов, определять возможные сроки и условия размещения привлеченных ресурсов, исходя из максимального уровня процентной маржи, которая является банковским доходом.

После анализа рисков наступает третий этап - это управление депозитами. На данном этапе также ведется мониторинг за возможными рисками и изменениями в предложениях конкурентов, рыночных условий касательно

Последним этапом является непосредственное обслуживание клиентов, что включает в себя различные консультации касательно линейки депозитов, их условий привлечения, что необходимо для выбора самого подходящего депозитного продукта. После окончания срока депозита банк гарантирует выплату процентов, а также предоставляет все необходимые выписки по депозитному счету.

Представленные выше этапы бизнес-процесса «привлечение депозитов» имеют своей целью удовлетворение интересов двух сторон: как самих клиентов, так и рассматриваемых кредитных организаций. Кроме того, важными задачами для банка являются эффективное использование привлеченных средств и максимизация процентной маржи. Для достижения обозначенных выше целей банковским организациям необходимо правильно управлять рисками, возникающими при депозитных операциях, которые, в свою очередь, оказывают значительное влияние на показатели финансовой устойчивости и, как следствие, на интересы клиентов. Как справедливо замечено, что «основные виды рисков, возникающих при управлении бизнес-процессом «привлечение депозитов» следующие: риск снижения ликвидности; процентный риск; кредитный риск; рыночный риск; операционный риск»³.

Дадим краткую характеристику каждому виду риска.

Риск снижения ликвидности является также важным фактором в процессе управления депозитами, так как банк обязан поддерживать ликвидные активы на таком уровне, чтобы была возможность выполнения своих обязательств. Для управления ликвидность банки создают резервы, открывают кредитные линии или осуществляют необходимые операции на рынке ценных бумаг.

В нестабильных рыночных условиях большую вероятность наступления имеет процентный риск, возникновение которого обусловлено изменением процентных ставок. В настоящее время ЦБ РФ проводит политику поддержания курса рубля и снижения темпов инфляции, что, как правило, проявляется в изменении ключевой ставки, которая, в свою очередь, предопределяет ставки привлечения депозитов и предоставлении кредитов. Коммерческие банки вынуждены проводить гибкую процентную политику по активным и пассивным операциям.

Наиболее чаще встречающимся риском является кредитный, который подразумевает под собой ситуации, когда клиенты не выполняют свои обязательства, предусмотренные кредитным договором. Это может привести к невыполнению банком своих обязательств по возврату привлеченных депозитов. Для устранения

подобных ситуаций или снижения рисков потери ликвидности банк проводит анализ финансового состояния клиента, его кредитоспособность. При сомнениях в финансовых возможностях банк могут потребовать дополнительное обеспечение в виде залога или поручительства.

Как было отмечено выше, в настоящее время сложно делать прогнозы на долгосрочный период, так как рыночные условия достаточно нестабильны, вследствие чего возникает рыночный риск. Особенно сложны прогнозы касательно привлечения валютных депозитов. Для управления данным риском необходим сбалансированный подход по диверсификацию депозитного портфеля в иностранных валютах.

Наиболее часто встречающийся риск является операционный. Он возникает из-за возможных ошибок и технических ошибок, ситуаций мошенничества и иных непредвиденных событий, возникающих в операционной деятельности коммерческого банка. Для минимизации ущерба каждая банковская организация разрабатывает специализированные системы, предназначенные для контроля и мониторинга рисков. Кроме того, в случае более серьезных потерь для их смягчения могут создаваться резервы или часть активов подлежит страхованию.

Таким образом, в рыночных условиях в деятельности коммерческих банков возникают рискованные ситуации, поэтому им необходимо постоянно контролировать их уровень и принимать меры по управлению рисками, что также способствует обеспечению безопасности средств, размещенных клиентами на депозитных счетах. На практике используют различные инструменты, такие как: «информационные системы; аналитические инструменты; мобильные программы; автоматизированные банкоматы; интернет-банкинг»⁵.

В каждой банковской организации разработаны специальные системы, аккумулирующие всю необходимую информацию для управления депозитными операциями. Благодаря им процессы начисления процентов, учета, закрытия и открытия привлеченных средств осуществляются автоматически. Это также обеспечивает выполнение всех правил банка, соответствующих формальностей и политики, однако в их функционировании могут возникать технические ошибки, что обуславливает рост вероятности возникновения операционного риска. Располагая подобной информацией, банк использует также различные аналитические инструменты для выявления тенденций и предпочтений клиентов при привлечении средств, что впоследствии будет учтено при разработке стратегии управления депозитами.

Также в условиях развития технологий появляется возможность получать банковские услуги как с помощью сайтов, так и мобильных приложений. Благодаря им клиенты могут дистанционно открывать и закрывать депозитные счета, получать информацию о процентных ставках и выплатах, то есть управлять своими размещенными средствами в коммерческом банке.

Управление бизнес-процессом «привлечение депозитов» в коммерческом банке имеет важное значение, так как, во-первых, привлечение денежных средств в депозиты является основным источником проведения активных операций; во-вторых, оно тесно связано с управлением ликвидностью банка, так как депозит-

ные средства по срокам и стоимости должны быть увязаны со срочностью и платностью проводимых активных операций; в-третьих, осуществление активных и пассивных операций должно быть нацелено на получение положительного финансового результатами между процентными доходами и расходами, так как банковская деятельность должна обеспечивать пополнения бюджетов всех уровней налогами и выплату дивидендов собственникам банка; в-четвертых, основное предназначение коммерческих банков - это превращение неработающих денежных средств в работающие, путем проведения рациональной депозитной и кредитной политики.

Таким образом, управление бизнес-процессом «привлечение депозитов» является важной частью в деятельности банка, что обусловлено тем, что они выполняют множество задач: от управления рисками до контроля за ликвидностью. Помимо этого, соответствующие средства являются основным источником для постоянного совершенствования ассортимента банковских услуг и продуктов, расширения своей деятельности, удовлетворения все большего спектра потребностей клиентов, поддержания стабильности функционирования банковского сектора экономики.

¹Алабина, Т. А. Банковский менеджмент : учебное пособие для вузов / Т. А. Алабина, И. Г. Грентикова, А. А. Юшковская. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 107 с.

²Кабакова, Ю. А. Виды и проблемы реализации бизнес-процессов в банковской деятельности / Ю.А. Кабакова // Бизнес-образование в экономике знаний. 2016. №2 (4).- С. 36-38.

³Куртякова, Е. Г. Управление операционными рисками в условиях цифровизации банков / Е. Г.Кабакова Юлия Андреевн Куртякова // Инструменты и механизмы устойчивого инновационного развития : сборник статей Международной научно-практической конференции, Таганрог, 25 декабря 2022 года. Том Часть 2. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2022. – С. 98-101.

⁴Плитов, Е. С. Управление бизнес-процессами коммерческого банка / Е. С. Плитов, С. И. Ильина // Аналитические инструменты коммерческих организаций в инновационной экономике : Сборник научных трудов круглого стола, посвященного юбилейному году РГУ им. А.Н Косыгина, Москва, 14 мая 2020 года / Под редакцией А.В. Генераловой. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2020. – С. 207-211.

⁵Попкова, А. А. Цифровые технологии как важный инструмент повышения эффективности управления бизнес-процессами коммерческого банка / А. А. Попкова // Фундаментальные и прикладные исследования. Актуальные проблемы и достижения : сборник статей всероссийской научной конференции, Санкт-Петербург, 11 октября 2022 года. – Санкт-Петербург: Частное научно-образовательное учреждение дополнительного профессионального образования Гуманитарный национальный исследовательский институт «НАЦРАЗВИТИЕ», 2022. – С. 48-50.

MANAGING THE BUSINESS PROCESS OF «ATTRACTING DEPOSITS» IN A COMMERCIAL BANK

© 2024 Kirina Iulya Alexandrovna*
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: iulyakirina11@gmail.com

Keywords: business process, banking risks, deposit resources, banking products, liquidity.

The article is devoted to the disclosure of the essence of the business process «attracting deposits». The stages of the business process of «attracting deposits» of a commercial bank are considered. The characteristic of the risks arising in the process of managing this business process is given.

* Scientific adviser – **Manyayeva Vera Alexandrovna**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В РФ

© 2024 Климанова Карина Игоревна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: karinaklimanova4@gmail.com

© 2024 Репницина Анна Андреевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: rfhbirt2005@yandex.ru

Ключевые слова: налогообложение, налоговая политика, налоговое регулирование: сущность, методы и инструменты, политика активизации экономики, эффективность налогообложения.

Налоговая стратегия включает в себя комплекс действий, направленных на оптимизацию налогообложения через применение разнообразных мер и средств. Главная задача данной стратегии – создание действенной инфраструктуры налогового управления, которая способствует активизации экономической деятельности. Такого рода мероприятия позволяют улучшить распределение финансовых ресурсов и поддерживать стабильный бизнес-рост. В статье анализируются основные проблемы налогового регулирования в России, а также предлагаются возможные пути их решения.

Современные вызовы мировой экономики послужили катализатором для обновления системы налогообложения и налогово-административных практик. Действия международных санкций и необходимость поддержания отечественного производства оказали значимое влияние на эти изменения. В контексте Российской Федерации, налоговые нормы развивались в качестве элемента бюджетной политики, однако акценты стали смещаться в область денежно-кредитного регулирования. Результатом стало отсутствие комплексного подхода к налогово-бюджетным вопросам, что создало пробелы в прогнозировании результатов налоговых реформ. Налоги имеют ключевую функцию в экономике, обеспечивая формирование бюджета и финансирование социальных программ, тем самым влияя на экономическую и социальную стабильность. Россия, как и другие страны, имеет свои особенности в налогообложении, которые коренятся в исторических и экономических контекстах. Данная работа направлена на изучение проблем в налоговом управлении страны и обсуждение путей их решения.

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

Контроль над экономическими процессами включает в себя широкий спектр элементов, выделяя среди них значимость налогового регулирования, которое критически важно для развития и оптимизации налоговых механизмов на государственном уровне. Проведенный обзор актуальных финансовых исследований и статистической информации продемонстрировал, что достижения в реализации этих задач далеки от идеала. Ключевыми факторами, способствующими этому, являются разрозненные стратегии и нехватка единой концепции, что препятствует эффективному налоговому регулированию.¹

В контексте действий муниципальных структур, управление налогами охватывает процесс установления, редактирования либо отмены обязательных финансовых обязательств и налогов в пользу государства. Этот процесс выступает как важный элемент финансового менеджмента, нацеленный на оптимизацию использования ресурсов бюджета и направленный на стимулирование экономических показателей на уровне национальной экономики.

Налоговое управление представляет собой комплекс мероприятий, осуществляемых государственными органами с целью организации и контроля выполнения норм налогового законодательства. В этом процессе государственные структуры применяют разнообразные стратегии и механизмы для эффективного администрирования и оптимизации налогообложения.²

Налоговое регулирование включает в себя:

1. Разработка норм регулирующего контекста включает создание стандартов.
2. Эти нормативные акты формируют базу алгоритмов налогообложения.
3. Важнейшим аспектом этой работы является упорядочение процессов в области налогового администрирования.

4. Государственные организации организывают действия, целью которых является сбор налоговых доходов и контроль за их уплатой. Эти действия известны под термином «административные меры».

5. Финансовые инструменты, призванные активировать инвестиционную деятельность, поддерживать предпринимательские проекты и расширять налоговые поступления, обозначаются термином стимулирование экономики.

Основные цели налогового регулирования включают в себя:

1. Государственные бюджеты получают свои основные поступления через налоги, что также имеет ключевое значение для обеспечения финансирования всех государственных нужд.

2. Экономическая активность зависит от налогового регулирования: уровни налоговых ставок и присутствие налоговых льгот способны как подбадривать, так и ограничивать интенсивность инвестиций и внутреннего потребления.

3. Устранение дисбаланса в обществе можно достичь через внедрение прогрессивной налоговой системы и обеспечение доступа к определенным социальным и экономическим выплатам.

4. Оптимизация фискальных обязательств для малых и средних предприятий, а также привлечение инвестиционных средств, составляет ключевой аспект их бизнес-деятельности. Принципиальная задача заключается в уменьшении налоговых расходов, что содействует углублению конкурентной позиции и обеспече-

нию финансовой стабильности на рынке. Ключевое внимание следует уделить разработке и реализации налоговых стратегий, программ и диалоговых механизмов, которые способствуют упрощению сотрудничества с налоговыми учреждениями, а также формированию привлекательных условий для инвесторов, что может стимулировать экономическую активность в данной области.

5. Согласно точки зрения Тютюрикова Н. Н., «стимулирование актуальных инноваций и прогрессивных проектов реализуется посредством налогообложения и внедрения финансовых инструментов для содействия в проведении НИР».

Фискальная политика правительства охватывает не только устранение бюджетного дефицита, но и создание сбережений для граждан, что подразумевает долгосрочные выгоды для национальной экономики. В процессе оптимизации налоговой системы происходит введение разнообразных налогов, углубленная проработка налоговых категорий и предоставление корректировок для определенных групп. Ключевыми элементами этого процесса являются плательщики налогов (особо ответственные за уплату), предметы налогообложения и законодательные нормы, задающие критерии расчета налогового бремени. Система налогового администрирования также учитывает широкий спектр факторов, таких как величина налога, уровень доходов от налоговых поступлений в бюджет, виды налоговых облегчений и правил их применения, а также установленные сроки для осуществления платежей и подачи налоговых деклараций в контролирующие органы.

Основными задачами этих инструментов являются:

1. Рост налоговых доходов через оптимизацию производственных операций и привлечение большего числа налогоплательщиков;

2. Исследование и анализ действий плательщиков налогов для гарантии соблюдения ими своих налоговых обязательств;

Определение дополнительных ресурсов для роста бюджетных поступлений в государственную казну является важной задачей. Это требует тщательного анализа действующих финансовых потоков и выявления областей для оптимизации налогового регулирования. Необходимо рассмотреть многообразные аспекты: расширение налогооблагаемой базы, усовершенствование процессов сбора налогов и применение современных технологий для повышения эффективности налогового контроля. Это способствует созданию надежных и устойчивых источников финансирования для государственных нужд.

Процессы финансового регулирования на международной арене вырабатывают ключевые принципиальные положения. Основопологающим является то, что налоговые льготы должны быть сбалансированными: они не должны компромитировать прибыли или вызывать конфликты для компаний и частных лиц. Ключ к эффективной налоговой политике — это соблюдение тесного взаимопонимания среди всех звеньев налоговой цепи, принимая во внимание последствия вводимых налоговых льгот. Когда такие меры применяются осмотрительно, они способны привести к экономическому прогрессу в стратегически важных областях. В частности, изменения в налогообложении показывают значительное влияние на малый бизнес: налоговые скидки способствуют притоку инвестиций и

заведению бизнеса, что критично для роста и расширения данной категории предпринимательской деятельности.

Для достижения долгосрочной стабильности и увеличения доходов в экономике разных уровней требуется последовательная поддержка инвестиций. Эти инвестиции играют важнейшую роль в процессе экономической активности, учитывая, что свыше половины всех вложений в российской экономике осуществляется за счет внутренних ресурсов бизнеса. Однако, хотя правительства могут видеть повышение налогов как выгодное решение, критически важно обеспечить корректное распределение налоговой нагрузки. Успешная налоговая стратегия требует интегрированного подхода и грамотного применения экономических инструментов для стимуляции благосостояния и роста в стране.

Трудности в восприятии и соблюдении налоговых и фискальных норм, действующих в РФ, осложняют повседневную практику не только для индивидуальных налогоплательщиков, но и для коммерческих структур. Это объясняется сложной композицией налогов, где каждый вид налога имеет собственные ставки и регулирующий порядок, что требует глубокого понимания и соотнесения множества факторов. Такая многослойная структура влечет за собой повышенные административные нагрузки — как для налогоплательщиков, вынужденных затрачивать ресурсы на изучение и исполнение своих обязательств, так и для государственных органов, занятых проверкой соблюдения норм и эффективным администрированием налогов.

Множество налоговых агентов, как индивидуальных, так и корпоративных налогоплательщиков, часто оказываются в ситуации недостаточной осведомленности о своих налоговых правах и обязанностях. Этот пробел в понимании действующего налогового законодательства часто приводит к правонарушениям, создавая предпосылки к недобросовестному исполнению налоговых обязательств и, как следствие, ведя к нежелательным последствиям. По мнению Михайловой Е. А., автор статьи, «часто пересмотры налоговых ставок происходят без адекватного анализа и недостаточного вовлечения гражданского общества».

Основная цель налоговых льгот и субсидий заключается в оказании поддержки конкретным отраслям экономики. Тем не менее, их злоупотребление может негативно повлиять на государственные бюджеты и нарушить конкурентные равновесия в экономической среде.

Налоговые органы, находящиеся на пике эффективности, подвергаются воздействию множества проблем, среди которых особенно выделяются коррупционные схемы и чрезмерная бюрократия. Эти факторы препятствуют эффективному администрированию налогов и несправедливо распределяют налоговую нагрузку среди граждан. Следствием этих проблем становится недостаток прозрачности и объективности в формировании налоговых норм, что подрывает общественное доверие к системе налогообложения и усиливает случаи уклонения от налогов.³

Напряженная ситуация в налогообложении вызвала необходимость внедрения разнообразных стратегий для преодоления возникших проблем.

1. Упрощение правил и норм налогообложения. Это означает представление принципов и правил налогообложения в более понятном и ясном виде.

2. Продвижение знаний о налоговых правилах. Это позволит налогоплательщикам яснее осознавать свои права и требования, что может стать причиной снижения нарушений в этой сфере.

3. Стабилизация налоговой политики.

Важность строгого контроля над применением налоговых льгот гражданами и юридическими лицами подчеркивает необходимость более эффективного мониторинга для снижения случаев неправомерного использования этих привилегий.

Улучшение квалификации офицеров налоговой службы считается принципиально важным в свете необходимости адаптации к переменной среде и внедрения актуальных практик. Углубление образовательного уровня и увеличение практических навыков специалистов в данной области ускоряет процессы налогового администрирования и способствует созданию более рациональных методов выполнения служебных задач. Это повышает уровень управления налоговыми доходами и благоприятствует взаимодействию с плательщиками налогов.⁴

Как считает Михайлова Е. А., на основе вышеизложенной информации возможно разработать определения, относящиеся к налоговому регулированию, его субъектам и предметам. «Это позволит более четко формулировать налоговую политику и улучшить правоприменительную практику».

Государственные организации осуществляют влияние на работу рыночной экономики с помощью множества методов, категорий и инструментов, формирующих базу налогового управления. Эта система управляет воздействием государственных структур на финансовые и экономические результаты как на уровне страны в целом, так и в пределах отдельных областей и городов. Под контролем налогового администрирования также оказываются финансовые условия предпринимательства и потребительского сегмента, что подчеркивает возрастание роли государства в экономической сфере.⁵

Следует рассматривать целостный подход к финансовому контролю в России. Внедрение упрощенной системы налогообложения и повышение налогового сознания среди населения стабилизируют налоговую политику. Улучшение работы налоговых служб упростит процесс взаимодействия с плательщиками, повысив доступность налогового администрирования. Налоговые поступления играют ключевую роль в финансировании бюджета страны, и изменения в налоговой политике могут привести к росту государственных поступлений и улучшению бизнес-климата.

Актуальность изменения налогового законодательства с учетом динамичных экономических условий возрастает. Для достижения успеха в данном направлении задачей государственных органов становится внедрение передовых технологий в налогообложение и налаживание сотрудничества с представителями бизнес-сектора страны, что способствует постоянному обмену информации и усиливает налоговое администрирование.

¹ Михайлова, Е. А. Проблемы правового регулирования налогового контроля / Е. А. Михайлова // Молодой ученый. 2022. № 9 (404). С. 88-91.

² Михайлова, Е. А. Проблемы правового регулирования налогового контроля / Е. А. Михайлова // Молодой ученый. 2022. № 9 (404). С. 88-91.

³ Ганусенка, Е.В. Налоговая политика в механизме взаимодействия государства, права и экономики / Е.В. Ганусенка // Сибирский юридический вестник. – 2017 – №1. – С. 15-22.

⁴ Тютюриков Н. Н. Налоговые системы зарубежных стран: учеб. пособие // Н. Н. Тютюриков. – Москва: ЭКСМО, 2019. 75 с.

⁵ Ганусенка, Е.В. Налоговая политика в механизме взаимодействия государства, права и экономики / Е.В. Ганусенка // Сибирский юридический вестник. – 2017 – №1. – С. 15-22.

PROBLEMS OF TAX REGULATION IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Klimanova Karina Igorevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: karinaklimanova4@gmail.com

© 2024 Repnitsina Anna Andreevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: rfhbirf2005@yandex.ru

Keywords: taxation, tax policy, tax regulation: essence, methods and tools, policy of economic activation, tax efficiency.

The tax strategy includes a set of actions aimed at optimizing taxation through the use of a variety of measures and means. The main objective of this strategy is to create an effective tax administration infrastructure that contributes to the intensification of economic activity. These kinds of events help to improve the allocation of financial resources and maintain stable business growth. The article analyzes the main problems of tax regulation in Russia, as well as suggests possible ways to solve them.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2024 Кнырева Элина Геннадьевна*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: knyrevae@bk.ru

Ключевые слова: финансовый результат, доходы, прибыль, расходы, отчет о финансовых результатах.

В статье представлен анализ подходов к определению дефиниции «финансовые результаты», приведены трактовки, предложенные исследователями. Проанализировано влияние формирования информации о финансовых результатах в учете и отчетности на управление финансовыми результатами экономического субъекта.

В современной сформировавшейся рыночной экономике, для каждого отдельно взятого экономического субъекта характерно стремление к максимизации финансовых результатов финансово-хозяйственной деятельности. Финансовый результат определяется сопоставлением всех полученных доходов с расходами экономического субъекта, отраженными в бухгалтерском учете¹. Экономический субъект получает прибыль в том случае, если совокупный доход превышает совокупные расходы. В противном случае экономический субъект получает убыток. Соответственно, прибыль или убыток за отчетный период будет воздействовать на изменение собственного капитала организации, другими словами, приводить к его увеличению или же уменьшению.

Для нормального функционирования организации, основывающемся на возобновлении своих ресурсов, нужны поступления от контрагентов. Но также немало важно оставлять под особым вниманием и контролем расходы, процессы их формирования, так как управление затратами представляется как средство достижения эффективности функционирования экономического субъекта. Особенно это важно для субъектов малого бизнеса².

Главная задача бухгалтерского учета финансовых результатов состоит в систематическом и точном измерении объемов расходов и доходов и отражении их в отчете о финансовых результатах.

Доход экономического субъекта – это экономическая выгода, которая выражена в увеличении активов (в денежной или натуральной форме) и (или) уменьшении обязательств организации. Доход экономического субъекта включает в

* Научный руководитель – **Архипова Наталья Анатольевна**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

себя выручку от реализации товаров, продукции, работ и услуг и прочие поступления.

Широко применяемое экономистами-учеными понятие «доходность» отражает процентную норму дохода актива или, другими словами, представляет собой отнесенный к рыночной цене актива текущий доход по активу³.

Доходы являются одним из главнейших показателей к увеличению которого экономический субъект стремится, так как от доходов зависит возможность финансировать свои текущие и будущие проекты, покрывать расходы на оплату труда, снабжать компанию необходимым оборудованием для ее успешного функционирования.

Согласно ПБУ 9/99 доходы экономического субъекта в виде поступления активов дифференцируются на доходы от обычных видов деятельности и от прочей деятельности. Критерием деления выступает характер получения, условия и специфика деятельности.

В своей учетной политике экономический субъект должен указать, какие поступления будут признаваться доходами от обычных видов деятельности.

Расходы экономического субъекта – это израсходованные в ходе ведения производственной деятельности ресурсы и возникшие обязательства.

Управление и контроль формирования доходов и расходов является основной задачей для эффективного развития и функционирования экономического субъекта. Они выступают важнейшим звеном в системе оценки результативности, степени надежности и деловой активности экономического субъекта⁴. Таким образом, для руководства организации важно принять правильный подход управления его всеми поступлениями и расходами. Ведь сопоставление этих финансовых показателей приведет к положительному финансовому результату экономического субъекта - обобщающему показателю успешности его деятельности.

При положительных показателях прибыли растет и привлекательность субъекта для инвесторов, кредиторов, а также расширяется бизнес, производственные мощности, укрепляются налоговые поступления доходной части бюджета организации.

Общий финансовый результат состоит из: финансового результата от обычных видов деятельности и финансовый результат от прочей деятельности.

На финансовый результат оказывают влияние факторы как товарная структура выручки, ценообразование, производительность труда сотрудников и многое другое.

Таким образом, для каждого участника рыночных отношений финансовый результат особое важное значение, например, для государства имеет значимость налог, включенный в сумму финансового результата, который в свою очередь, пополнит бюджет страны⁵.

В составе финансовой отчетности обязательной формой является Отчет о финансовых результатах, по данным которого у всех заинтересованных пользователей существует возможность оценки степени изменений собственного капитала с идентификацией факторов, а именно доходов и расходов соответствующего от-

четного периода, вызвавших данные изменения. Данная форма отчета отражает итог деятельности за отчетный период нарастающим итогом.

Это дает возможность не только проводить оценку хозяйственной деятельности в динамике, путем сопоставления результатов текущего и прошлых периодов, но и строить прогнозные данные о перспективах развития.

Иными словами, отчет о финансовых результатах является качественной базой, при соблюдении принципов и правил его составления, для удовлетворения информационных потребностей заинтересованных пользователей.

Если внутренние пользователи ставят основной целью выявление доходности или убыточности отдельных направлений и поиск оптимизации ресурсов для роста прибыли, то для внешних цели будут абсолютно различны, например, для инвесторов и кредиторов цель анализа финансового состояния будет заключаться в принятии решения инвестирования в компанию, предоставление займов и кредитов.

Для поставщиков и покупателей целью будет принятие решений в части отгрузки товара с отсрочкой платежа, перечисление аванса за будущие траты, услуги. Результаты анализа влияют на условия заключаемых договоров. Фискальные органы используют отчет о финансовых результатах для контроля достоверности показателей и их формирования в соответствии с требованиями законодательства, например резкое снижение выручки и рост себестоимости может вызвать подозрение в недобросовестности затрат экономического субъекта. Для аудиторских компаний отчет будет основой для составления суждений о достоверности показателей отчетности.

Таким образом, финансовый учет финансовых результатов имеет большое значение в управлении бизнес-процессами экономического субъекта, обеспечивая, при этом информационную поддержку принятия эффективных управленческих решений, соблюдение принципа транспарентности отчетности и соблюдение норм действующего законодательства.

¹ Шатунова, Г. А. Бухгалтерский финансовый учет в схемах и таблицах : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Налоги и налогообложение» / Г. А. Шатунова, Т. А. Корнеева, Н. А. Архипова ; Г. А. Шатунова, Т. А. Корнеева, Н. А. Архипова. – 2-е изд., перераб. и доп.. – Москва : Эксмо, 2010. – (Экономика - наглядно и просто). – ISBN 978-5-699-40187-1. – EDN QUESGZ.

² Корнеева, Т. А. Особенности учетного процесса в субъектах малого бизнеса / Т. А. Корнеева, Т. Е. Татаровская // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. – № 10(144). – С. 59-67. – EDN UQMZWD.

³ Учетно-аналитическая информационная составляющая эффективного развития предприятий / Н. А. Игошина, Т. А. Корнеева, В. А. Маняева [и др.] ; Под общей редакцией доктора экономических наук, профессора В.А. Пискунова. – Самара : Самарский государственный экономический университет, 2021. – 164 с. – ISBN 978-5-00176-039-9. – EDN CHWSIT.

⁴ Кузьмина, О. Н. Функционально-стоимостный анализ в решении организационно-управленческих задач: теоретические основы и методика проведения / О. Н. Кузьмина, Т.

А. Корнеева, Г. А. Шатунова. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2015. – 102 с. – ISBN 978-5-16-010867-4. – DOI 10.12737/7538. – EDN UBBVAL IMPROVING

⁵ Корнеева, Т. А. Внутрихозяйственный контроль налогообложения прибыли как инструмент управления риском инновационной деятельности предприятия / Т. А. Корнеева, И. А. Плаксина // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 6. – С. 17-25. – EDN NBIEWB.

ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE MANAGEMENT OF THE FINANCIAL RESULTS OF THE ORGANIZATION

© 2024 Knyreva Elina Gennadyevna*
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: knyrevae@bk.ru

Keywords: financial result, income, profit, expenses, financial results report.

The article presents an analysis of approaches to defining the definition of «financial results», and provides interpretations proposed by researchers. The influence of the formation of information about financial results in accounting and reporting on the management of financial results of an economic entity is analyzed.

* Scientific adviser – **Arkhipova Natalia Anatolyevna**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ И МОНИТОРИНГА РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РИСКА

© 2024 Кожухова Виктория Валерьевна
преподаватель кафедры учета, анализа и экономической безопасности
Самарский государственный экономический университет
E-mail: viktoriaart1995@gmail.com

Ключевые слова: экологический риск, критерии оценки экологического риска, региональные риски, Самарская область.

В статье рассматривается актуальная проблема комплексной оценки экологических рисков региона. Методика, предложенная авторами, позволяет провести количественную оценку нефинансовых экологических рисков с целью оптимизации стратегии развития регионов. На базе предложенной модели проведена оценка динамики экорисков Самарской области за 2021–2023 гг.

Дестабилизация современных экономических условий, обусловленная усилением влияния социальных, экологических и иных факторов, актуализирует вопросы сохранения экономической безопасности и обеспечения устойчивого развития отдельных территориальных образований.

Результаты влияния активизации интеграционных процессов, а также смещение политических интересов РФ в сторону Азиатско-Тихоокеанского региона вследствие негативного влияния санкционных ограничений нельзя считать однозначными. Развитие транспортных коридоров, торговой и предпринимательской деятельности сопряжено с возникновением и усилением влияния разнонаправленных нефинансовых рисков. Особое значение при этом имеют экологические риски, влияние которых существенно усилилось. К последним, в том числе, можно отнести риски, связанные с повышенными выбросами в атмосферу, приводящие к усилению проблемы климатических изменений, росту числа респираторных заболеваний, разрушению озонового слоя. Кроме того, одной из важнейших задач для большинства предпринимательских структур является сокращение объема образуемых отходов производства, приводящих к сокращению биоразнообразия, загрязнению земельных, водных объектов.

В этой связи особую важность приобретают вопросы количественной и качественной оценки и контроля экологических рисков субъектами хозяйствования, функционирующих в рамках одного территориального образования. Аккумуляция данной информации на уровне регионов позволит провести систематизацию и сопоставление территориальных субъектов по уровню подверженности различного рода негативным факторам, способствуя оптимизации стратегии управления регионами.

Однако, несмотря на всю важность мониторинга экологической составляющей, в настоящий момент система оценки мезоэкономических рисков указанного направления требует унификации и проведения дополнительных исследований.

Таким образом, цель настоящего исследования заключается в разработке системы показателей для проведения комплексной оценки региональных экологических рисков.

Анализ данных федеральных и региональных органов статистики, а также показателей, представленных на официальных ресурсах региональных министерств и ведомств, позволил выделить ключевые индикаторы экологических рисков региона (рис. 1).

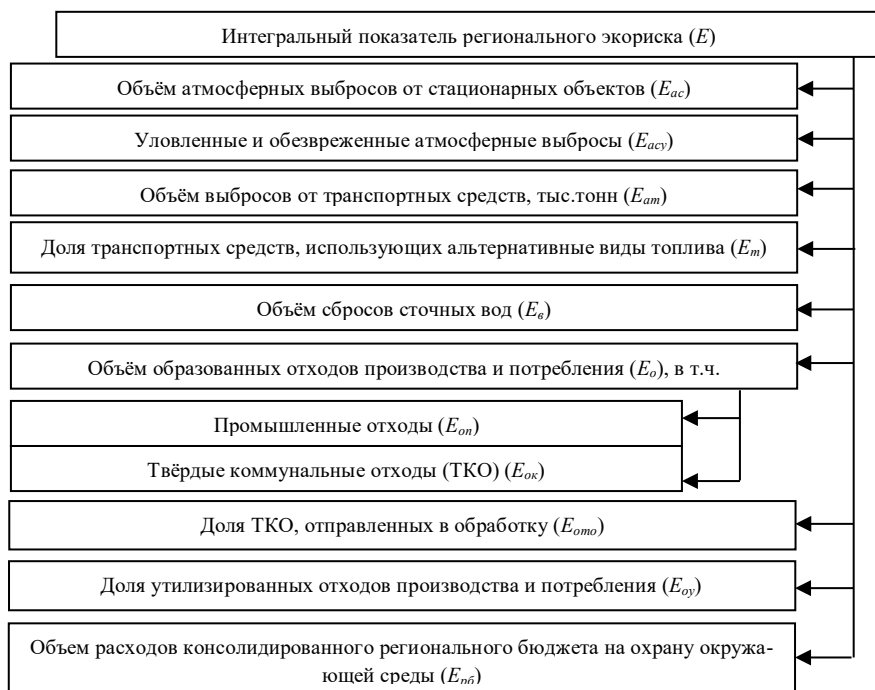


Рис. 1. Система показателей оценки совокупного регионального экориска

Для приведения вышеприведенных показателей к единой системе измерения предлагается использовать систему балльной оценки, которая предполагает присвоение региону определенного количества баллов по каждому из критериев модели в зависимости от степени выполнения условий минимизации экориска (рис. 2).

С целью апробации предложенной модели произведена оценка динамики интегрального экориска Самарского региона в 2021-2023 гг. (рис. 3) ¹⁻⁴.

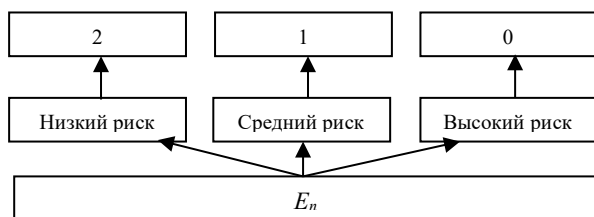


Рис. 2. Система балльной оценки показателей модели

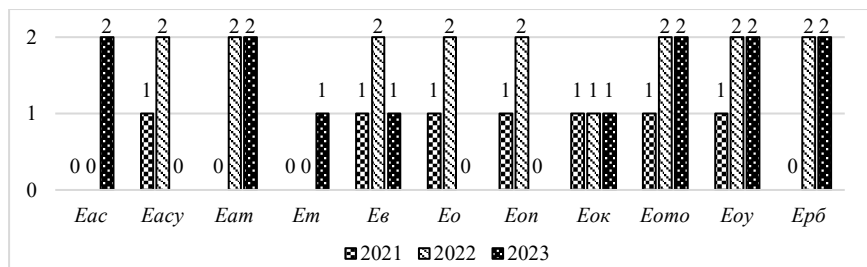


Рис. 3. Оценка показателей экориска Самарской области в 2021-2023 гг.

Результаты оценки экологического профиля региона позволяют сделать вывод о снижении экологического риска по ряду показателей. В 2023 г. наблюдается существенное сокращение вредных выбросов от стационарных источников¹. В сравнении с 2022 г. снижение показателя составило 63%. Однако, значения данного критерия по-прежнему сохраняются высокими, что связано с отраслевой спецификой предприятий Самарской области, большая часть которых занимается добычей, транспортировкой и переработкой газа, нефти и нефтепродуктов⁴. Динамика расходов регионального бюджета³ на охрану окружающей среды свидетельствует о проведении Правительством области дополнительных мероприятий и программ, направленных на сохранение экосистем региона².

При этом стоит отметить снижение доли уловленных и обезвреженных выбросов. (с 62,8% в 2021 г. до 48,7% в 2023 г.), свидетельствует о необходимости проведения проверки исправности существующих и установки предприятиями области дополнительных очистных сооружений и систем фильтрации, которые позволили бы сократить объемы вредных выбросов.

Доля транспорта, использующего альтернативные виды топлива, остается невысокой⁴. В 2023 г. показатель составил 7%. При этом отсутствуют сравнительные данные за предыдущие периоды, что затрудняет оценку динамики.

По данным оценки проведен расчет интегрального показателя экологического риска Самарской области (E) как среднеарифметического значения критериев группы (рис. 4).

За исследуемый трехлетний период наблюдается рост расчетных значений показателя, что свидетельствует об улучшении экологической обстановки в регионе и снижении совокупного экологического риска. Однако низкие значения данного

показателя в сравнении со среднестрановыми (2,6 в 2023 г.) говорят о сохранении повышенного экологического риска в исследуемом регионе.

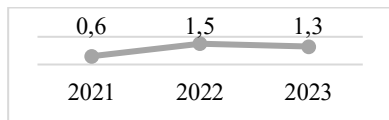


Рис. 4. Динамика интегрального показателя экологического риска (Е) Самарской области за 2021-2023 гг.

Таким образом, оценка параметров экологического риска региона позволяет систематизировать информацию об эффективности действующей на его территории экологической политики, а также создает базис для проведения анализа динамики экорисков одного региона за несколько периодов, а также данных нескольких территориальных образований в течение одного отчетного периода.

¹ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области: сайт. – Самара. – URL: <https://samarastat.gks.ru/> (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.

² Правительство Самарской области: сайт. – Самара. – URL: <https://www.samregion.ru/> (дата обращения: 04.06.2024). – Текст : электронный.

³ Министерство управления финансами Самарской области: сайт. – Самарская область. – URL: <https://minfin-samara.ru/materials-for-basic-parameters/> (дата обращения: 04.06.2024). – Текст : электронный.

⁴ Министерство лесного хозяйства, охраны окружающей среды и природопользования Самарской области: сайт. – Самара. – URL: https://priroda.samregion.ru/category/ohrana_okr_sredbi/doklad_ob_eko_situatsii/ (дата обращения: 04.06.2024). – Текст: электронный.

ASSESSMENT AND MONITORING OF REGIONAL ENVIRONMENTAL RISK METHODOLOGY

© 2024 Kozhukhova Victoriia Valeryevna

Lecturer at the Department of Accounting, Analysis and Economic Security

Samara State University of Economics

E-mail: viktoriaart1995@gmail.com

Keywords: environmental risk, environmental risk assessment ratio, regional risks, Samara Region.

The article deals with the actual problem of a comprehensive of regional environmental risks' assessment. The methodology proposed by the authors allows for a quantitative assessment of non-financial environmental risks in order to optimize the region development strategy. Based on the proposed model, an assessment of the dynamics of the Samara region eco-risks for 2021-2023 was carried out.

СОВРЕМЕННЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ

© 2024 Коржова Галина Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Korzhova-galina@yandex.ru

Ключевые слова: современный потребитель, цифровые технологии, изменение потребностей, влияние на спрос, лояльность, интернет-ресурсы, инструменты маркетинга, индивидуальный подход к клиенту, торговые марки.

В статье рассматриваются вопросы, связанные с изменением покупательского поведения на сложившемся, под влиянием новых технологий, рынке, где главенствующую роль занимают цифровые технологии, управляющие сознанием, вкусами и потребностями современного общества. Потребитель становится более подвержен внешнему влиянию и подстраивается под модные тренды как при выборе и покупке товаров и услуг, так и при формировании собственного мнения о торговых марках, представленных на рынке. В свою очередь, компаниям необходимо менять существующие подходы в управлении рыночными возможностями, для того чтобы выиграть в конкурентной борьбе и завоевать внимание потенциальных потребителей.

Формирование современного отношения потребителя к действиям компании требует большого опыта и знаний в современных инструментах маркетинга. Каждый покупатель, на сегодняшний день, весьма осведомлен не только о действиях торговых марок, но и прекрасно ориентируется в рыночных условиях. Современные подходы к организации бизнеса не позволяют компаниям игнорировать те тренды в обществе, которые диктует современный мир. Однако, не все руководители придерживаются подобных решений, оставаясь на том уровне развития компании, который был достигнут в недалеком прошлом.¹

Развитие рынка, совершенствование современных технологий и быстрая ответная реакция потребителей не позволяет компаниям пренебрегать теми условиями, которые выдвигает потенциальный клиент. Большой выбор и возможность сравнения товаров конкурентов, а также отсутствие необходимости посещать все торговые точки лично, позволили современному потребителю выбирать не только товар, но и условия его покупки, оплаты и доставки. Возможность ориентироваться в новых условиях представлена для всех участников процесса производства и потребления. При этом, как потребитель, так и производитель, могут достаточно быстро и эффективно взаимодействовать со всеми участниками рынка на собственных условиях, поскольку каждая сторона ищет определенную выгоду в своих действиях.

Учитывая фактор времени, как основополагающий для современного индивида, компания может добиться большего успеха на рынке среди конкурентов, своевременно изменяя свое предложение, учитывая новые потребности и предлагая те товары, которые важны и актуальны в каждый конкретный промежуток времени.²

Более того, при постоянном изучении спроса и динамики развития рынка, компания может своевременно прогнозировать все изменения, которые могут произойти.

Проводя анализ современных подходов к организации собственного бизнес-процесса, компания стремится выделить явные преимущества, которые смогут принести ей наибольшую выгоду. При этом следует опираться не только на собственные возможности и желания потребителей, но и задействовав все ресурсы предприятия, выделить актуальные направления, в которых развивается отрасль в целом, а также основные конкуренты. Возможность использовать открывающиеся ниши позволит организации выйти в лидеры отрасли и привлечь внимание большего количества потребителей.

В некоторых случаях, подсознательные реакции потребителя могут предсказать дальнейшее развитие того или иного направления деятельности торговой марки.

Следует понимать, что потребитель не всегда рационален в принимаемых решениях. Зачастую, он опирается не на здравый смысл, а на эмоциональную составляющую своих потребностей, при этом получая выгоду не только в материальном плане, как привыкли считать все производители, а скорее в духовном, эмоциональном, и даже в иррациональном.

Современное общество стремится получать максимальное удовлетворение от жизни. Его потребности резко смещаются в сторону удовольствий, наслаждений теми благами, которое оно может себе позволить.³ Молодое поколение не обращает больше внимание на традиционные ценности, а выражает свои эмоции и свое мнение через потребление тех товаров и услуг, которые можно напрямую ассоциировать с ними, их внутренним миром и представлением о внешней среде, к которой они хотели бы принадлежать.

Учитывая новые веяния, крупные компании стараются приспособиться под нового потребителя. Изменяют характеристики товаров и услуг. Предлагают новые, актуальные названия. Используют современные технологии в продвижении, в надежде выиграть в конкурентной борьбе и завоевать своего потребителя.

Традиционные подходы к работе с клиентами компании уже не работают. На первое место выходят цифровые технологии, которые позволяют моментально смоделировать ситуацию, наиболее подходящую для целевого сегмента.

Мобильные приложения, сайты, интернет-магазины и другие подобные технологии позволяют потенциальным клиентам компании быстро ориентироваться в новых тенденциях.⁴ Все источники информации моментально распространяют новые тренды, а также спорные и проблемные ситуации в обществе, которые могут привести к кризису в компании.

На сегодняшний день любое неосторожное слово и непродуманное действие может повлиять на конечное решение потребителя. Все подлежит обсуждению и рассматривается через призму современного понимания общественных ценностей, новых веяний и модных направлений. Новый потребитель готов все критиковать и не всегда обдуманно принимать решение, зачастую поддаваясь чужому мнению. При этом компании вынуждены принимать не всегда популярные решения при продвижении своей продукции, считая, что современные тренды принесут значительную долю популярности торговой марке, что, однако, иногда оборачивается против них самих.⁵

Несмотря на данный факт, традиционные ценности всегда остаются приоритетными. И в тех случаях, когда производитель, учитывая модные тенденции, все-таки, придерживается традиционных моделей поведения, выигрывает значительно больше, чем те, кто полностью подчиняется современным модным веяниям. Используя цифровые технологии в маркетинговой деятельности, следует понимать, что каждый новый маркетинговый инструмент нацелен на отдельный сегмент потребителя. И что может принести выгоду на одном сегменте, может быть совсем не эффективно на другом.

Создавая индивидуальный подход к своим клиентам следует понимать, что сегодняшний потребитель очень избалован вниманием со стороны компаний и требователен к тем товарам, которые он собирается приобретать. Навязать ему ненужный товар очень сложно, поскольку сразу после покупки последует возврат товара и негативные отзывы во всех возможных социальных сетях и других интернет-ресурсах.

Дополнительные затраты на удержание клиентов компании будут нести при создании программ лояльности, которые еще больше приобретают популярность среди современных потребителей. Бонусы, подарки, кешбэк – это все, что хотят видеть современные потребители от компаний в виде благодарности за взаимодействие клиентов с компанией. Современный потребитель может даже не рассматривать компанию, которая не предоставляет скидку на товары, либо не предлагает дополнительные бонусы за покупку.

Рассматривая возможности маркетинга, как основного инструмента компании, призванного изучать и выстраивать взаимоотношения с целевыми клиентами, можно заметить трансформацию основных элементов комплекса маркетинга в цифровые инструменты, направленные на использование современных технологий в управлении потребительскими предпочтениями. При этом, каждый отдельный элемент так и остается в его классическом понимании и назначении. Таким образом, компания не может себе позволить не использовать современные подходы, ориентированные на рынок в целом, поскольку все этапы взаимодействия с целевыми сегментами постепенно переходят в интернет-пространство.

Повышая значимость своей компании для своего потребителя, самой организации приходится подстраиваться под современные требования общества и учитывать те тенденции, которые происходят, и которые, возможно, могут сыграть существенную роль в развитии самой организации. Такое положение вещей позволит компаниям либо высоко подняться в рейтингах и стать самыми значимыми

для потребителя, либо тихо уйти с рынка, поскольку потребителю они уже станут не интересны. При этом, создавая свой контент, следует понимать, что современный потребитель всю информацию рассматривает как актуальную и модную, а в случае ее несоответствия новым тенденциям, просто отказывается от покупки или переходит к конкуренту.

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 Коржова, Г. А. Перспективы развития предприятий сферы услуг в условиях глобальной пандемии / Г. А. Коржова // . – 2020. – № 1-1. – С. 109-112. – EDN BUYSGR.

³ Коржова, Г. А. Изменение подхода к работе с клиентами под влиянием действующих ограничений / Г. А. Коржова // Проблемы развития предприятий: теория и практика. – 2021. – № 1-1. – С. 108-111. – DOI 10.46554/PEDTR-20-2021-1-pp.108. – EDN AKLBZE.

⁴ Тойменцева, И. А. Маркетинг в стратегическом управлении и планировании предприятиями сферы услуг / И. А. Тойменцева, Н. П. Карпова, Е. П. Фомин // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. – № 1(135). – С. 66-78.

⁵ Рахматуллина, А. Р. Нейминг как эффективный прием брендинга в продвижении компании / А. Р. Рахматуллина, В. А. Щербаков // Тенденции развития науки и образования. – 2020. – № 62-7. – С. 38-41. – DOI 10.18411/lj-06-2020-139. – EDN MZIPGE.

THE MODERN CONSUMER AND HIS INFLUENCE ON THE COMPANY'S ACTIVITIES IN THE MARKET

© 2024 Korzhova Galina Anatolyevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: Korzhova-galina@yandex.ru

Keywords: modern consumer, digital technologies, changing needs, impact on demand, loyalty, online resources, marketing tools, individual approach to the client, trademarks.

The article discusses issues related to changing consumer behavior in the established market under the influence of new technologies, where digital technologies that control the consciousness, tastes and needs of modern society play a dominant role. The consumer becomes more susceptible to external influences and adapts to fashion trends both when choosing and buying goods and services, and when forming their own opinion about the brands represented on the market. In turn, companies need to change existing approaches to managing market opportunities in order to win the competition and win the attention of potential consumers.

ОСОБЕННОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

© 2024 Корнилова Ксения Алексеевна
старший преподаватель кафедры экономической теории
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kornilova97@yandex.ru

Ключевые слова: некоммерческий сектор, социально-ориентированный подход, социальные услуги, волонтерство, благотворительность.

Статья посвящена анализу такого понятия, как некоммерческий сектор экономики: отмечена его особенность, сформирована структура и определена сущность. Функционирование некоммерческого сектора в социальной рыночной экономике, к которой стремится Российская Федерация, позволит достигнуть социальной направленности рыночных отношений. При этом удастся избежать непосредственного вмешательства государства в социальную сферу, что не противоречит постулатам рыночного механизма и правилам рыночной модели экономического развития. Это обстоятельство особенно важно с точки зрения минимизации искажений рыночного механизма, сокращения нагрузки на бюджет, повышения эффективности рыночной экономики.

Сегодня происходит изменение принципов создания и развития социальных институтов: все чаще можно услышать об «экосистемах» и социально-ориентированном подходе. В связи с такими переменами меняется отношение к некоммерческим организациям (НКО). В декабре 2020 года вице – премьер Татьяна Голикова подписала документ, разработанный Министерством экономического развития при участии регионов и экспертных институтов по предложению Совета при Правительстве по вопросам попечительства в социальной сфере, который расширяет круг действий для НКО¹. Правительство видит в этом шаге возможность перехода к развитой социальной политике в нашей стране, усилению поддержки менее защищенных слоев населения, а также приоритетных областей науки.

Драйвером развития нашей страны признаны комплекс мер, указанные в Национальных проектах, которые были приняты в 2018 году. Для их реализации до 2025 года необходимо сформировать диалог между Правительством и обществом. Связующим коммуникативным звеном являются НКО, осуществляющие социальное обслуживание, просветительскую деятельность и поддержку.

Среди НКО России можно выделить несколько наиболее значимых в каждой сфере. В направлении здравоохранения – это ряд благотворительных фондов: «Подари жизнь», «Детские сердца» и «Синдром любви». Фонды в сфере здравоохранения занимаются не только сбором средств для проведения лечения или

предоставления паллиативной помощи, но и проведением социализации, поддержкой в страховании и юридических вопросах.

В сфере образования и культуры – это фонды поддержки молодых ученых, талантливых специалистов творческих направлений, возможность переквалификации для военных и граждан предпенсионного и пенсионного возраста, а также поддержка наиболее приоритетных областей в сфере науки и культуры. В нашей стране можно выделить такие фонды, как Фонд президентских грантов, благотворительный фонд В.Потанина, благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко. Благодаря фондам, происходит сдерживание «утечки умов» - миграции квалифицированных кадров за рубеж, а, значит, прирост внутреннего человеческого и социального капитала для нашей страны. Поддержка переквалификации позволяет содействовать проектам по цифровизации экономики, улучшению условиям труда и общей социально- демографической ситуации, что отражается на экономических показателях.

В социальной сфере нельзя не выделить направления НКО, связанные с защитой населения, страхованием, профессиональной деятельностью, экологизацией и волонтерством. Среди проектов можно выделить межрегиональную общественную организацию «Правозащитный центр «Мемориал», поисково-спасательный отряд «Лиза Алерт» и Общественная палата России.

На начало 2020 года вклад российских НКО в ВВП страны 0,9%, тогда как наши соседи из Казахстана приближаются к 5%, в Восточной Европе - это 7-8 %, в отдельных странах Западной Европы - 9-10%, в США- более 10-11%².

Есть ряд особенностей для того, чтобы осуществлять деятельность НКО. Некоммерческая организация в качестве юридического лица должна иметь самостоятельный бюджет. Она имеет право открывать счета в отечественных банках и за границей. Возможная прибыль полностью направляется на обеспечение основной деятельности организации. Например, прибыль организаций, деятельность которых связана с культурой, расходуют прибыль на сохранение культурных наследий, открытие выставок в регионах.

Необходимость развития некоммерческого сектора заключается в первую очередь в проблеме социальной защиты населения, так как она является одной из макроэкономических проблем. В условиях рыночной экономики заметно расслоение общества по уровню доходов, что ведет к делению общества на бедных и богатых. Малообеспеченное население не может поддерживать кругооборот доходов и расходов в стране, соответственно функционирование рынка будет нарушаться.

По результатам опроса НИУ ВШЭ, в 2019 году 59% населения доверяют хотя бы одной некоммерческой организации, 81% слышал о существовании в своем населенном пункте некоторых видов. Данные результаты намного выше, чем в предыдущие годы, но проблема заключается в том, что среди названных опрошенными видов НКО были профсоюзы, садовые товарищества и общества инвалидов³. Это означает, что о полной осведомленности населения говорить еще рано.

Во время пандемии 2020 года некоммерческие организации внесли большой вклад в оказании помощи населению. Например, шили маски, доставляли про-

дукты, помогали освоить дистанционное обучение обучающимся и преподавателям, опекали бездомных. Такая активность должна повлиять на уровень доверия населения к некоммерческому сектору экономики.

Во-первых, издержки по созданию НКО включают в себя поиск членов организации. Случается так, что учредитель сначала зарегистрировал организацию и лишь затем начал подбор участников, а на момент регистрации были приглашены «случайные» незаинтересованные люди. Очень важно изначально сформировать команду единомышленников для того, чтобы организация могла полноценно функционировать.

Во-вторых, издержки разработки проектов и социальных программ. Получить идею для проекта можно, исходя из потребностей населения и проблем, существующих в обществе. К тому же, если громко заявить о своем проекте, то возможно получить грант на его реализацию.

Издержки по привлечению средств возможно покрыть за счет получения спонсорской помощи. Издержки, связанные с ужесточением режима регулирования деятельности НКО со стороны органов власти, к 2025 году должны заметно снизиться благодаря тому, что уровень доверия государства к некоммерческим организациям больше, чем у населения. Государство предложило меры для поддержания сектора некоммерческих организаций, среди которых отсрочка представления отчетности, уменьшение количества проверок и т. д.

Несмотря на все ограничивающие факторы, в наше время все большее значение в развитии общества приобретает сектор социальных услуг. Благодаря этому сектору, облегчается доступ граждан к ряду важнейших услуг, что улучшает их жизнь. Государство заинтересовано в развитии неприбыльного сектора, так как именно он привлекает внимание руководства страны к серьезным проблемам населения, которые раньше совершенно не рассматривались, а также внедряют новые форматы помощи, доходят до тех, кто раньше не пользовался ею, но крайне нуждается в ней³.

Среди проблем для создания и развития некоммерческих организаций у регионов можно выделить:

1. Отсутствие инфраструктуры для создания НКО – слабое развитие институциональной среды, отсутствие заинтересованных лиц для развития данного направления, а также профессиональных кадров для управления некоммерческими организациями.

2. Финансовая неустойчивость – отсутствие поддержки регионов в направлении «благотворительность» и «волонтерство». Это происходит из-за дисфункции в системе диалога между местными органами власти и некоммерческими организациями⁴.

3. Несбалансированность распределения НКО по регионам в связи с отсутствием поддержки федеральными властями региональных проектов: отрицательно сказывается узконаправленность многих грантовых конкурсов, которые поддерживают лишь мега – проекты.

4. Несовершенство законодательной базы – необходимость упрощения системы регистрации и функционирования некоммерческой организации, а также расширение функционала деятельности.

Для решения проблем развития сектора НКО, можно предложить следующие направления – тренды:

1. Изменение формата НКО-сектора

В связи с распространением коронавирусной инфекции формат создания организаций стал более камерным: получили распространения именно небольшие, местные объединения людей с общими целями и взглядами. Данному тренду около 5 лет, но за текущий год он получил более широкое распространение не только в крупных, но и небольших городах.

2. Поддержка НКО государством

Выделяемые государством средства на поддержку НКО увеличатся, но вместе с тем – вырастет и конкуренция за них. Что касается необходимых условий, то требования к ним снизятся. А написание заявок потребует мастерства в этой области. Усилятся проекты помощи «по списку», поэтому регистрация в данном случае станет обязательной.

3. Внедрение информационных и цифровых технологий⁵

Данная тенденция требует наличия у сотрудников НКО определенных цифровых компетенций, которые могут применяться в работе организации. Среди первоочередных направлений – это работа с большими данными, системами распределенных реестров и программных обеспечений для анализа данных.

4. Повышение роли информационной прозрачности

Население мало информировано о деятельности НКО, уровень репутации сформирован крайне низкий. Это связано с неблагоприятным институциональным опытом граждан, которые становились жертвами «псевдо НКО». Одной из целей некоммерческих организаций должно стать повышение уровня открытости: для этого необходимо сформировать грамотное маркетинговое сопровождение программ НКО⁶. Квалифицированная программа способствует не только привлечению населения, решению социальных проблем, но и открытию новых НКО.

При совершенствовании отношений в разрезе «НКО»- «бизнес» - «власть» может быть сформирована принципиально новая устойчивая в долгосрочном периоде конкурентная модель российской экономики.

¹ Официальный сайт Администрации Президента России. URL: <http://www.kremlin.ru> (дата обращения: 14.09.2024)

² Официальный сайт Министерства экономического развития. URL: <https://economy.gov.ru> (дата обращения: 14.09.2024)

³ Официальный сайт ВШЭ России. URL: <https://hse.ru> (дата обращения: 14.09.2024)

⁴ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2020: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 1242 с

⁵ Горячева В. Р. Теоретические обоснования функционирования некоммерческого сектора // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова. - 2018. - №1 (97). - с.44-52

⁶Красовский А.В. «Роль некоммерческих организаций в реализации социальной политики государства» Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки -5 - 2024, с. 36-39.

FEATURES OF THE NON-PROFIT SECTOR IN THE RUSSIAN MARKET ECONOMY

© 2024 Kornilova Ksenia Alekseevna
Senior Lecturer at the Department of Economic Theory
Samara State University of Economics
E-mail: kornilova97@yandex.ru

Keywords: non-profit sector, socially oriented approach, social services, volunteering, charity.

The article is devoted to the analysis of such a concept as the non-profit sector of the economy: its peculiarity is noted, the structure is formed and the essence is determined. The functioning of the non-profit sector in the social market economy, which the Russian Federation aspires to, will allow achieving a social orientation of market relations. At the same time, it is possible to avoid direct government intervention in the social sphere, which does not contradict the postulates of the market mechanism and the rules of the market model of economic development. This circumstance is especially important from the point of view of minimizing distortions of the market mechanism, reducing the loadsolvency assessment on the basis of liquidity ratio of industry companies.

ПРОГРЕССИВНАЯ СТАВКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ В РФ

© 2024 Корчашкина Дарья Дмитриевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: dasha20062103@yandex.ru

© 2024 Головачева Лариса Николаевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: muln@mail.ru

Ключевые слова: государство, прогрессивная ставка, шкала налогообложения, налог на доходы физических лиц, налоговая система, налоговая реформа.

В статье рассмотрена утвержденная в РФ прогрессивная шкала налогообложения доходов физических лиц, проанализированы основные перспективы применения данной реформы. Отмечены особенности прогрессивного обложения доходов граждан в США, Германии и Китае. На основе изучения опыта других государств определены положительные и отрицательные последствия налоговой реформы.

Целью данного исследования является изучение перспектив внедрения прогрессивной ставки налогообложения доходов физических лиц в РФ на основе опыта других государств. Для проведения исследования поставлены следующие задачи:

- проанализировать возможные результаты введения прогрессивной ставки налога на доходы физических лиц в России;
- изучить опыт применения прогрессивной шкалы в США, Германии и Китае;
- выделить положительные и отрицательные эффекты от использования прогрессивной ставки НДФЛ.

Практическая значимость данной работы заключается в возможности применения ее выводов для формирования лояльного отношения к введению прогрессивной ставки налогообложения доходов российских граждан.

Одним из важных инструментов экономической политики государства является налогообложение. Достаточно долгое время налог на доходы физических лиц в России оставался неизменным: до 2020 года действовала фиксированная ставка 13%, а в 2021 году подоходный налог вырос до 15% для лиц, имеющих годовой доход свыше 5 млн рублей. В настоящее время был подписан закон о введении пропорциональной шкалы налогообложения доходов граждан РФ.

По оценкам экспертов, в перспективе данная реформа может привести и к положительным, и к отрицательным последствиям. Для нашей страны это является важным нововведением, так как пропорциональная ставка становится менее эффективной по причине роста дифференциации между разными слоями населения.

Для исследования данной реформы целесообразно рассмотреть опыт других государств по применению прогрессивной ставки налогообложения. Особенно интересуют страны с развитой экономикой и высоким уровнем валового внутреннего продукта, такие как США, Германия и Китай, имеющие успехи в данном виде изъятия налогов.

Сначала обратим внимание на использование прогрессивной ставки налогообложения в Соединенных Штатах Америки, которая имеет непростую структуру. Налог на доходы физических лиц подразделяется на семь уровней со ставками налога 10 %, 12 %, 22 %, 24 %, 32 %, 35 % и 37 %, которые применяются с учетом размера дохода налогоплательщика⁴.

Также в Соединенных Штатах используется эффективная налоговая ставка, которая подразумевает повышенную ставку к доходу, превышающую порог дохода предыдущей ставки. Этот же принцип планируется использовать и в нашей стране.

Стоит отметить, что в США существуют льготные условия по уплате подоходного налога в зависимости от социального статуса граждан. То есть для людей с разным семейным положением (одиноким ли человек или имеет семью) предусмотрено применение меньшей ставки прогрессивной шкалы для большей суммы облагаемого заработка.

Проведем анализ прогрессивной ставки в Германии. Подоходный налог составляет весомую часть бюджета государства. Наименьшей ставкой является 14 %, а наибольшей – 45 %, ставки применяются тоже пропорционально изменению заработной платы граждан³. При этом в Германии установлена минимальная сумма, которая не облагается налогом.

Также, как и в США, учитывается семейное положение налогоплательщиков для определения соответствующего уровня налогового сбора. Выделяют шесть классов работников, например, люди, работающие на двух работах, одинокие и другие.

Следующее государство с прогрессивной ставкой налога на доходы физических лиц – Китай. Одна из стран с самым большим населением в мире проводит активную налоговую политику, облагает налогом не только своих граждан, но и иностранцев, которые не являются резидентами КНР. Меньшая ставка налога установлена в 3 %, а большей ставкой является 45 %¹. Для граждан, имеющих доход ниже установленного уровня, не применяется подоходный налог.

Далее рассмотрим утвержденную пятиуровневую (пятиступенчатую) прогрессивную шкалу налога на доходы физических лиц, которая вступит в силу в Российской Федерации с начала 2025 года.

Минимальной ставкой для граждан с доходом в год не более 2,4 млн рублей в год установлена уже привычная 13 %. Годовой заработок от 2,4 млн до 5 млн рублей будет облагаться ставкой 15 %. Налог 18 % будут платить физические

лица с доходом от 5 млн до 20 млн рублей в год. Для части дохода от 20 млн до 50 млн в год определена ставка в 20 %. Максимальной ставкой для годового дохода выше 50 млн рублей утверждена ставка 22 %. Каждая вышеперечисленная сумма дохода в диапазоне действует включительно⁵.

Стоит обратить внимание, что повышенная ставка будет действовать лишь на превышенную сумму диапазона, а не на весь заработок. Для наглядности можно привести пример. Пусть некий гражданин Иванов имеет годовой доход 6 млн рублей. Для подсчета суммы, которую в итоге гражданин должен уплатить, используем 3 ступени прогрессивной шкалы:

$$2,4 \text{ млн руб.} \times 13\% = 312 \text{ тыс. руб.}$$

$$(5 \text{ млн руб.} - 2,4 \text{ млн руб.}) \times 15\% = 390 \text{ тыс. руб.}$$

$$(6 \text{ млн руб.} - 5 \text{ млн. руб.}) \times 18\% = 180 \text{ тыс. руб.}$$

Суммарный налог на доходы физических лиц составит 882 тыс. руб. вместо 800 тыс. руб. по действующей с 2021 года шкале налогообложения.

Опираясь на опыт развитых стран в части подоходного налогообложения, перейдем к оценке внедрения прогрессивной ставки налога на доходы физических лиц в России. Внедрение данной системы налогообложения, определенно, может использоваться как инструмент для восстановления социальной справедливости. Это может быть достигнуто благодаря перераспределению налоговой нагрузки с граждан с более низкими доходами на налогоплательщиков с более высоким заработком.

Применение прогрессивной шкалы сможет обеспечить увеличение поступления денежных средств в бюджет. Это не только приведет к устранению дефицита бюджета, но и, с большей вероятностью, повлечет за собой активную социальную политику в виде льгот и финансирования национальных проектов.

К сожалению, после внедрения прогрессивной ставки налогообложения в России могут произойти и негативные процессы. Расчеты экспертов РАНХиГС Елизаветы Мартыановой и Андрея Полбина свидетельствуют, что при увеличении поступлений подоходного налога неизбежно следует снижение ВВП². Это является результатом того, что работники с более высокой квалификацией потеряют мотивацию к труду. Даже если для большей части физических лиц налог останется неизменным, и их стимул к труду будет положительным, потери ВВП ожидаемы в долгосрочном периоде. Мы разделяем точку зрения, представленную в расчетах экспертов.

Также существует риск развития теневой экономики вследствие перехода на прогрессивную шкалу налогообложения, так как физические лица, не желая применения более высокой ставки, будут уклоняться от уплаты налогов и скрывать часть своих доходов.

В заключение хочется сделать вывод о том, что подоходный налог остается важной доходной частью бюджета государства, а применение прогрессивной ставки налогообложения в России в перспективе имеет как негативные, так и весомые позитивные аспекты.

Важно отметить, что в рамках исследования были рассмотрены развитые страны с разными формами государственного устройства, населением, успешно

использующие данную систему. Это может свидетельствовать о потенциальной эффективности введения изменений и укреплении позиций РФ на мировой арене.

Опыт других государств хоть и является удачным, но, тем не менее, вызывает неоднозначные последствия. В Германии и Китае наблюдается значительный разрыв по процентным пунктам между минимальной и максимальной ставками налога на доходы физических лиц. С одной стороны, данный метод помогает эффективно пополнять государственный бюджет. С другой стороны, при расчете подоходного налога могут возникнуть некоторые сложности.

В то же время в вышеперечисленных государствах определена сумма, не облагаемая налогом, что помогает уменьшить налоговую нагрузку на граждан с низкими доходами и реализовать идею социальной справедливости.

Также примечательно, что в США и Германии учитывается семейное положение граждан при определении налоговых ставок. Важным моментом является и наличие специальных льготных условий по возврату части уплаченного налога.

¹ Бельмесова, Ю.Н. Сравнительный анализ налога на доходы физических лиц в России и Китае / Ю.Н. Бельмесова // Вестник науки. 2023. Т. 4. № 11(68). С. 22–30.

² Деготькова, И. Эксперты оценили влияние прогрессии НДФЛ на экономику / И. Деготькова. - URL: <https://amp.rbc.ru/rbcnews/economics/26/03/2024/65dc81209a794785524101f7> (дата обращения 18.09.2024).

³ Дятлов, О.И. Прогрессивная шкала НДФЛ: сравнительно-правовой подход (опыт США, Германии и Китая) / О.И. Дятлов. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/progressivnaya-shkala-ndfl-sravnitelno-pravovoy-podhod-opyt-ssha-germanii-i-kitaya> (дата обращения 18.09.2024).

⁴ Кузнецов, Л.Д. Правовая модель налогообложения доходов в США / Л.Д. Кузнецов // Юридическая наука. 2021. № 8. С. 67–71.

⁵ Федеральная налоговая служба: официальный сайт. - URL: https://www.nalog.gov.ru/rn05/news/activities_fts/15068109/

THE PROGRESSIVE RATE OF TAXATION OF PERSONAL INCOME: PROSPECTS OF APPLICATION IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Korchashkina Daria Dmitrievna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: dasha20062103@yandex.ru

© 2024 Golovacheva Larisa Nikolaevna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: muln@mail.ru

Keywords: state, progressive rate, scale of taxation, personal income tax, tax system, tax reform.

This article examines the progressive scale of taxation of personal income approved in the Russian Federation, analyzes the main prospects for the application of this reform. The features of progressive taxation of income of citizens in the USA, Germany and China were considered. Based on the study of the experience of other states, the positive and negative consequences of tax reform were put forward.

НЕОБХОДИМОСТЬ СМЕНЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ЦЕНТРАЛЬНЫМ БАНКОМ РФ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

© 2024 Котельников Дмитрий Михайлович*
аспирант

Московский государственный институт международных отношений
(университет) МИД России
E-mail: dima.mikhail@bk.ru

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, закредитованность, технологический уклад, структурная трансформация экономики, потребительский рынок, инфляционное таргетирование, трансмиссионный механизм.

Статья посвящена анализу эффективности монетарной политики, проводимой ЦБ РФ с применением концепции инфляционного таргетирования как основного инструмента. Автор сопоставляет целевые и реальные показатели инфляции в России и объясняет, почему сосредоточение менеджментом ЦБ РФ на таргетировании инфляции исключительно с помощью повышения ключевой ставки не достигает заявленных целевых ориентиров, а также тормозит развитие экономики в целом.

За последние 2 года (начиная с февраля 2022 года) перед российскими властями остро встал вопрос переориентации национальной экономики с ориентированной на импорт на построение инновационной экономики, основанной на шестом технологическом укладе. С. Ю. Глазьев дает определение технологическому укладу как «целостному и устойчивому образованию, представляющему собой замкнутый цикл, объединяющий в себя цепочку от добычи и получения первичных ресурсов до производства конечного продукта с целью достижения цели обеспечения общественного потребления»¹. Однако достигает ли российская экономика целей, сформулированных в Указе Президента России «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года», который ставят задачу обеспечения экономического роста, технологического лидерства, сопровождающегося повышением благосостояния граждан? Является ли денежно-кредитная политика ключевым механизмом достижения устойчивого экономического роста российской экономики?

С.Ю. Глазьев отмечает, что ядром шестого технологического уклада являются: ИТ, наноэлектроника, нанохимия, наносистемная техника, клеточные технологии и т.д. Преимущество технологического уклада, по сравнению с преды-

* Научный руководитель – **Миловидов Владимир Дмитриевич**, доктор экономических наук, доцент, Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России.

дущими, заключается в резком снижении энергоемкости и материалоемкости производства, а также в конструировании материалов и организмов с заранее определенными параметрами.

Необходимость развития военно-промышленного комплекса заставляет правительство РФ осуществлять финансирование национальной экономики. Высокая загруженность оборонного комплекса обеспечивает высокие темпы экономического роста в последние годы. В частности, индекс деловой активности в обработке (PMI) в июне вырос до с 54,4 п. с 54,9 п.² Темпы производства и новых заказов стабильно увеличиваются за счет высокого внутреннего спроса. Отмечается также возобновление экспортных заказов. Темпы безработицы находятся на рекордно низких уровнях (по июльским данным, ее величина составила 2,4%)³. В целом, ситуацию можно охарактеризовать как умеренно-позитивную. Вместе с тем, едва ли можно делать выводы об успешности монетарных властей Российской Федерации в достижении целей структурной трансформации российской экономики и о переходе ее на шестой технологический уклад. Причины – в концептуальном подходе к определению целей денежно-кредитной политики.

При формулировании основных целей кредитно-денежной политики руководство Центрального Банка РФ проводит стратегию так называемого инфляционного таргетирования, заключающейся в поддержании уровня инфляции на отметке 4%⁴. Операционной целью считается сближение ставок overnight в сегменте money market с ключевой ставкой.

Инфляционное таргетирование достигается путем применения трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики (последовательность экономических связей, через которые ДКП обуславливает спрос и, как следствие, инфляцию). Ядром трансмиссионного механизма являются ставки и показатели доходностей на основных сегментах рынка, которые обуславливают друг друга (краткосрочные ставки money market напрямую зависят от ключевой ставки; краткосрочные же ставки обуславливают величины долгосрочных ставок и доходностей ОФЗ, доходность ОФЗ – доходность корпоративных облигаций, доходности облигаций и долгосрочные ставки денежного рынка – на кредитные и депозитные ставки). Процентный канал трансмиссионного механизма заключается в формировании привлекательности сбережений, потребления и инвестиций; кредитный и балансовый каналы – в возможности заемщиков предоставлять качественное обеспечение, а банков – увеличивать показатели кредитования; канал благосостояния обуславливает богатство инвесторов; валютный канал воздействует на курс рубля.

Насколько успешно Центральный Банк достигает таргета по инфляции? Согласно данным Росстата, уровень годовой инфляции по итогам 2023 года составил 7,42%. Летом 2024 года темпы инфляции ускорились, достигнув 9,13% в годовом выражении⁵. Можно сделать вывод о том, что реальные значения инфляции более чем в 2 раза превышают таргет, заданный руководством Центрального Банка РФ.

Доцент кафедры институциональной экономики ГУУ, академик РАЕН Константин Андрианов отмечает, что величина учетной ставки в России значительно

превышает аналогичный показатель в развитых странах (в три с лишним раза инфляцию в США и четыре раза показатели в КНР). При этом темпы инфляции в Китае в четыре раза ниже, чем в РФ. Причины такой неэффективной политики заключаются в немонетарной природе российской инфляции. К таковым можно отнести: сильный монополизм; низкую производительность труда; износ и амортизация основного капитала; ориентацию финансового рынка на спекулятивные, а не на инвестиционные операции. Более того, удорожание кредита для российских предприятий отражается в цене конечного продукта, что и ложится бременем на предприятия малого и среднего бизнеса, и, как следствие, на конечного потребителя. По оценкам экспертов, стоимость заемных средств для российских компаний реального сектора составляет 20-25% (при уровне средней рентабельности в 5-6%). То есть, предприятия не имеют возможности кредитоваться из-за неподъемной стоимости кредитных средств.

На наш взгляд, достижение целей по инфляционному таргетированию следует начинать не с повышения, а наоборот, со снижением учетной ставки, чтобы обеспечить доступное кредитование предприятиям МСБ в реальном секторе экономики. Насыщение потребительского рынка товарами отечественного производства позволит населению в меньшей степени испытывать инфляционные шоки, возникшие при снижении притока импортных товаров вследствие введения западных санкций. Также следует пересмотреть долговую политику по отношению к предприятиям инновационного сектора (тех товаров, производство которых поможет российской экономике перейти на шестой технологический уклад). Иными словами, следует смягчить меры, применяемые к данным предприятиям, при возникновении риска неплатежей со стороны банковских организаций. Также следует стимулировать кредитные организации сосредоточиться на инвестиционных программах; в то время как чисто спекулятивные операции обложить дополнительными налогами с целью повышения привлекательности инвестиций в реальный сектор, поскольку большинство банков не вкладываются в сектор реальной экономики из-за временного лага, происходящего от момента инвестирования до выхода на точку безубыточности. Именно инвестиционная, а не спекулятивная экономика, и является основой экономического роста, конечной целью которого станет благосостояние граждан и, как следствие, стабилизация роста цен на приемлемых для массового сегмента уровнях.

¹ Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике. Под ред. Глазьева С.Ю., Харитоновой В.В //М.: Тривант, 2009 – 304 с.

² S&P: PMI. URL: <https://showdata.gks.ru/finder/> Дата обращения: 22.09.2024

³ Росстат: безработица. URL: <https://showdata.gks.ru/finder/> Дата обращения: 22.09.2024

⁴ Центральный банк РФ. URL: https://www.cbr.ru/dkp/objective_and_principles/ Дата обращения: 22.09.2024 г.

⁵ Центральный банк РФ. URL: <https://www.cbr.ru/press/reginfl/?id=48182> Дата обращения: 22.09.2024 г.

SHIFTING THE PARADIGM, CHANGING THE BASIC CONCEPTS OF THE CBR'S MONETARY POLICY

© 2024 Kotelnikov Dmitrii Mikhailovich*

Postgraduate student

MGIMO University

E-mail: dima.mikhail@bk.ru

Keywords: monetary policy, debt load, technological order, structural transformation of the economy, consumer market, inflation targeting, transmission mechanism.

This article analyzes efficiency of the CBR's monetary policy using inflation targeting as the main policy instrument. The author compares and contrasts concepts such as liquidity and solvency of the company, which directly affect the core business. The author considers real figures and benchmarks of the inflation rate in the Russian Federation and proves inefficiency of raising of the interest rate in order to target inflation, that leads to stagnation in general.

* Scientific adviser – **Milovidov Vladimir Dmitrievich**, Doctor of Economics, Associate Professor, MGIMO University.

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЯМЫХ ЗАТРАТ НА ГОТОВУЮ ПРОДУКЦИЮ В ПИВОВАРЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

© 2024 Кривоногов Алексей Михайлович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: a.krivonogov15@yandex.ru

Ключевые слова: калькулирование себестоимости, попередельное калькулирование, полуфабрикаты собственного производства, управленческий учет.

Статья посвящена актуальным вопросам формирования в управленческом учете информации о расходе сырья с целью выполнения требований законодательных актов в отношении прослеживаемых товаров, используемых в процессе производства пива. Раскрыты технологические особенности процессов производства пива и показано их влияние на выбор методики учета прослеживаемых товаров и калькулирования себестоимости готового продукта. Сделан вывод о необходимости разработки универсального инструмента учета для отслеживания прямых и косвенных затрат по процессам с учетом технологических особенностей отрасли.

Современная пивоваренная отрасль, в прочем, как и вся алкогольная промышленность, в связи с производством подакцизных продуктов, имеет высокую подотчетность в связи с обязательным выполнением требований Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ. В указанном законодательном акте содержатся требования по обязательному соблюдению содержания доли солода от общей массы сырья в конечном продукте.

Необходимость контроля соблюдения норм потребления закупаемого сырья с учетом технологических среднестатистических потерь на конечный продукт обуславливается не только выполнением норм федерального закона, но и требованиями анализа исполнения бюджета по фактическим продажам, расчета себестоимости и для решения других финансовых задач компании. Проблемными вопросами являются возможные финансовые и имиджевые риски в случае возникновения ошибок в расчете долей сырья в готовом продукте, вплоть до приостановления деятельности предприятия, в связи с необходимостью жесткого соблюдения законодательных требований, а также возникающие погрешности в учете в натуральных величинах, в то время как в управленческой отчетности информация зачастую представлена в стоимостной оценке.

* Научный руководитель – **Корнеева Татьяна Анатольевна**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

Цикл производства пива является длительным, характеризуется наличием больших объемов незавершенного производства, зачастую превышающим объем продаж за отчетный месяц. Производственный процесс в производстве пива имеет сложную технологическую цепочку переработки полуфабрикатов, таких как объединение нескольких полуфабрикатов в один, и деление одного полуфабриката на множество полуфабрикатов, что значительно усложняет задачу расчета норм потребляемого сырья на конечную продукцию.

Технологические особенности организации производственных циклов производства пива являются определяющими в постановке управленческого учета процессов производства пива, в том числе с целью выполнения учетом функции комплаенс-контроля. Особую актуальность это приобретает в компаниях, являющихся субъектами малого предпринимательства¹.

Традиционное производство пива состоит из трех основных этапов производства. Первый этап - это производство сусла, включая процесс переработки солода и другого несоложенного сырья, в результате которого образуется сусло, содержащие сахара необходимые для процесса брожения.¹ Следующий этап - это брожение. Процесс брожения является длительным, по классической рецептуре этап длится 21 день и более. Для брожения обычно используются большие емкости. Производится несколько варок, обычно до пяти. После варки заполняют емкость для брожения. Процесс заполнения длится обычно до суток, но есть исключения, когда процесс может длиться до двух суток.

Брожение является важнейшим этапом производства пива, при этом происходит сбраживание дрожжами содержащего в сусле сахара в этанол и углекислоты. В этом процессе особую роль играет то, что во время брожения в ходе метаболизма дрожжей возникают побочные продукты, которые наряду с составными частями хмеля в значительной мере определяют вкус и аромат пиву. Биохимическое созревание и обуславливает длительность стадии брожения. Экономически это самый затратный процесс из-за своей длительности, большого объема незавершенного производства и высоких запасов готовой продукции, которые вынуждены держать производители пива из-за высокой инертности производства при реагировании на изменения спроса. Все это увеличивает рабочий капитал, отвлекая ресурсы компании.

Последним этапом идет фильтрация пива. После брожения пиво надо отфильтровать от дрожжей, чтобы оно приобрело янтарный цвет и вид, к которому привыкли потребители. При этом емкости хранения фильтрованного пива всегда меньшего объема, чем емкости брожения. При фильтрации происходит деление полуфабриката этапа брожения на полуфабрикаты процесса фильтрации. При этом, часто полуфабрикат «пиво на брожении», идет на несколько полуфабрикатов на последующем этапе. При купажировании разных сортов пива или при добавлении сока появляется линейка разных сортов пива и пивных напитков. Так пивоварни борются с издержками, связанных с длительным циклом брожения, производя несколько материнских полуфабрикатов, а за счет купажирования и использования компаундов на фильтрации увеличивают ассортимент готовой продукции (пива и пивных напитков), при этом исключая большой ассортимент

полуфабрикатов «пиво на брожении». Это эффективное решение, которое значительно снижает издержки компании, но которое усложняет учет прослеживаемого потребляемого сырья и расчет себестоимости готовой продукции.

Сложная технологическая цепочка взаимосвязанных процессов ставит сложную задачу перед современными системами автоматизации учета на предприятиях². Есть несколько методик распределения сырья на конечный продукт в пивоваренном производстве на данный момент, реализованных в программных комплексах управления компанией. Почти все основаны на передельном методе учета с расчетом себестоимости полуфабрикатов каждого передела.

При передельном методе учета с расчетом себестоимости полуфабрикатов каждого передела завершенную продукцию каждого из переделов учитывают по себестоимости соответствующего передела, включающей себестоимость полуфабриката предшествующего передела³. Для учета полуфабрикатов используется счет 21 «Полуфабрикаты собственного производства». По дебету отражается поступление полуфабриката из передела «Брожение», по кредиту отражается передача полуфабриката в передел «Фильтрация» для дальнейшей переработки. В данном случае исходным ресурсом для производства готового продукта будет являться полуфабрикат предыдущего передела. Данная система является самой распространенной для учета незавершенного производства в попередельном производстве. Позволяет достоверно оценивать себестоимость в сложных длительных циклах производства с большим объемом полуфабрикатов. Система адаптирована для учета прямых затрат и позволяет распределять распределяются косвенные сметные затраты.

Основным недостатком полуфабрикатного метода является трудоемкость расчетов себестоимости на каждом промежуточном этапе. Кроме того, при использовании этого метода значительно возрастают обороты по счету 20, особенно при большом количестве стадий технологического процесса, так как себестоимость полуфабрикатов каждой последующей стадии в этом случае складывается из затрат этого этапа обработки и себестоимости полуфабрикатов, рассчитанной на предыдущем этапе.

При этом методе отсутствует информация о фактическом количестве сырья в натуральных величинах, израсходованного на готовую продукцию. В связи с этим предлагается использовать модифицированные методики формирования информации о расходе сырья на готовую продукцию в управленческой отчетности.

В качестве такой модифицированной методики может быть использован расчет на основании ресурсных спецификаций. В автоматизированной системе управленческого учета предлагается рассчитывать нормативное потребления сырья на основании ресурсных спецификаций с учетом нормативных потерь. Поддержание актуальных рецептов трудоемкий процесс, с большими рисками влияния человеческого фактора. Ошибка внесения неверных данных, в рамках бюджетирования потребности на следующий шаг может приводить или к избыточному резервированию ликвидности или наоборот к дефициту ликвидности для поддержания операционной деятельности. При этом, конечно, не видно фактиче-

ское потребления сырья на каждый SKU готовой продукции, что является существенным недостатком методики, основанной на ресурсной спецификации.

Другим подходом, лишенным недостатков предыдущего метода, может служить отчет прослеживаемости сырья. В стандартном решении от SAP есть отчетность по развертыванию от партии готовой продукции до списания сырья на все полуфабрикаты, используемые на всех этапах производства данной партии готовой продукции, где детализируется израсходованное сырье в натуральных величинах. Формирование отчета для одной партии занимает не менее 10 минут, из-за обработки большого массива данных, при среднемесечном объеме партий 1500-2000 шт. понятно, что затраты на требуемые серверные мощности нивелируют положительный экономический эффект от формирования данной отчетности.

Таким образом, перед разработчиками систем автоматизации бизнес-процессов все острее стоит задача разработки универсального инструмента учета для отслеживания прямых и косвенных затрат по процессам, позволяющего вести учет затрат на любом производстве с учетом его индивидуальных технологических решений.

¹ Корнеева, Т. А. Особенности учетного процесса в субъектах малого бизнеса / Т. А. Корнеева, Т. Е. Татаровская // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. – № 10(144). – С. 59-67. – EDN UQMZWD.

² Учетно-аналитическая информационная составляющая эффективного развития предприятий / Н. А. Игошина, Т. А. Корнеева, В. А. Маняева [и др.] ; Под общей редакцией доктора экономических наук, профессора В.А. Пискунова. – Самара : Самарский государственный экономический университет, 2021. – 164 с. – ISBN 978-5-00176-039-9. – EDN CHWSIT.

³ Кузьмина, О. Н. Функционально-стоимостный анализ в решении организационно-управленческих задач: теоретические основы и методика проведения / О. Н. Кузьмина, Т. А. Корнеева, Г. А. Шатунова. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2015. – 102 с. – ISBN 978-5-16-010867-4. – DOI 10.12737/7538. – EDN UBBVAL.

THE PROBLEMS OF ACCOUNTING FOR THE DISTRIBUTION OF DIRECT COSTS FOR FINISHED PRODUCTS IN THE BREWING INDUSTRY

© 2024 Krivonogov Alexey Mikhailovich*

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: a.krivonogov15@yandex.ru

Keywords: cost calculation, cost calculation, semi-finished products of own production, management accounting.

The article is devoted to topical issues of formation of information on the consumption of raw materials in management accounting in order to meet the requirements of legislative acts in relation to traceable goods used in the beer production process. The technological features of beer production processes are disclosed and their influence on the choice of accounting methods for traceable goods and calculating the cost of the finished product is shown. It is concluded that it is necessary to develop a universal accounting tool for tracking direct and indirect costs of processes, taking into account the technological features of the industry.

* Scientific adviser – **Korneeva Tatyana Anatolyevna**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНОГО МЕДИАМАРКЕТИНГА

© 2024 Куликова Алиса Арсеньевна*
студент

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

Ключевые слова: SMM, маркетинг, потребители, проблемы, перспектива, бизнес.

В статье рассматриваются концепция и развитие социального медиамаркетинга. Подробно описаны проблемы социального медиамаркетинга и даны рекомендации по их устранению.

Социальные медиа в современности стали неотъемлемой частью повседневной жизни любого человека и оказывают влияние на становление и развитие бизнеса. Социальные платформы сейчас представляют уникальные возможности для активного взаимодействия с аудиторией, как с потенциальными, так и с постоянными покупателями. Социальные сети обладают огромным объемом информации о своих пользователях (пол, возраст, место жительства и так далее), что позволяет компаниям продвигать свои продукты и услуги подбирая нужного клиента. Именно в этом контексте возникло понятие SMM – стратегия маркетинга, направленная на продвижение продуктов и услуг через социальные сети.

С января по август 2023 года на российском рынке запустилось 7337 новых брендов¹, с учетом того, что давно адаптированные бренды находили для себя выходы в новые сегменты и ситуации потребления. Тем не менее, чтобы бизнес развивался и продвигался в социальных сетях, следует учитывать основные проблемы SMM, и устранять их.

Как можно заметить, SMM – это некий инструмент для привлечения потребителей и увеличения узнаваемости бренда. Существует несколько способов того, как SMM влияет на потребителей: увеличение узнаваемости бренда, стимулирование вовлеченности, создание доверия и лояльности бренда, отслеживание и анализ поведения аудитории, и другие. Они основаны на укреплении любыми способами отношений с клиентами. Есть и определенные методы, по которым может действовать социальный медиа маркетинг – белые, серые и черные методы. Под первым методом подразумевается открытый маркетинг, например, таргетированная реклама. Серый маркетинг это про спам, накрутку ботов, а черный – это тот, что нарушает правила социальных сетей вплоть до уголовного пре-

* Научный руководитель – Шарикова Юлия Витальевна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

ступления. Для продвижения товаров и услуг используются социальные платформы, которые являются ключевыми на российском рынке: ВКонтакте и Телеграмм.

Эффективность использования SMM проявляется в разные временные промежутки, в зависимости от специфики отрасли и продукта². Однако можно предположить, в какие сроки можно ожидать результаты. Прогноз временной эффективности SMM зависит от типа товара или услуги:

1. Товары или услуги с сезонным спросом - результаты могут быть видны во время сезонного пика.

2. Товары и услуги с круглогодичным спросом - результаты могут появиться в течение всего года.

3. Товары с ограниченным предложением, которые могут быть успешно проданы через социальные сети уже после первого показа - результаты могут быть достигнуты быстрее.

Таким образом, прогнозирование временной эффективности SMM зависит от характеристик продукта или услуги. Основным его преимуществом является то, что компаниям свойственно достигать целевой аудитории точно, учитывая их предпочтения и поведение³. Данное преимущество позволяет снизить затраты на рекламу и повысить конверсию, так как посыл рекламы будет более релевантным для пользователей.

Итак, рассмотрим распространенные проблемы, с которыми можно столкнуться в социальном медиамаркетинге. Основная сложность состоит в оценке его эффективности и влияния на бизнес. Корень этой проблемы можно найти в отсутствии четких и объективных мерок влияния и успеха. Существует традиционный маркетинг, который позволяет рассчитать конкретные показатели, например, ROI. Социальный медиамаркетинг в большинстве своем построен на субъективной точке зрения, которая предоставляется, например, в виде лайков, комментариев. Так как эта категория не всегда отражает реальный успех, качество и возможности бизнеса сложно оценить его эффективность. Следующая немало важная проблема заключается в сложности атрибуции результатов кампаний в социальных сетях. Это происходит из-за того, что пользователи часто взаимодействуют с огромным количеством контента на абсолютно разных платформах и устройствах. Следствием этого является сложность определения точного источника конверсии⁴. Еще одним аспектом является неоднородность аудитории на различных платформах. Каждая социальная сеть уникальна и поэтому то, что на одной платформе может получить успех, то на другой совсем наоборот. Например, клиент может выбрать Wildberries, чтобы совершить покупку товара, а не Ozon из-за более удачной на его субъективный взгляд рекламы.

Чтобы улучшить эффективность социального медиамаркетинга, можно разработать структуру мониторинга влияния на бизнес. По подсчетам и оценкам внутренних агентов и сотрудников можно будет определить успех маркетинга. Помимо этого, можем порекомендовать больше общаться с аудиторией в социальных сетях, изучать конкурентов и их рекламные возможности. Также, можно изу-

чать эффективность по структурам, бизнесам и только после этого собирать, и рассчитывать полную статистику.

Рассмотрим перспективы и тенденции социального медиамаркетинга. Итак, одной из перспектив является видеоконтент. Видео привлекает все большее внимание аудитории и создают некую эмоциональную связь, и об этом говорит именно рост популярности данного типа контента. Компании все чаще начинают раскрывать данный тип маркетинга, создавая красивый визуал. По статистике около 90% маркетологов говорят, что видео привлекает больше клиентов в компанию⁵. Интерактивный контент, который подразумевает голосования, опросы, всевозможные игры, также позволяет активно взаимодействовать с аудиторией и повысить узнаваемость бренда. На наш взгляд, одной из тенденций является привлечение инфлюенсеров. Их аудитория может быть, как маленькой, так и большой – главное, чтобы они активно смогли продавать ваш продукт. Сотрудничество компаний с ними позволит создать более подлинные и эффективные кампании, которые будут лучше резонировать с целевой аудиторией. Еще одной важной перспективой социального медиамаркетинга является возможность увеличения узнаваемости бренда. Публикация качественного и интересного контента на социальных медиа платформах позволяет компаниям установить контакт с аудиторией и создать позитивное впечатление о своем бренде. Это может способствовать повышению уровня лояльности потребителей и улучшению репутации компании. Также, перспективой является растущая роль SEO в социальных медиа. Search Engine Optimization играет все более важную роль в социальных медиа, поскольку пользователи часто используют поисковые системы для нахождения нужной и актуальной информации о товарах и услугах, а также самих организациях.

Успешный SEO представляет собой качественный контент, например, инфографика, статьи и так далее. По прогнозам экспертов именно, данный вид инструмента, как канал продвижения, будет популярным в ближайшей перспективе⁶. Это также объясняется тем, что большая доля крупных брендов находится в поисковой выдаче – 93% посещений веб-сайта начинается с поисковой системы. В современном мире также набирает обороты популярность искусственного интеллекта, поэтому его плотное внедрение может стать ключевой маркетинговой стратегией. Благодаря ИИ можно достичь оптимизации рекламных кампаний и упрощенно анализировать большой объем данных. Таким образом, 83% компаний называют ИИ ведущим приоритетом в их бизнесе, а 97% владельцев бизнесов уверены, что Chat GPT поможет им в работе⁷.

В заключение хотелось бы подвести итоги рассматриваемым аспектам социального медиа маркетинга. Основной проблемой является – сложность оценивания эффективности. И это логично, ведь потребитель субъективен и в целом контента у него каждый день очень много, что может изменить влияние на итоги маркетинговой работы. В прочем нами были даны некоторые рекомендации по избеганию проблем в рассматриваемой сфере. Самая главная тенденция – рост значимости видеоконтента.

¹ Студия Чижикова, «Как изменился бизнес в соцсетях»// дата публикации: 17.01.2024/

² Джагарян, Д.А. Интернет-маркетинг как перспективный метод продвижения продукции и услуг в интернете [Текст] / Д.А. Джагарян // Университетская наука – региону Ма-
териалы VI ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и
молодых ученых. Под редакцией Л.И. Ушвицкого, А.В. Савцовой. – 2018. – С. 339-341.

³ Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-
маркетингу

⁴ Злобина Н., Завражина К. Маркетинг в социальных сетях: современные тенденции и
перспективы // π-Economy. 2015. №6 (233).

⁵ Статистика видеоконтента в 2024 году//дата обращения: 10.04.2024

⁶ Мезенцева Екатерина, Тренды SEO: что будет популярно в 2024 году [Текст] /
05.01.2024

⁷ DemandSage. 133+Essential SEO Statistics for 2024// URL: <https://www.demand-sage.com/seo-statistics/>

PROBLEMS AND PROSPECTS OF SOCIAL MEDIA MARKETING

© 2024 Kulikova Alisa Arsenyevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: super.alisakuliko@yandex.ru

Keywords: SMM, marketing, consumers, problems, prospect, business.

In this article the authors consider the concept and development of social media marketing. Also, the problems of social media marketing are considered in detail. The authors gave recommendations for business to eliminate them. The article also considers prospects of SMM in the field of small and medium-sized business. In conclusion, the authors presented conclusions on the scientific article and made recommendations.

* Scientific adviser – **Sharikova Yulia Vitalievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ФОНДОВОГО РЫНКА РФ

© 2024 Курбатов Андрей Александрович*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kurbatov094@gmail.com

Ключевые слова: фондовый рынок, инициатива, инфраструктура, домохозяйства, финансовая система.

Автором определена роль фондового рынка в экономике государства для решения ряда проблем, возникающих в процессе функционирования финансовой системы. В статье выделены способы развития инфраструктуры фондового рынка, необходимого для устойчивого экономического роста государства. Проведен анализ современной законодательно-нормативной базы, способствующей развитию фондового рынка в РФ.

Фондовый рынок – это элемент финансовой системы страны, который еще и является частью финансового рынка¹. Соответственно его развитие положительно сказывается на состоянии финансовой системы, а также на экономике всего государства. Проанализировав законодательно-нормативные акты, была определена роль фондового рынка в экономике и финансовой системе.

Роль фондового рынка значима в экономике т.к. благодаря рынку ценных бумаг, государство может решать ряд проблем, которые перед ним возникают:

- 1) Покрытие дефицита государственного бюджета.
- 2) Влияние на темпы инфляции через регулирование объема денежной массы в обращении путем выпуска государственных ценных бумаг.
- 3) Привлечение денежных средств на реализацию конкретных программ и проектов.
- 4) Оценка состояния экономики благодаря индикаторам фондового рынка.

Значение рынка ценных бумаг для компаний не меньше, чем его значение для государства, ведь благодаря ему, компании могут изыскать дополнительные средства на реализацию собственных проектов или на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее НИКОР). Это положительно сказывается на состоянии компаний. В конечном счете, это выльется в большие значения прибыли и налоговых поступлений в бюджет страны, а также повышении заработных плат граждан. Результатом НИОКР станет, в том числе и более развитое и эффективное производство, что позволит, во-первых, увеличить ассортимент на рынке товаров и услуг и, во-вторых, более экономично расходу-

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

вать как человеческие, так и ископаемые ресурсы нашего государства. Домохозяйствам же фондовый рынок открывает возможность получения дополнительной доходности, которая традиционно выше, чем ставки по вкладам, что позволяет им сохранять покупательную способность отложенных средств. Но также это является плюсом и для всей экономики страны, т.к. сбережения домохозяйств, которые не идут в инвестиции считаются «изъятиями» из экономики, что негативно сказывается на темпах ее роста. В свою очередь именно фондовый рынок позволяет трансформировать сбережения в «инъекции» в экономику и повысить темпы роста производства и экономики в целом.

Из перечисленных выше возможностей фондового рынка становится понятно, что его развитие необходимо для устойчивого экономического роста страны. Поэтому вопрос его развития должен постоянно находиться в центре внимания. Способы же, которыми можно это развитие осуществить, можно разделить на 2 категории:

- 1) Развитие инфраструктуры рынка,
- 2) Привлечение на фондовый рынок лиц, ранее не имевших к нему интереса.

При этом данные направления взаимосвязаны и развиваются параллельно друг с другом.

Под развитием инфраструктуры фондового рынка понимается степень его законодательной регулируемости, а также количества финансовых институтов, повышающих эффективность работы рынка. В данном случае будут рассмотрены инициативы, которые развивают инфраструктуру рынка и направлены прямо или косвенно на привлечение новых инвесторов, которыми выступают домохозяйства. Такая значимость домохозяйствам отводиться по причине того, что на фондовом рынке, домохозяйства - чистый кредитор и источник средств для развития финансовой сферы и экономики. Одним из факторов, необходимых для привлечения новых участников на рынок ценных бумаг является надежный механизм защиты прав инвесторов. Именно развитие в направлении защиты и создания безопасности инвестора — это путь, который привлечет на фондовый рынок большее число новых инвесторов.

Был проведен анализ далее перечисленных инициатив, направленных на развитие фондового рынка. В 2024 году – разработан новый порядок снятия денежных средств с ИИС-3 без прекращения действия договора². Введение данного порядка способствует повышению привлекательности у такого типа брокерских счетов. Поскольку главным недостатком всех типов ИИС является необходимость сохранения денежных средств на счете не менее трех лет для сохранения налогового вычета, то многие отказываются от его открытия, аргументируя свою позицию с точки зрения того, что могут происходить непредвиденные обстоятельства в жизни, который потребуют немедленного изъятия денежных средств со счета. Данное нововведение позволяет снимать денежные средства с ИИС-3, если они будут потрачены на сохранение здоровья. Такая инициатива позволяет донести до потенциальных инвесторов, что самая ценная категория человеческих потребностей остается в безопасности, что открывает возможности для нового взгляда на перспективу открытия ИИС-3 для граждан. Также интересным новов-

ведением на фондовом рынке станет система страхования брокерских счетов³. Данный проект, по словам представителей Минфина, находится уже на стадии финализации. Стоит вспомнить, что традиционно у населения слабое доверие к финансовой системе страны, которое является отголосками прошлых кризисов. В данном же случае, если брокер обанкротится, то его клиенты получают компенсацию, то есть остаются защищены от ошибок финансовой системы. Если потенциальный инвестор будет уверен в том, что его денежные средства защищены на законодательном уровне от ошибок со стороны финансовых институтов, то он будет больше склонен к ведению инвестиционной деятельности, что положительно отразится на количестве активных брокерских счетов, и соответственно на развитии фондового рынка. Не меньшее влияние окажет и уже принятая инициатива, которая будет реализована в 2025 году. Заключается она в создание новой категории клиентов брокерских компаний – с начальным уровнем риска⁴. Для такой категории лиц, будет снижен размер кредитного плеча, что позволит начинающим инвесторам отгородить себя от риска, к которому они в силу своих недостаточных компетенций и отсутствия большого опыта в торговле не готовы. Такое снижение риска позволит уменьшить потенциальные потери начинающего инвестора, что положительно скажется на их оценке безопасности вхождения на рынок.

После рассмотрения уже принятых инициатив, будут проанализированы обсуждаемые инициативы и важность их принятия. Одной из таких инициатив станет, выдвинутая Мосбиржей идея о введение индекса инсайдерской торговли⁵. Данный индекс будет рассчитываться для отдельно взятой бумаги и показывать, какое влияние имеет инсайдерская информация на формирование ее рыночной стоимости. Значение такого индекса очень велико, поскольку он ограждает инвесторов от бумаг, по которым они не имеют равный доступ к информации в сравнении с отдельными участниками рынка. Из-за чего они будут не в состоянии полноценно оценить факторы, оказывающие влияние на ценообразование акции, а значит и просчитать потенциальные выгоды от владения активом и риски их получения. Следующая обсуждаемая инициатива тоже была выдвинута Мосбиржей. Заключается она в маркировании акций компании, которые не учитывают интересы миноритариев⁶. Это позволит инвесторам распознавать акции, которые несут в себе помимо стоимостных рисков еще и риски учета их прав. Ведь если интересы миноритариев не учитываются, то это может проявиться в необоснованных размываниях долей миноритариев через проведение дополнительной эмиссии акций или же в виде чрезмерных выплат топ менеджменту компании в ущерб выплате дивидендов для акционеров. Также Мосбиржей обсуждается необходимость ужесточения наказания для компаний, нарушающие правила делистинга⁷. Делистинг – довольно страшное слово для владельцев ценных бумаг компании. Если публичное акционерное общество собирается отказаться от своего статуса публичного, то лица, которые не согласны с данным решением могут продать свои акции обществу. Оно должно выставить офер владельцам о выкупе их акций. Но в настоящее время существуют «лазейки», из-за которых компания может совершить делистинг без выкупа акций у несогласных лиц. В таком случае

грубо нарушаются права миноритарных акционеров, которые они зачастую не в состоянии самостоятельно защитить. Поэтому обсуждение данной инициативы должно продолжаться вплоть до конкретного решения по данному вопросу.

Кроме совершенствования системы регулирования торгов обсуждается и вопрос их объема и времени. Так Центральный Банк выносил на обсуждение ведения торгов по выходным дням⁸. Данное решение имеет как плюсы, так и минусы. Если говорить о плюсах, то такой режим торгов позволит привлечь на рынок домохозяйства, которые были не в состоянии торговать по будним дням. Но с другой стороны торговля по выходным отнимает выходные у лиц, которые не воспринимает торговлю на рынке как работу, потому что тогда им придется и на выходных наблюдать за рынком, чтобы не пропустить важные события, которые могут изменить стоимость принадлежащих им бумаг.

Как можно заметить, инициатив как принятых, так и обсуждаемых за 2024 год большое количество, и направлены они на улучшения положения инвестора, а также на защиту его прав. Безусловно, такой подход со стороны регуляторов говорит о том, что рынок развивается. Все эти действия помогут привлечь большее число инвесторов, сделать рынок более понятным и защищенным для начинающих инвесторов, привлечь как можно больше инъекций в экономику. Что положительно отразится на развитии, как финансовой системы, так и всего государства.

На основании вышеперечисленного было определено, что развитие инфраструктуры рынка и количество новых инвесторов — это взаимосвязанные категории. Это доказывает следующая информация, публикуемая Мосбиржей: рост количества частных инвесторов с 30 миллионов на конец января 2024 года⁹ до 33 миллионов на конец августа 2024 года¹⁰. Рост продолжался даже в месяцы, когда рынок находился в стадии коррекции. Это говорит о том, настроение населения, в лице потенциальных инвесторов, по отношению к фондовому рынку меняется. Чувствуется большее доверие, со стороны населения к рынку и его институтам. Что может быть вызвано принятием и разработкой новых инициатив, подобных тем, что были рассмотрены в данной работе.

Резюмируя сказанное выше, можно однозначно сказать, что фондовый рынок Российской Федерации продолжает развиваться, при этом становясь более понятным и защищенным для начинающих инвесторов, что сказывается на их постоянном притоке, на рынок. Сохранение такой тенденции позволит и дальше трансформировать сбережения домохозяйств в инвестиции, что пойдут на развитие и укрепление экономики, а также повышать степень доверия населения к финансовой системе, что также положительно скажется на дальнейшем развитии экономики. Поэтому государство и прочие структуры, связанные с фондовым рынком должны и дальше заниматься с его развитием, чтобы однажды капитализация нашего фондового рынка смогла составить конкуренцию уже развитым рынкам.

¹ Дождева Е.Е., Самарин Д.С. Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей XVII Всероссийской научно-практической конференции.

В 2-х частях, Самара, 22 марта 2024 года. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2024. – С. 237-241. – EDN RXIHAS.

² Проект указания Банка России о получении выплат с ИИС третьего типа. URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=18460>. Дата обращения: 11.09.2024

³ Заявление Министерства Финансов о разработке механизма страхования средств граждан на брокерских счетах. URL: <https://tass.ru/ekonomika/21816455>. Дата обращения: 11.09.2024

⁴ Указание Банка России о введении новой категории клиентов брокеров. URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=18826#highlight=банк%7Сроссии%7Сгода%7Ссводит%7Сновую%7Скатегорию%7Склиентов>. Дата обращения: 12.09.2024

⁵ Заявление управляющего директора по комплаенсу и этики бизнеса Московской Биржи Ирины Грековой. URL: <https://www.rbc.ru/quote/news/article/668d5b989a79471c31496b6b>. Дата обращения: 12.09.2024

⁶ НАФОР: Конференция «Российский Фондовый рынок 2024», стенограмма стратегической сессии «Индустрия и инфраструктура рынка». URL: <https://naufor.ru/tree.asp?n=28380>. Дата обращения: 12.09.2024

⁷ НОКС: Форум-2024. Сессия 1. «НОВЫЙ ВЗГЛЯД: вчера, сегодня, завтра корпоративного управления». URL: <https://nokc.org.ru/forum-2024-sessiya-1/>. Дата обращения: 13.09.2024

⁸ Заявление Центрального Банка о начале обсуждения возможности торгов на бирже по выходным дням. URL: <https://tass.ru/ekonomika/21222155>. Дата обращения: 13.09.2024

⁹ Данные по количеству частных инвесторов на Московской бирже по итогам января 2024 года. URL: <https://www.moex.com/n67292>. Дата обращения: 13.09.2024

¹⁰ Данные по количеству частных инвесторов на Московской бирже по итогам августа 2024 года. URL: <https://www.moex.com/n72763?nt=111>. Дата обращения: 13.09.2024

DEVELOPMENT OF THE INFRASTRUCTURE OF THE STOCK MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION

© 2024 Kurbatov Andrey Alexandrovich *

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kurbatov094@gmail.com

Keywords: stock market, initiative, infrastructure, households, financial system.

The article contains and evaluates the main news of 2024 concerning the infrastructure of the stock market of the Russian Federation. These will be discussed, as well as decisions already taken by such structures as the Central Bank, the Ministry of Finance, as well as the Moscow Exchange. All the news discussed in this article directly or indirectly affects the development of the stock market in the Russian Federation.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ В ОБЪЕМЕ ТОРГОВ КРИПТОВАЛЮТ И ИНДЕКСОВ АКЦИЙ В РАМКАХ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА

© 2024 Курганов Иван Дмитриевич*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: kurganovivan05@gmail.com

Ключевые слова: интеграция, блокчейн, инвестиционный инструмент, ценообразование, корреляционная зависимость, метод наименьших квадратов, прогнозирование.

Статья посвящена анализу корреляционной зависимости ценообразования криптовалют от фондового сегмента вследствие интеграции первых в широкий финансовый рынок и возможности построения на ее основе торгового индикатора в виде прогнозной модели пакета эконометрического моделирования Gretl, который, в свою очередь, можно применять при создании торговых стратегий. Для проведения анализа автором были рассмотрены торговые данные по Bitcoin и индексам: S&P 500, Nasdaq 100, Arca Gold Miners и Dow Jones Industrial Average за последние 5 лет.

На нынешнем этапе экономического развития криптовалютные активы довольно активно показывают все большую интеграцию в широкий финансовый рынок и становятся его незаменимой частью. Так на сегодняшний день криптовалюты используются и как средство платежа, обмена и меры стоимости наравне с традиционными фиатными деньгами¹, кроме того, на базе технологии блокчейна уже активно создается новая форма цифровых денег², и как возможность для вложений накопленных средств с целью инвестирования либо осуществления действий спекулятивного характера.

И если говорить про первый случай, то в государствах, официально узаконивших крипту в качестве платежного средства, а именно США, Японии, Германии, Испании и др., можно легально данными активами расплачиваться с контрагентами за предоставляемые ими товары и услуги, кроме того, в США в некоторых штатах так называемой «криптой» через посредничество сервиса «Paypal» можно также и с легкостью оплачивать налоги³. Помимо этого, благодаря сформированной правовой базе, криптовалюта интегрируется в продукты международных платежных систем, а именно «Visa» и «Mastercard», что проявляется в создании так называемых криптовалютных карт с участием таких крупных криптобирж, как «Binance», «Bybit» и т.п., где при совершении операции определенная сумма в криптоактивах списывается со счета плательщика и моментально конвертиру-

* Научный руководитель – Кузьмина Ольга Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

ется в национальную фиатную валюту для проведения последующей передачи контрагенту⁴.

Что касается второго случая, то криптовалюту можно использовать в качестве инструмента инвестирования либо спекуляций наравне с привычными акциями, причем совершать данные сделки можно напрямую, через криптоплатформы, храня сами криптоактивы в портфеле, так и опосредственно путем приобретения ETF на Bitcoin и Ethereum, торгующихся на NASDAQ, NYSE и CBOE⁵. Таким образом, благодаря такой «плотной» интеграции, криптовалюта стала одним из инструментов широкого финансового рынка, наравне с денежным, фондовым и долговым сегментами.

В связи с вышесказанным, ценообразование рынка криптовалютных активов, кроме собственных факторов, во многом также зависит от ценообразования того же фондового сегмента. И именно данную связь и хотелось бы более подробно рассмотреть. Здесь необходимо добавить тот факт, что зависимость наиболее ликвидных криптовалют от индексов акций можно использовать в качестве одного из индикаторов прогнозирования поведения цены первых в дальнейшем, что позволит «выстраивать» определенные спекулятивные стратегии.

Нужно сказать, что в качестве исходных данных при проведении анализа будут рассмотрены торговые значения по наиболее крупной криптовалюте, как Bitcoin (BTC) и следующим индексам акций, а именно: S&P 500 (SPX), Nasdaq 100 (NDX), Arca Gold Miners (GDM) и Dow Jones Industrial Average (DJI), где в качестве зависимой переменной (Y) в порядке очереди будут выступать одна из двух представленных криптовалют, а в качестве так называемых регрессоров (X1, X2, X3 и X4) выше представленные четыре индекса за период в пять лет (1 апреля 2019 года – 1 апреля 2024 года).

Теперь перейдем непосредственно к проведению самого анализа, который следует начать с построения корреляционной матрицы, где в роли зависимой переменной (Y) будет выступать Bitcoin (BTC).

Таблица 1

Корреляционная матрица с зависимой переменной Bitcoin (Y) и регрессорами S&P 500 (X1), Nasdaq 100 (X2), Arca Gold Miners (X3) и Dow Jones Industrial Average (X4)

	Y	X1	X2	X3	X4
Y	1,0	0,9	0,9	0,2	0,8
X1	0,9	1,0	1,0	0,2	1,0
X2	0,9	1,0	1,0	0,3	0,9
X3	0,2	0,2	0,3	1,0	0,1
X4	0,8	1,0	0,9	0,1	1,0

Источник: Торговые данные с финансовой платформы «Investing.com» за 2019-2024 гг.

Как можно видеть из представленной выше корреляционной матрицы, ход торгов по Bitcoin практически одинаково зависит от данных по таким трем индексам, как S&P 500 (X1), Nasdaq 100 (X2) и Dow Jones Industrial Average (X4). Что касается регрессора X3, под которым подразумевается индекс золотодобыва-

ющих компаний США (Arca Gold Miners), то с ним рассматриваемая криптовалюта проявляет наименьшую связь в 0,2 пункта.

Таблица 2

Корреляционная матрица с зависимой переменной Bitcoin (Y) и регрессорами S&P 500 (X1), Nasdaq 100 (X2), Arca Gold Miners (X3) и Dow Jones Industrial Average (X4)

Коэффициенты корреляции, наблюдения 1 – 61					
5% критические значения (двухсторонние) = 0,2521 для n = 61					
Y	X1	X2	X3	X4	
1,0000	0,8557	0,8614	0,2392	0,8226	Y
-	1,0000	0,9711	0,1990	0,9807	X1
-	-	1,0000	0,3127	0,9186	X2
-	-	-	1,0000	0,1347	X3
-	-	-	-	1,0000	X4

Источник: Торговые данные с финансовой платформы «Investing.com» за 2019-2024 гг.

Причем, если рассматривать корреляционную матрицу в более подробной ее вариации, то заметно, что наибольшую зависимость Bitcoin имеет с регрессором X2 в виде индекса Nasdaq 100 со значением в 0,8614. Затем уже в убывающей последовательности идут X1 (S&P 500) и X4 (Dow Jones) с данными в 0,8557 и 0,8226 соответственно.

Благодаря наличию довольно сильной зависимости ценообразования Bitcoin от трех индексов-регрессоров, сделаем приблизительные прогнозы по возможной стоимости первого.

Для данной задачи воспользуемся так называемым методом наименьших квадратов, которая, в свою очередь, по критерию Фишера является значимой с достоверностью 99%, и произведем прогноз приблизительной стоимости Bitcoin с достоверностью 98%.

Таблица 3

Метод прогнозирования поведения зависимой переменной Bitcoin на 01.05.2024 г.

Для 98% доверительных интервалов t(59, 0,01)=2,391				
Набл	Y	Прогнозирование	Ст. ошибка	98% доверительный интервал
62	Не определено	51509,8	9150,80	(29628,1, 73391,4)

Источник: Построения на основе пакета эконометрического моделирования Gretl.

Из представленной выше таблицы следует, что стоимость криптовалюты Bitcoin на 1 мая 2024 года за одну единицу составит 51509,8 долларов США. Если провести более углубленный анализ полученного результата в виде 51509,8 долларов США и действительной рыночной стоимости на 01.05.2024 г., равной 58652,30 долларов США, то будет отчетливо видно, что отклонение прогноза от действительного значения составит около 7143,22 доллара США или 12,17%. Таким образом, здесь можно сделать заключение о том, что прогнозируемые по

схеме «первое число каждого месяца» показатели имеют довольно значительные погрешности в своих значениях, что в свою очередь может привести к ошибочному построению торговой стратегии и возможным материальным потерям.

Поэтому с целью снижения вышеописываемого разрыва при прогнозировании, построим еще одну модель только уже с дневным объемом исходных данных, а именно за апрель месяц 2024 года.

Таблица 4

Метод прогнозирования поведения зависимой переменной Bitcoin на 01.05.2024 г.

Для 98% доверительных интервалов $t(31, 0,01)=2,453$				
Набл	Y	Прогнозирование	Ст. ошибка	98% доверительный интервал
34	Не определено	63601,1	1930,69	(58865,5, 68336,7)

Источник: Построения на основе пакета эконометрического моделирования Gretl.

Как можно видеть из обновленного прогноза цена за один Bitcoin стала уже 63601,1 долларов США, тем самым отклонение прогнозируемой стоимости от действительной на 1 мая 2024 года составило 7143,22 доллара США или 7,78%. Таким образом разрыв уменьшился на 2194,42 доллара США или на 4,39%, что выступает довольно позитивным фактором при построении собственной торговой стратегии.

Таким образом, между криптовалютами и рынком акций действительно прослеживается односторонняя корреляционная зависимость, которую можно применять при прогнозировании будущей стоимости первых. Но данную возможность необходимо использовать вместе с другими возможными индикаторами и осцилляторами, так как она имеет видимые погрешности в конечных результатах, которые в свою очередь, могут негативно сказаться на торговом портфеле.

¹ Что такое криптовалюта и как она применяется? / Kaspersky.ru – URL: <https://www.kaspersky.ru/resource-center/definitions/what-is-cryptocurrency> (дата обращения 12.07.2023)

² Central Bank Digital Currency. – URL: <https://cbdc.ru/> (дата обращения 01.03.2024)

³ Гудман А. Где можно платить криптовалютой: обзор стран / RB.RU – URL: <https://rb.ru/opinion/allow-crypto/> (дата обращения 06.03.2023)

⁴ Лучшие криптокарты в 2024: 20+ криптовалютных карт Visa/Mastercard / Profinvestment.com – URL: <https://profinvestment.com/cryptocurrency-cards/> (дата обращения 05.03.2024)

⁵ Давыдов-Громадин Д. Что такое биткоин-ETF. Как он работает и как влияет на рынок криптовалют / Rbk.ru – URL: <https://www.rbk.ru/crypto/news/650ec3d19a7947675a04deac?ysclid=lwru9hmx6q855654527> (дата обращения 22.04.2024)

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP IN THE VOLUME OF CRYPTOCURRENCIES AND STOCK INDICES WITHIN THE GLOBAL FINANCIAL MARKET

© 2024 Kurganov Ivan Dmitrievich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: kurganovivan05@gmail.com

Keywords: integration, blockchain, investment instrument, pricing, correlation dependence, least squares method, forecasting.

The article is devoted to the analysis of the correlation dependence of cryptocurrency pricing on the stock segment due to the integration of the former into the broad financial market and the possibility of constructing a trading indicator on its basis in the form of a forecast model of the Gretl econometric modeling package, which, in turn, can be used to create trading strategies. To conduct the analysis, the author reviewed trading data on Bitcoin and indices: S&P 500, Nasdaq 100, Arca Gold Miners and Dow Jones Industrial Average over the past 5 years.

* Scientific adviser – **Kuzmina Olga Yuryevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ПРИМЕРЫ ЗАРУБЕЖНЫХ МОДЕЛЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

© 2024 Литовченко Виктор Александрович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: mkonoval@mail.ru

Ключевые слова: потребительское поведение, расходы, сбережения, домашние хозяйства, государственное регулирование.

В статье рассматриваются проблемы и перспективы развития теории потребительского поведения опыта государственного регулирования в разных странах мира. Тенденции развития потребительского поведения в рассмотренных в статье странах в определенной мере подтверждают выводы, сделанные в ходе исследования.

Классификация моделей государственного регулирования потребительского поведения может варьироваться в зависимости от страны и ее социально-экономических особенностей. Выбор модели государственного регулирования потребительского поведения зависит от экономических особенностей страны, при этом каждая модель имеет свои преимущества и недостатки, влияющие на эффективность регуляторной политики.

В США на сегодняшний день сложилась одна из наиболее развитых моделей государственного регулирования потребительского поведения. Потребление, формируемое домохозяйствами, в США имеет определенную специфику, которая проявляется в соответствии с дифференциацией территорий страны. Законодательство позволяет устанавливать собственные правовые нормы для каждого отдельного штата, что закладывает основу для дифференциации в условиях хозяйствования. Под воздействием таких дополнительных факторов как располагаемые природные ресурсы и климатические условия все эти специфические характеристики приводят к тому, что каждый отдельный штат формирует хозяйственную систему в миниатюре, которая имеет тесные связи с прочими мини-системами США, но в рамках которой формируются специфические условия жизни населения¹. Результатом этого стало возникновение необходимости разработки специфических мер регулирования потребительского поведения для каждого отдельного штата. Учитывая хаотичность всей системы, у руководства страны нет возможности напрямую оказывать воздействие на потребителя, поэтому в каче-

* Научный руководитель – **Коновалова Мария Евгеньевна**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

стве основного рычага влияния было выбрано воздействие на потребительский рынок в форме введения норм и регламентов его функционирования.

Модель, используемая в скандинавских странах для государственного регулирования потребительского поведения, имеет множество преимуществ, таких как высокий уровень здравоохранения и социальной ответственности, однако, как и любая система, она не лишена недостатков. Так, для финансирования обширных социальных программ и государственных инициатив требуются значительные расходы бюджета, что приводит к высоким ставкам налогов. Высокая налоговая нагрузка оказывает давление на экономическую активность домохозяйств и снижает частные инвестиции. Экономические спады могут серьезно затруднить финансирование социальных программ. Зависимость от государственного бюджета делает данные модели уязвимыми в условиях экономических потрясений.

Модели авторитарных режимов (Китай и Северная Корея) имеют существенные различия. Так, в Китае в сфере регулирования потребительского поведения ситуация на сегодняшний день двоякая, что, прежде всего, относится к потреблению домохозяйств. Данный сектор на первый взгляд напрямую не регулируется государством, так как жестких запретов или ограничений на приобретение потребительских товаров в стране не установлено. При этом введены ограничения на пользование интернетом, в результате чего у населения отсутствует доступ ко многим зарубежным электронным торговым площадкам и к тем товарам, которые на таких площадках могут быть приобретены². На этой основе можно говорить об искусственном ограничении ассортимента товаров и перечня доступных производителей для китайских домохозяйств.

На потребительское поведение домохозяйств в Китае также оказывает определенное влияние общеэкономическая ситуация. При всех успехах в развитии, достигнутых страной за последние годы, уровень жизни и доходов населения остаются относительно невысокими³. На этом фоне материальное потребление в Китае дополнительно ограничивается располагаемыми доходами. В целом на данном этапе еще нельзя говорить о том, что в КНР окончательно сформировалось общество потребления. На наш взгляд, страна находится в самом начале этого процесса, что подтверждается тем фактом, что руководство Китая только относительно недавно заявило о завершении формирования среднего класса и о возможности переориентации китайского производства на внутренний рынок.

Следует отметить, что средний класс является основой общества потребления, так как доходы данной категории населения достаточны для того, чтобы домохозяйства, относящиеся к этой группе, могли не только обеспечивать свои насущные потребности, но и позволить себе дополнительные расходы на удовлетворение желаний, не входящих в разряд жизненной необходимости. Формирование и развитие среднего класса создает ту основу, которая стимулирует активный спрос в рамках общества потребления⁴.

Очевидно, что дальнейшее экономическое развитие Китая с учетом его ориентации на собственный средний класс будет способствовать росту доходов насе-

ления и трансформации потребительского поведения, что приведет к необходимости разработки новых подходов к его регулированию.

Модели развивающихся стран (например, Индия и Бразилия) используют комбинацию подходов, адаптируя элементы как западных, так и авторитарных моделей. Эти страны сталкиваются с проблемами эффективности регулирующих механизмов, развивая при этом инфраструктуру и увеличивая доступность товаров и услуг для населения.

Бразильский подход к регулированию потребительского поведения является изначально неверным и не только не может обеспечить стабильность экономики, но, напротив, провоцирует ее дестабилизацию. Высокий уровень коррупции в стране и проникновение коррупционных отношений во все сферы жизни ведут к искажению потребительского поведения.

Целесообразность применения той или иной модели напрямую зависит от уровня развития общества потребления. В условиях, когда этот формат потребительских отношений в своем развитии достиг максимума, жесткие меры по ограничению потребительского выбора приведут не только к уменьшению спроса, но и к серьезным социальным последствиям, сводящимся к нарастанию социального недовольства.

Можно сказать, что развитое общество потребления является специфическим экономическим феноменом, крайне негативно реагирующим на отрицательные изменения внешних условий и имеющим хаотичный характер. Если низкий уровень развития общества потребления дает возможность правительству изменить и перенаправить поток потребительского спроса в том направлении, которое необходимо для стимулирования производства, то с его развитием перечень инструментов воздействия на потребительское поведение, находящихся в распоряжении государства, сокращается, а принимаемые меры могут привести к непредсказуемым последствиям.

¹ Васьков М.А. Государственное регулирование экономики в США: идеология и реальность// Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2009. – № 2. – С. 87-101.

² Баженова Т.Л., Снитко Н.А. Практические аспекты государственного регулирования экономики на примере восточноазиатских стран// Вестник Оренбургского государственного университета. – 2008. – № 10. – С. 61-67.

³ Кан Тяньюй. Макроэкономические тенденции и показатели развития системы хозяйствования Китая// Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2023. – № 3. – С. 184-187.

⁴ Ахмадзода Н.С. Зарубежный опыт государственного регулирования в условиях цифровой экономики// Мир экономики и управления. – 2021. Вып. 21, № 1. – С. 104-118.

EXAMPLES OF FOREIGN MODELS OF STATE REGULATION OF CONSUMER BEHAVIOR

© 2024 Litovchenko Viktor Aleksandrovich*
Postgraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: mkonoval@mail.ru

Keywords: consumer behavior, expenses, savings, households, government regulation.

The article examines the problems and prospects for the development of the theory of consumer behavior and the experience of government regulation in different countries of the world. Trends in the development of consumer behavior in the countries considered in the article, to a certain extent, confirm the conclusions made during the study.

* Scientific adviser – **Konovalova Maria Evgenievna**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2024 Макеева Ангелина Евгеньевна*
студент

Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
E-mail: makeevaangelina429@gmail.com

Ключевые слова: финансы, банки, кредитование, финансовые продукты, современные условия, проблемы, перспективы, развитие.

Статья посвящена тенденциям, которые определяют кредитные отношения в России в современных условиях. Автор анализирует проблемы и намечает перспективы развития банковского кредитования.

Предоставление банками кредитов является одним из важнейших средств для достижения кредитными организациями поставленных целей и способствует экономическому росту. Вместе с тем в своей деятельности банковские учреждения также сталкиваются с рядом проблем, оказывающих негативное воздействие на их эффективность и финансовое положение. Среди основных проблем в сфере банковского кредитования можно выделить следующие:

1. Нехватка капитала для малого и среднего предпринимательства. Как правило, большинство коммерческих банков предоставляют кредиты крупным организациям в силу того, что считают их менее рискованными и более прибыльными¹. Пути решения этой проблемы:

- введение государственной программы по поддержке и стимулированию кредитования малого и среднего бизнеса;
- внедрение системы квот на предоставление банковских кредитов малым и средним предприятиям;
- разработка альтернативных источников финансирования для малых и средних предприятий, в том числе венчурного капитала и краудфандинга.

2. Высокое соотношение кредитов к их стоимости – это серьезная проблема в работе банков, повышающая кредитный риск и приводящая к снижению рентабельности. К причинам невозврата кредитных средств можно отнести экономическую нестабильность, предоставление неполной кредитной информации о кре-

* Научный руководитель – **Бострикова Александра Александровна**, преподаватель, Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка».

дитополучателях и некачественную оценку банками кредитных рисков. Решение данной проблемы видится посредством использования следующих мер:

- усиление кредитного контроля и анализа потенциальных кредитных рисков;
- внедрение строгих критериев для оценки заемщиков и их финансового состояния;
- разработка инновационных методов для стимулирования к погашению кредитов, в частности, бонусные системы и льготные условия для оперативного погашения.

3. Отсутствие достаточной финансовой информации у заемщиков приводит к нецелевому расходованию кредитных средств, повышает вероятность дефолта и порождает для банков дополнительные проблемы. Большинство заемщиков не в полной мере осведомлены об условиях кредитного договора, о структуре процентных ставок и прочих финансовых аспектах, что впоследствии может привести к финансовым проблемам и проблемам с погашением кредита. Пути решения проблемы:

- финансовое образование и консультирование потенциальных заемщиков;
- разработка простых для понимания финансовых продуктов и условий кредитования;
- совершенствование прозрачности и доступа к сведениям об условиях кредитования и кредитных обязательствах.

Чтобы увеличить доходы от кредитования, банковским учреждениям рекомендуется сосредоточиться на нескольких ключевых стратегиях. Прежде всего, предлагая различные кредитные продукты, необходимо ориентироваться на разные группы клиентов и тем самым увеличивать объемы кредитования. Благодаря эффективному управлению рисками, включая кредитный скоринг и системы мониторинга заемщиков, можно снизить вероятность дефолтов.

При автоматизации процесса кредитования возможно ускорение обслуживания клиентов и сокращение операционных расходов. Повышению спроса на кредитные продукты могут способствовать маркетинговые кампании и специальные программы лояльности клиентов. Совместное сотрудничество с различными организациями и компаниями содействует более активному погашению кредитных средств.

Кадровое развитие и использование аналитики данных для анализа тенденций и прогнозирования спроса являются дополнением к этим стратегиям и способствуют увеличению кредитного дохода коммерческого банка.

4. Одной из основных проблем функционирования российских кредитных организаций в настоящих условиях является рост конкуренции на рынке банковских услуг. В условиях цифровой трансформации основными конкурентами традиционных коммерческих банков становятся финтех-компании - организации, которые в своей деятельности используют современные информационные технологии². Стоит отметить, что многие российские банки сегодня продолжают использовать устаревшие технологии и процессы, что сказывается на их возможности предлагать клиентам инновационные банковские продукты. Как отмечает Е.В. Тихомирова, для своего успешного функционирования кредитным органи-

зациям приходится беспрестанно инициировать новые банковские продукты на основе изучения потребностей клиентов, и в определенной степени предугадывая их³. Пассивная позиция банков, ожидание, когда потребители сами к ним обратятся, могут привести к потере клиентов и прибылей, поскольку в настоящее время существуют альтернативные сферы приложения свободного денежного капитала, например, рынок ценных бумаг. Отсюда всякому коммерческому банку важно уделять пристальное внимание каждой конкретной сделке, повышая ее доходность и расширяя круг потребителей.

5. Традиционная функция банков, как поставщиков финансовых ресурсов, заменяется на функцию консультантов. Источником прибылей современных кредитных организаций все в большей степени становятся, так называемые, около-банковские услуги – финансовый, стратегический консалтинг, разработка проектов и бизнес-планов и т.п. Однако проектное финансирование в России доступно пока лишь крупнейшим банкам. Мелкие кредитные организации могут решить проблему ограниченности ресурсов посредством синдицированного кредитования.

6. Состояние современной банковской системы России можно охарактеризовать как кризисное ввиду воздействия факторов внешней среды. Но даже в подобных неблагоприятных условиях отечественные коммерческие банки функционировали на благо экономики страны, ее дальнейшего развития. Постепенно расчеты между государствами начинают осуществляться в национальных валютах, что способствует укреплению суверенитета от американской и европейской финансовых систем. Кризис необходимо рассматривать как точку для дальнейшего роста. Российская банковская система способна укрепиться при поддержке государства, основная задача которого сегодня – содействие развитию всех форм бизнес в стране. В результате хозяйствующие субъекты получают возможность вкладывать свои денежные средства в коммерческие банки, а кредитные учреждения, в свою очередь, смогут направлять ресурсы на развитие экономики России. При этом банковский мультипликатор будет работать эффективно, стимулируя развитие производства. Огромная роль в этих процессах отводится Центральному банку, деятельность которого должна быть направлена на поддержку кредитных организаций в области льготного кредитования предприятий⁴.

Итак, на сегодняшний день кредитование занимает важнейшее место в деятельности любого банка и является основным источником его доходов. Вместе с тем в кредитной деятельности банков виден ряд проблем, при решении которых потребуются комплексный подход и соответствующие меры по обеспечению стабильности и повышению эффективности действия банковской системы.

¹ Ураев, А.В. Основные проблемы и пути решения кредитования физических лиц в современной России [Электронный ресурс] / А.В. Ураев // Научный журнал молодых ученых. - 2020. - №4 (21). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-problemy-i-puti-resheniya-kreditovaniya-fizicheskikh-lits-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 14.09.2024).

² Саадулаева, Т.А. Банковский сектор России: современное состояние и тенденции развития / Т.А. Саадулаева, В.В. Штанов // Столыпинский вестник. – 2023. - № 5. – С. 2804-2812.

³ Тихомирова, Е.В. Сущностные характеристики кредита и кредитных отношений / Е.В. Тихомирова // Деньги и кредит. – 2015. - № 3. – С. 54-58.

⁴ Шапиро, Е.И. Влияние международных санкций на развитие банковской системы Российской Федерации / Е.И. Шапиро, Д.Е. Пасечник // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2022. - № 2 (78). – С. 230-237.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF RUSSIAN CREDIT ARRANGEMENTS DEVELOPMENT UNDER MODERN CONDITIONS

© 2024 Makeeva Angelina Evgenievna*

Student

Samara University of Public Administration «International Market Institute»

E-mail: makeevaangelina429@gmail.com

Keywords: finance, banks, lending, financial products, current conditions, problems, prospects, development.

The paper is devoted to the trends that determine bank lending in Russia under modern circumstances. The authors analyzed the problems and prospects for Russian lending development.

* Scientific adviser – **Bostrikova Aleksandra Aleksandrovna**, Lecturer, Samara University of Public Administration «International Market Institute».

МЕТОДЫ И РОЛЬ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

© 2024 Малышева Кристина Вячеславовна*
студент

Самарский государственный технический университет
E-mail: kristinamal2001@gmail.com

Ключевые слова: импортозамещение, экономический рост, национальная экономическая безопасность.

В статье представлены теоретические аспекты импортозамещения, проанализировано его влияние на экономический рост и национальную экономическую безопасность государства, выделены положительные и отрицательные аспекты политики импортозамещения, реализуемой в РФ.

Одним из путей к стимулированию роста уровней экономического развития России и ее регионов является импортозамещение и его развитие, строящееся на переходе от экспортно-сырьевого развития к промышленно-инновационному.¹ К поиску таких путей подталкивают динамика геополитической обстановки, нарастающее санкционное давление и совершенствование инструментов вторичных санкций, расширение вызовов и угроз для мировой экономики.

В текущей ситуации важно понимать принцип работы импортозамещения чтобы реализовать стабильный темп развития экономики на государственном уровне.

Для увеличения эффективности политики импортозамещения, зачастую повышают расходы на формирование высокорентабельных отраслей и укрепляют поддержку национальных предприятий.

Импортозамещение является стратегическим подходом в экономической и промышленной политике страны, направленным на снижение зависимости от внешних поставок путем стимулирования выпуска товаров национальными производителями, отвечающими требованиям внутреннего рынка. Главной целью данной стратегии выступает обеспечение полной самостоятельности в производстве товаров и услуг. Государство использует нормативное регулирование импорта через таможенные барьеры; выделяет финансовые субсидии для поддержки внутренних производителей; развивает инфраструктуру и технологии, производственные мощности на региональном уровне. Также используются механизмы проектного финансирования для специфических отраслей; смягчаются

* Научный руководитель – Гранкина Светлана Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный технический университет.

условия предоставления кредитов для улучшения финансовой доступности проектов; подписываются долгосрочные контракты с местными производителями для гарантии стабильного спроса.²

Подходы к импортозамещению могут быть как профилактическими, так и реактивными. Профилактические меры пресекают возможность входа иностранной продукции на национальный рынок, в то время как реактивные меры нацелены на вытеснение уже присутствующих на рынке иностранных товаров, укрепляя позиции местных производителей, в том числе, за счет активной политики цифровизации.³

Формирование стратегических ориентиров для программы замещения импортных товаров и услуг представляется критическим элементом для долгосрочного процветания экономики страны. Существенно выделить приоритетные секторы экономики, которые будут в центре внимания, и обозначить методы для успешной реализации стратегических целей. В корпоративной среде начало внедрения подобных программ начинается с создания комплексной стратегии на уровне управленческих структур.

Эффективное стратегическое планирование должно учитывать ряд ключевых параметров:

- текущее состояние экономики;
- репутацию организации;
- ресурсы, доступные для производства.

Стратегии замещения импорта подразделяют на две основные категории:

- общие стратегии (ценообразование, продукция для государственных нужд, коллаборации по локализации);
- узкоспециализированные стратегии (повышение степени обработки материалов, переход от роли дистрибьютора к производителю).⁴

Динамическое развитие политики импортозамещения приводит к ряду положительных изменений в социально-экономической сфере, включая наращивание валютных запасов, улучшение уровня занятости среди населения и повышение производительности труда.⁵

В текущей геополитической обстановке от федерального правительства России ожидается определение ясной стратегии по импортозамещению, включая:

- точное уточнение концепции импортозамещения;
- установление параметров для его осуществления;
- обеспечение необходимых условий для связанных с ним инициатив.

Значимость быстрого реагирования руководства России на возникающие в связи с международными санкциями проблемы в сфере импортозамещения неоспорима. В ответ на экономические ограничения со стороны стран НАТО, Россия ввела в действие ряд контрмер, в том числе продовольственное эмбарго на товары из недружественных стран.

Кроме того, российское правительство приняло несколько законопроектов, нацеленных на поддержку внутренних производителей и на развитие новых производственных площадок, что планируется реализовать через около 2,5 тысячи проектов, укрепляя таким образом промышленный потенциал страны и ее конку-

рентоспособность на мировом рынке. В дополнение, предвидятся и другие меры для дальнейшего стимулирования импортозамещения.

В начале двадцатого века на Западе концепция «национальной безопасности» начала активно формироваться и исследоваться, особенно в аспектах, связанных с экономической стабильностью. В Советском Союзе подобные идеи адаптировались под понятие «государственной безопасности», акцентируя на преимуществе государственных интересов над национальными.

Из многочисленных определений национальной безопасности, представленных в российской экономической литературе, можно выделить общее определение: национальная безопасность рассматривается как состояние экономической системы, интегрированной в мировую экономику, оцениваемое через ее способность к адаптации и росту в условиях внешних и внутренних вызовов, а также в контексте влияния непредсказуемых и сложнопрогнозируемых событий.

Основные аспекты экономической безопасности включают устойчивость экономической архитектуры нации и ее возможности для прогрессивного развития, которые при равных других условиях способствуют как улучшению жизненных стандартов населения, так и повышению конкурентных позиций национальной экономики.

Следовательно, под экономической безопасностью понимается способность экономической системы страны к устойчивому и долгосрочному улучшению, целящемуся в достижение и защиту национальных интересов в условиях внутренних и внешних испытаний. С учетом текущих международных экономических санкций, введенных США и их союзниками против России, укрепление экономической безопасности становится особенно актуальным.

Детализируя аспекты экономической безопасности в контексте Российской Федерации, следует отметить наличие двух принципиальных уровней ее поддержания: макроэкономического (федерального) и мезоэкономического (регионального). Федеральный уровень сфокусирован на защите экономики от обширных угроз, в то время как региональные органы власти решают задачи предотвращения и нейтрализации локальных экономических проблем.

Введение экономических санкций со стороны западных стран и реакционное продовольственное эмбарго, принятое Россией, усилили стратегическую роль импортозамещения в структуре политик национальной и экономической безопасности на федеральном и региональном уровнях. Такая политика направлена на поддержку внутреннего производства, способствует созданию рабочих мест в регионах с высоким уровнем безработицы, использованию доступных производственных ресурсов, сокращению негативных внешних эффектов от избыточного импорта и уменьшению торгового дефицита.⁶

С точки зрения обеспечения национальной безопасности, импортозамещение тесно связано с четырьмя ключевыми элементами, которые определяют эффективность национальной экономики и способствуют ее устойчивому развитию: экономическая безопасность, экономический суверенитет, экономическая независимость, экономическая свобода.

Импортозамещение может способствовать сокращению финансовых нагрузок на госбюджет, связанных с расходами на импортируемые товары. Открытая экономика увеличивает риски для национальной безопасности, поскольку приводит к зависимости от мировых рыночных колебаний, что усиливает экономическую нестабильность в России, особенно при росте цен или остановках поставок.

Но импортозамещение может привести к нежелательным экономическим последствиям в России, учитывая вероятное увеличение стоимости потребительских товаров, компонентов и оборудования для местных производителей. Специфически, рост цен затрагивает сферу обрабатывающей промышленности, продукция которой направлена на экспорт, ведущий к удорожанию экспортируемых товаров и уменьшению их конкурентоспособности на мировом рынке.

Таким образом, применение политики импортозамещения укрепляет экономическую безопасность на уровне страны, ее регионов и предприятий.

¹ Гранкина, С. В. Модификация цифровых бизнес-моделей промышленных предприятий при санкционных ограничениях / С. В. Гранкина, С. А. Серегин // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 6(155). – С. 1004-1009.

² Федорова, Ю. А. Социально-экономическая политика как элемент государственной политики / Ю. А. Федорова, С. В. Гранкина // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 170-летию со дня рождения В.Г. Шухова : Сборник докладов, Белгород, 16–17 мая 2023 года. Том Часть 15. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2023. – С. 428-432.

³ Гранкина, С. В. Воздействие цифровых решений на устойчивый экономический рост промышленного предприятия / С. В. Гранкина, С. А. Серегин // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 9(158). – С. 905-908. – DOI 10.34925/EIP.2023.158.09.173.

⁴ Kryuchkova, N. A. Retail Trade Development in National Economic Conditions / N. A. Kryuchkova, S. V. Grankina // Proceedings of the 2nd International Conference Engineering Innovations and Sustainable Development, Самара, 20–21 апреля 2023 года. Vol. 378. – Самара: Springer Cham, 2023. – P. 419-425.

⁵ Гранкина, С. В. Динамика производительности труда в России / С. В. Гранкина // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2024. – № 1-1. – С. 548-551.

⁶ Костомаров, Д. С. Освоение новых рынков сбыта предприятиями как направление развития российской экономики / Д. С. Костомаров, С. В. Гранкина // Механизм реализации стратегии социально-экономического развития государства : Сборник материалов XV Международной научно-практической конференции, Дагестанский государственный технический университет, 20–21 сентября 2023 года. – Махачкала: Дагестанский государственный технический университет, 2023. – С. 259-261.

METHODS AND ROLE OF IMPORT SUBSTITUTION IN ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE COUNTRY

© 2024 Malysheva Kristina Vyacheslavovna*

Student

Samara State Technical University

E-mail: kristinamal2001@gmail.com

Keywords: import substitution, economic growth, national economic security.

The article presents the theoretical aspects of import substitution, analyzes its impact on economic growth and the national economic security of the state, and highlights the positive and negative aspects of the import substitution policy implemented in the Russian Federation.

* Scientific adviser – **Grankina Svetlana Valeryevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State Technical University.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

© 2024 Манзар Кирилл Витальевич*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: 20kirill02-09@mail.ru

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, продвижение, способы продвижения, конкурентные преимущества.

В статье рассматриваются вопросы формирования маркетинговых стратегий и современных способов их продвижения, которые обеспечивают бизнесу современные конкурентные преимущества, как на текущее время, так и в долгосрочном периоде.

Маркетинговая стратегия – это, говоря современным языком, дорожная карта, которая ведет компанию к успеху. Она помогает найти ответы на важнейшие вопросы: кто покупает ваш продукт, где и с какой целью? Ответы на такие вопросы важны для выживания и процветания любого бизнеса. Правильный подход к маркетинговой стратегии позволяет компании адаптироваться к постоянно меняющимся условиям рынка и успешно выдерживать конкуренцию.

Что такое маркетинговая стратегия? Это не просто план на несколько недель или месяцев. Это комплекс мероприятий и действий, которые направлены на достижение долгосрочных целей. Стратегия способствует определению целевой аудитории, а также пониманию, как донести до этой аудитории свой продукт и что нужно сделать, чтобы потребители выбрали именно вас, а не конкурентов.

Важно понимать, что маркетинговая стратегия – это не однозначный и не универсальный инструмент. Выбор стратегии зависит от многих факторов: типа бизнеса, целей, бюджета и даже характера целевой аудитории.

Стратегический маркетинг – это способность компании быстро адаптироваться к изменениям на рынке и находить конкурентные преимущества. В основе успешного стратегического маркетинга лежит глубокое понимание потребностей клиента. Чем лучше вы знаете своего покупателя – тем легче удовлетворить его запросы.⁵

Именно через стратегический подход компании могут найти устойчивые конкурентные преимущества. Например, если ваши конкуренты предлагают высокую цену, вы можете взять на себя роль более доступного бренда. Или, если у

* Научный руководитель – **Юдакова Ольга Васильевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

них стандартное обслуживание, вы можете выделиться, сделав акцент на качестве и персонализации.

В зависимости от целей и задач компании существуют четыре ключевые маркетинговые стратегии (табл. 1). Каждая из них нацелена на различные аспекты роста бизнеса, что позволяет выбрать оптимальный подход в зависимости от ситуации на рынке.

Таблица 1

Маркетинговые стратегии

1	Стратегия концентрированного роста Если вы хотите доминировать на рынке, вам следует рассмотреть стратегию концентрированного роста. Стратегия нацелена на улучшение и модернизацию продукции, что позволяет компании занять лидирующие позиции среди конкурентов. Концентрированный рост фокусируется на увеличении рыночной доли через совершенствование предложений. Например, компания может выбрать этот путь, выпустив улучшенную версию своего продукта или предложив новые функциональные возможности. Задача состоит в том, чтобы постоянно находиться на шаг впереди конкурентов и адаптироваться к изменяющимся запросам рынка.
2	Стратегия интегрированного роста Интегрированный рост подразумевает вертикальное развитие бизнеса. Стратегия помогает расширить присутствие на рынке за счет выпуска новых товаров, которые соответствуют текущим или будущим потребностям клиентов. При этом важно не забывать о модернизации уже существующих продуктов. В современном мире эта стратегия активно используется компаниями, которые не только развивают свои продукты, но и создают новые решения, ориентированные на ту же аудиторию. Это может быть обновление линейки продуктов или расширение ассортимента, чтобы удовлетворить еще больше нужд клиентов.
3	Стратегия диверсифицированного роста Диверсификация — это путь к разнообразию. Стратегия идеально подходит для компаний, которые по каким-либо причинам не могут производить определенные виды продукции. В таком случае они начинают улучшать качество существующих товаров или услуг либо создают новые продукты на основе старых технологий. Примером диверсифицированного роста можно считать компанию, которая начала с производства одного вида продукции, но постепенно перешла к созданию сопутствующих товаров. Например, производитель смартфонов может запустить линейку аксессуаров или программного обеспечения.
4	Стратегия сокращения Иногда для компании важно сократить объем своей деятельности, чтобы стать более эффективной. Стратегия сокращения направлена на оптимизацию и получение максимальной выгоды после периода активного роста. Это может включать в себя сокращение неэффективных производственных процессов, отказ от второстепенных направлений или даже продажу части бизнеса. Такая стратегия часто используется компаниями, которые достигли пика роста и нуждаются в оптимизации для сохранения прибыльности. Это позволяет сфокусироваться на самых выгодных направлениях и увеличить эффективность [2].

В современном мире маркетинговая стратегия без Public Relations (PR) – это как автомобиль без руля. PR давно стал важной частью успешных брендов, помогающей поддерживать постоянный контакт с потребителями и создавать позитивное восприятие компании. Что же делает PR таким важным элементом маркетинга, и как его можно эффективно использовать? Разберемся по порядку.

Public Relations – это больше, чем просто набор мероприятий по продвижению компании.¹ Главная задача PR – создать и поддерживать дружелюбные и располагающие отношения с клиентами. Это подразумевает не только рекламу продукта, но и заботу о том, чтобы клиент чувствовал себя услышанным и важным. В Европе PR уже давно стал неотъемлемым элементом любой маркетинговой стратегии, помогая брендам не просто продавать, но и строить долгосрочные отношения с покупателями.

В России ситуация несколько иная. Многие компании по-прежнему сталкиваются с проблемой чрезмерной навязчивости в общении с клиентами. Звонки, рассылки и постоянные напоминания могут вызывать у людей раздражение. Однако ситуация начинает меняться, все больше российских компаний стремятся к персонализированному и ненавязчивому общению, особенно в онлайн-торговле и мобильных приложениях. Теперь важно не просто продвигать продукт, а слышать и понимать своего клиента.²

Важно подметить, что современные PR-кампании зачастую основываются на принципах персонализации. Клиент уже не хочет быть одним из многих – он хочет быть уникальным, и успешные компании понимают это. Поддержание диалога с покупателем, умение слушать и предлагать решения на основе его предпочтений – вот что сегодня делает PR эффективным.

Примером могут служить многие интернет-магазины и сервисы, которые не просто предлагают товар, но и создают индивидуальные подборки, исходя из истории покупок или предпочтений клиента. Такой подход показывает покупателю, что его интересы важны, а это формирует лояльность и укрепляет бренд.

С развитием цифровых технологий маркетинговые стратегии можно разделить на два типа: офлайн и онлайн (табл. 2).

Таблица 2

Типы маркетинговых стратегий

Офлайн	Включает в себя традиционные каналы, такие как телевидение, радио и наружная реклама
Онлайн	Ориентирован на продвижение через интернет-каналы: сайты, социальные сети, блоги и многое другое

Сегодня компании активно используют оба подхода, но популярность онлайн маркетинга растет. В мире, где каждый второй человек проводит значительную часть времени в интернете, компании осознали необходимость активного присутствия в цифровом пространстве.⁴ Сайты, социальные сети, контент-маркетинг — все это дает возможность быстро и эффективно продвигать продукт. Онлайн-

стратегии часто дешевле и при этом дают более точные данные о поведении аудитории, что делает их особенно привлекательными для бизнеса.

Почему важно избегать шаблонных решений? Высокая конкуренция диктует свои правила игры. Чтобы выделиться на рынке, компаниям необходимо уходить от привычных решений – однотипные акции, банальные рекламные кампании и неоригинальный контент уже не работают. Сегодня важно найти уникальный подход, который привлечет внимание и останется в памяти у потенциального клиента.

Однако стоит принять во внимание, что попытка одновременного развития нескольких направлений может привести к распылению ресурсов и снизить эффективность работы. Поэтому компаниям следует выбрать одно ключевое направление и максимально вложиться в его развитие.

Для успеха важно задействовать как можно больше каналов продвижения. Это могут быть:

- рассылки по электронной почте,
- реклама на популярных сайтах и в соцсетях,
- смс-рассылки.

Чем больше каналов охватывает компания, тем выше вероятность, что информация о продукте дойдет до целевой аудитории.

Регулярный мониторинг эффективности выбранной стратегии — ключ к ее успеху. Необходимо оценивать, насколько стратегия помогает улучшить показатели бизнеса, и вносить коррективы, если результаты не оправдывают ожиданий. Другими словами, успех невозможен без анализа целевой аудитории, понимания ее потребностей и внедрения креативных решений.

Таким образом, правильная маркетинговая стратегия позволяет компании не только выживать, но и процветать в условиях жесткой конкуренции. Успешная реализация маркетинговых стратегий требует тщательного анализа целевой аудитории, понимания ее потребностей и использования креативных решений. От выбранной стратегии зависит не только текущее положение компании на рынке, но и ее будущее.

¹ Алексунин, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / В.А. Алексунин – М.: 2017. – 516 с.

² Беспалько В.А. Современные подходы к реализации и анализу эффективности маркетинговой стратегии. / В.А. Беспалько, Н.В. Вахрушева, К.С. Савина // Экономика устойчивого развития. - 2019. - № 1 (37). - С. 265-269.

³ Караганова К.А., Максимова К.А., Бакулина Н.А., Пермовский А.А. Современные тенденции развития мировой экономики / В сборнике: Экономическое развитие России: тенденции, перспективы. сборник статей по материалам VI Международной студенческой научно-практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов. 2020. С. 59-62.

⁴ Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. // – 5-е европейское издание. – ИД Вильямс, 2017. – С.752.

⁵ Yudakova, O. V. Digital Technologies for Planning Marketing Tools for Managing Customer Loyalty / O. V. Yudakova // Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality.

MARKETING STRATEGY AND MODERN WAYS OF PROMOTION

© 2024 Manzar Kirill Vitalievich*
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: 20kirill02-09@mail.ru

Keywords: marketing strategy, promotion, promotion methods, competitive advantages.

The article discusses the formation of marketing strategies and modern ways of promoting them, which provide businesses with modern competitive advantages, both for the current time and in the long term.

* Scientific adviser – **Yudakova Olga Vasilyevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ

© 2024 Маринин Иван Александрович
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: 89171158626@ya.ru

Ключевые слова: управление, инструменты и методы, инновации, нефтегазодобывающие предприятия, цифровизация.

Статья посвящена исследованию инструментов и методов управления инновациями в нефтегазодобывающей отрасли России и дает представление о современных подходах к инновационному развитию предприятий добывающей сферы экономики. Представлена авторская укрупненная схема разработки и внедрения инноваций в системе менеджмента инноваций крупных вертикально интегрированных нефтяных компаний РФ.

С позиции теории менеджмента рассматриваются различные подходы к трактовке понятий «инструменты управления», «методы управления» и «механизмы управления»¹.

ГОСТ Р 56273.1-2014 «Система инновационного менеджмента» трактует механизм управления инновациями как систему инновационного менеджмента (innovation management system; IMS), включающую множество взаимосвязанных или взаимодействующих элементов организации, необходимых для выработки политик и целей в области инноваций, а также процессов достижения поставленных целей².

Набор инструментов управления и соответствующих механизмов достаточно динамично развивается и в различных отраслях имеет свою специфику. Также необходимо иметь в виду, что механизмы и инструменты управления меняются в различных исторических и страновых условиях³.

В условиях внешнего санкционного давления на Россию, необходимости реализации политики импортозамещения и ускоренного инновационного развития экономики страны целесообразно формировать адекватный механизм управления, обеспечивающий достижение поставленных задач.

В ходе многолетней практики управления сформировались признанные на уровне мирового делового сообщества управленческие инструментари, к числу которых, например, относится перечень инструментов управления, разработанные консалтинговой компанией «Bain & Company»⁴.

По результатам исследований 2023г. компанией «Bain & Company» определена первая «десятка» наиболее популярных инструментов, использующихся лидерами отраслей:

- сбалансированная система показателей;
- сравнительный анализ;
- аналитика большого объема данных;
- реинжиниринг бизнес-процессов;
- программы управления изменениями;
- упрощение сложности;
- центр компетенций;
- управление связями с потребителями;
- сегментация потребителей;
- стратегическое планирование.

Предприятия нефтегазодобывающей отрасли (НГД отрасли) задействованы в разработке и реализации инновационных проектов различного масштаба (от разработки датчиков утечки газа до полноценных нефтяных платформ, созданных с использованием новейших технологий на базе междисциплинарных знаний и опыта). Нарастание инновационной активности крупных вертикально интегрированных нефтяных компаний (ВИНК) отрасли требует модернизации систем управления инновациями, учитывающих не только разноформатность и разную степень подверженности последних внешним и внутренним факторам развития бизнеса, но и новых условий функционирования самих предприятий.

Укрупненная схема планирования, организации и управления в системе менеджмента инноваций в крупнейших ВИНК РФ может быть представлена в следующем виде (см. рисунок).

Исходя из указанной схемы и уровней управления в ВИНК, можно предложить следующие три уровня управления и основные группы соответствующих инструментов управления инновациями:

- стратегический уровень – аналитика большого объема данных, цифровая платформа, прогноз долгосрочных приоритетов инновационного развития, реинжиниринг бизнес-процессов, стратегическое планирование инноваций;
- программный уровень – сбалансированная система показателей, мониторинг и анализ тенденций рынка технологий и технологических потребностей ВИНК для определения перечня научно-технических приоритетов и программно-целевого планирования инновационного развития;
- проектный уровень – сравнительный анализ, программы управления изменениями, проектно-процессное управление инициациями и реализацией инновационных проектов.

В целом исследования инструментария и методов управления инновационным развитием российских предприятий НГД отрасли являются остроактуальными и должны способствовать повышению эффективности национальной экономики в условиях мировой нестабильности, ужесточения конкуренции на мировом рынке и санкционного давления на Россию⁵.

В качестве важнейшего инструмента управления инновационным развитием предприятий НГД можно выделить программно-целевой подход, позволяющий российским ВИНК своевременно реализовать соответствующие инновационные проекты в их бизнес-деятельности.

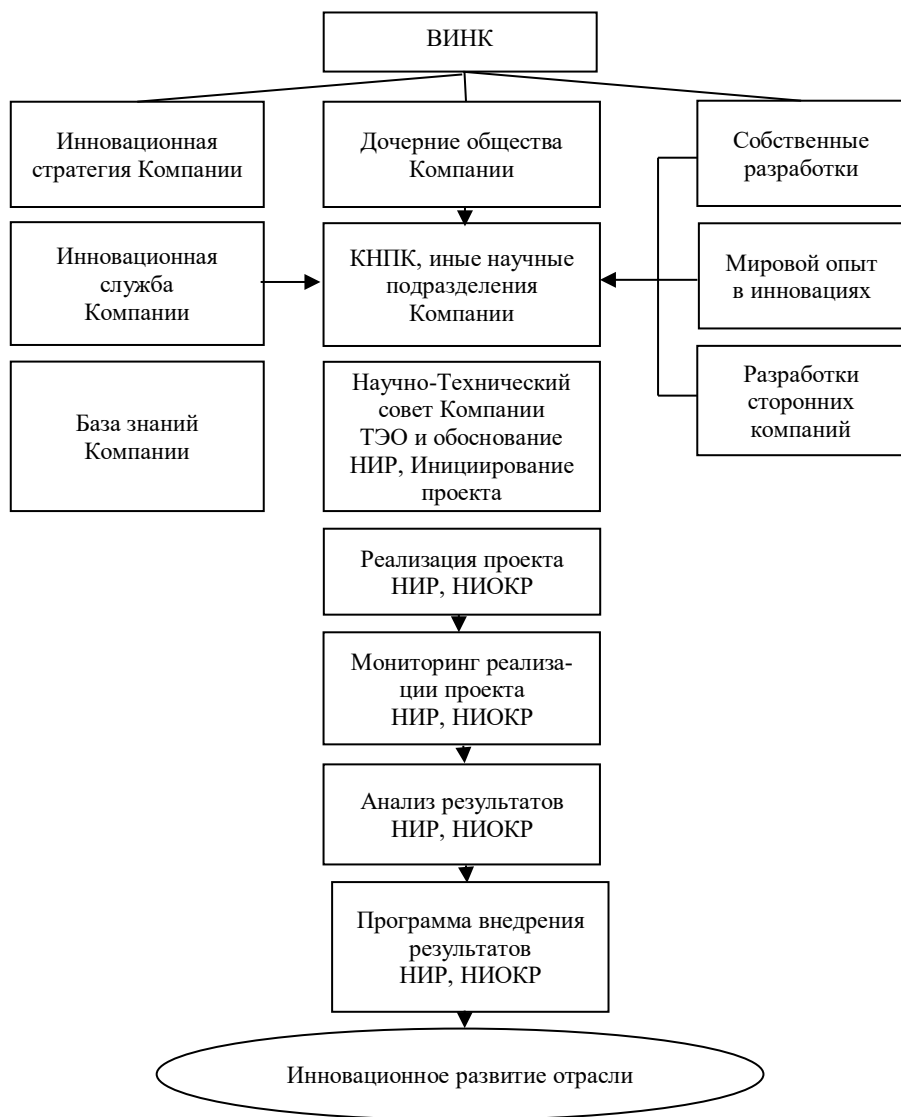


Рис. Схема разработки и внедрения инноваций в крупнейших ВИНК РФ

Базой инновационного развития предприятий НГД отрасли России, безусловно, является цифровая информационно-коммуникационная технология, что делает необходимым совершенствование и адаптацию реализуемых технологий управления инновационным развитием к новым цифровым инструментам.

¹ Шеховцова, Л. В. Обзор моделей формирования организационно-экономических механизмов управления предприятием / Л. В. Шеховцова, В. И. Михалькова // Транспортное дело России. – 2023. – № 5. – С. 43-44. – DOI 10.52375/20728689_2023_5_43. – EDN RECQHR.

² Национальный стандарт Российской Федерации. Часть 1. Система инновационного менеджмента / ГОСТ Р 56273.1-2014/CEN/TS 16555-1:2013 URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200118019> (дата обращения 06.09.2024).

³ Малышев Е.А. Формирование механизма управления инновациями в промышленности [Текст] / Е.А. Малышева, А.Ю. Смирнов // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2022. – Т.28. – № 9. – С. 109-115. – Текст: непосредственный.

⁴ Инструменты управления Bain [Электронный ресурс] // BA Consulting. – URL: <https://baconsulting.ru/instruments/> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст: электронный.

⁵ Мартынова, Ю. А. Инновационный менеджмент и управление в промышленном комплексе: стратегические подходы и эффективные инструменты для достижения конкурентного преимущества / Ю. А. Мартынова // Человек. Общество. Инклюзия. – 2023. – Т. 14, № 2(54). – С. 174-180. – EDN MQVTND.

TOOLS AND METHODS OF INNOVATION MANAGEMENT IN THE OIL AND GAS INDUSTRY

© 2024 Marinin Ivan Alexandrovich
Postgraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: 89171158626@ya.ru

Keywords: management, tools and methods, innovations, oil and gas companies, digitalization.

The article is devoted to the study of tools and methods of innovation management in the Russian oil and gas industry and gives an idea of modern approaches to the innovative development of enterprises in the extractive sector of the economy. The author's enlarged scheme of development and implementation of innovations in the innovation management system of large vertically integrated oil companies of the Russian Federation is presented.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДИНАМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

© 2024 Мжаванадзе Александр Эмзарович*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: alexmzhv@gmail.com

Ключевые слова: ценообразование, цифровизация, компания, данные, потребители.

В работе рассмотрено влияние цифровизации на формирование ценовой модели предприятия. Отмечены основные направления развития ценообразования в информационном обществе. Сделаны выводы об эффективности основных цифровых моделей ценообразования.

Цифровизация экономики привела к значительным изменениям в том, как компании определяют свои цены¹. Благодаря информационным технологиям современные компании получили возможность использовать цифровое ценообразование, представленное двумя моделями: персонализированное ценообразование и динамическое ценообразование. Последнее представляется нам особенно интересным в виду уникальности, многовариативности и эффективности его использования.

Модель динамического ценообразования имеет две концепции². Концепция регулируемого поиска заключается в предоставлении отличающихся результатов на идентичные поисковые запросы пользователей. Для эффективного применения регулируемого поиска компания также собирает различные данные о клиентах. На основании информации о стоимости устройства, с которого клиент планирует совершить покупку, благосостоянии страны или города, откуда потребитель делает запросы, частоте и истории покупок клиентов, компания делает выводы о платежеспособности потребителя и может предлагать ему в первую очередь либо более дорогие варианты товаров и услуг, либо более дешевые соответственно.

Отражение данной концепции находится в деятельности крупных маркетплейсов: Ozon, Wildberries, Яндекс Маркет. На вышеупомянутых площадках товары ранжируются по такому принципу: на первых позициях находятся те товары, которые человек вероятнее всего купит³. Схожим образом ранжируется и реклама товаров, как один из способов приближения клиента к покупке: если пользователь всегда взаимодействует с рекламой, в которой упоминаются сезон-

* Научный руководитель – **Шереметьева Елена Николаевна**, доктор экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

ные скидки, акции, распродажи, то и объявление, содержащее такую информацию получит шанс показаться на более заметной позиции.

Концепция регулируемого поиска имеет несколько преимуществ. В первую очередь, компания может увеличивать свою прибыль, предлагая платежеспособным клиентам на «первых строках» наиболее дорогие товары. Эта стратегия работает, так как, по статистике, при большом варианте товаров потребитель начинает испытывать трудности выбора конкретного товара, поэтому для покупателя проще изучить только первые предложенные товары⁴. Концепция также позволяет компании быть более адаптивной к рынку и продвигать товары, соответствующие клиентским интересам и рыночной ситуации. Клиенты же, получившие наиболее подходящее предложение в первых результатах, будут рады экономии времени, что приведет к повышению лояльности и улучшению общего впечатления о покупке. Уязвимостями концепции регулируемого спроса является поднятие этического вопроса безопасного использования персональных данных, а также компания, использующая этот подход будет сильно зависима от постоянного сбора информации, так как ошибочные данные о потребителях могут привести к неправильным выводам о платежеспособности, что, в свою очередь, может негативно сказаться на продажах.

Второй концепцией динамического ценообразования является ценообразование по месту положения клиента. Она заключается в наличии разных цен на идентичные товары чаще всего в офлайн-магазинах в зависимости от местоположения клиента. В этой концепции в первую очередь учитываются в первую очередь логистические расходы, конкурентная среда определенных стран и только потом платежеспособность населения того или иного государства, средние заработные платы и размер потребительской корзины.

Так, например, концепция ценообразования по месту клиента находит свое отражение в российском предприятии быстрого питания «Вкусно – и точка». Одна из позиций меню «Чизбургер» в городе Самара (на 10.09.2024) обойдется потребителю в 83 рубля, в то время как потребителю из Калининграда тот же «Чизбургер» обойдется уже в 90 рублей, а покупателю из Хабаровска в 91 рубль⁵.

Несомненными преимуществами концепции ценообразования по месту положения клиента является оптимизация логистики: назначение более высоких цен позволяет компании учитывать расходы на транспортировку и повышать общую прибыль. С помощью данного подхода также ускорится адаптация к конкурентной среде в различных регионах, что может увеличивать долю рынка, занимаемую компанией. Наконец такой подход к ценообразованию расширяет возможности локального маркетинга, позволяя вводить рекламные компании, наиболее точно соответствующие потребностям и интересам населения отдельных регионов. Тем не менее, установление различных цен в зависимости от местоположения требует от руководства компании готовности и возможности одновременно управлять различными ценовыми стратегиями. Прибыль компании в такой модели будет зависеть от местоположения ее ячеек, а значит и от экономических, политических и социальных изменений в регионе.

Описанные разновидности цифровых моделей ценообразования получили свое распространение по всему миру. Такие модели ценообразования внедрили в свою деятельность крупные компании не только в Российской Федерации: торговая сеть «Европа», салоны оптики «Счастливый взгляд», аптечная сеть «36.6»⁶, но и в западных странах: Uber, Amazon, Airbnb. Эффективность данного инструмента ценообразования подтверждена кейсами крупных компаний и, таким образом, не вызывает сомнений.

Помимо вышеупомянутых методов работы с ценами, большую популярность набирают среди компаний и другие цифровые модели динамического ценообразования, использующие нейронные сети. Эти модели используют рекуррентные нейронные сети (RNN) и их модификации, такие как LSTM. Модель на основе LSTM (долгая краткосрочная память) работает следующим образом: производитель для использования данной системы должен в первую очередь внести в нее входные данные: текущие цены на товары, цены конкурентов, сезонность, рекламные компании. Далее система обучается предсказанию величины спроса по указанным входящим параметрам. Проходя через модель LSTM, восстанавливается многофакторная кривая спроса⁷. Вводя в качестве входных данных различные цены товара, производитель как результат получит предполагаемый объем продаж, в зависимости от указанных цен. Таким образом, с помощью LSTM производитель может прогнозировать количество продаж на основании предполагаемой цены за единицу товара. Нейросети в процессе персонализированного и динамического ценообразования используются и для коррекции цен. Так, например, технологии NLP (распознавание речи) позволяют компаниям в автоматизированном режиме собирать и анализировать отзывы клиентов, комментарии в социальных сетях для определения настроения аудитории и ее реакции на изменение цен. Глубокие нейронные сети, такие как CNN (сверточные нейронные сети) могут быть использованы для анализа и мониторинга наличия товаров на полках магазинов и корректировки цен в зависимости от этого.

Цифровые технологии динамического ценообразования в итоге имеют большие перспективы. Возможности внедрения этих технологий рассматриваются даже на государственном уровне, как например, в вопросах оплаты парковки в местах с повышенной дорожной нагрузкой в Российской Федерации: в выходные дни цена увеличивается, в будние – уменьшается, соответственно принципам динамического ценообразования. Кроме того, развитие технологий искусственного интеллекта, машинного прогнозирования и обучения непосредственно способствует и развитию динамического ценообразования. Уже сейчас многие компании используют искусственный интеллект для анализа поведения потребителя, выявления его потребностей и интересов. Исходя из приведенных выше статистических и аналитических данных в ближайшем будущем все большее и большее количество компаний будет использовать и развивать динамическое ценообразование.

Таким образом, цифровизация, ставшая значимым трендом последнего десятилетия, изменила традиционные, фиксированные подходы к ценообразованию. Использование методов динамического ценообразования предоставляет новые

возможности и перспективы для повышения эффективности бизнес-процессов предприятия. Динамические модели ценообразования позволяют компаниям более точно учитывать потребности и интересы клиентов, что, в свою очередь, способствует увеличению уровня удовлетворенности и лояльности.

¹ Дементьев Ф.С. Автоматизация анализа цен и влияние цифровизации на ценообразование // Автоматизация и ИТ в условиях цифровизации. - 2023. - С. 39-41.

² Иваненко А. Р., Калабина Е. Г. Модели динамического и персонализированного ценообразования в условиях развития цифровой экономики // e-FORUM. 2022. Т. 6, № 1.

³ Факторы ранжирования карточек на Ozon, Wildberries, Яндекс Маркет // Тинькофф URL: <https://secrets.tinkoff.ru/biznes-s-nulya/faktori-ranzhirovaniya-v-poiske-na-marketpleyse/> (дата обращения: 10.09.2024).

⁴ Ковалева, И. А. Современные тренды потребительского поведения или почему покупатели выбирают онлайн? / И. А. Ковалева, А. А. Канке // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 3.

⁵ Меню ПБО «Вкусно - и точка» // Официальный сайт «Вкусно - и точка» URL: <https://vkusnoitochka.ru/menu/> (дата обращения: 10.09.2024).

⁶ Кейсы динамического ценообразования // Облачная система динамического ценообразования Imprice URL: <https://imprice.ru/?ysclid=m0wryog2cj509357760> (дата обращения: 10.09.2024).

⁷ Динамическое ценообразование на основе LSTM — ANN в ретейле товаров для дома // habr.com URL: <https://habr.com/ru/articles/421429/> (дата обращения: 11.09.2024).

DIGITALIZATION OF THE DYNAMIC PRICING MODEL

© 2024 Mzhavanadze Aleksandr Emzarovich*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: alexmzhv@gmail.com

Keywords: pricing, digitalization, company, data, consumers.

The following work considers the impact of digitalization on the formation of the enterprise pricing model. The main directions of pricing development in the information society are noted. The authors made conclusions about the effectiveness of the main digital pricing models.

* Scientific adviser – **Sheremetieva Elena Nikolaevna**, Doctor of Economics, Associate Professor, Samara State University of Economics.

«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ АГРАРНОЙ СФЕРЫ

© 2024 Мирзоев Натиг Сархад оглы
PhD в области экономических наук, доцент,
декан факультета «Бизнес и управление»
Западно-Каспийский университет, г. Баку, Азербайджан
E-mail: mirzoev.n@mail.ru

Ключевые слова: аграрная экономика, «зеленая» экономика, «зеленое» развитие, предпринимательство, «умная» деревня, экологически чистое сельское хозяйство, социально-экономическое развитие.

Статья посвящена теме «зеленой» экономики, которая оказывает важное влияние на развитие отраслей экономики в современное время. Автор исследовал важность применения принципов «зеленой» экономики в модернизации аграрного сектора как ненефтяного сектора, играющего особую роль в экономике Азербайджана, в повышении ее интенсивности и конкурентоспособности, в обеспечении продовольственной безопасности и обеспечении населения экологически чистыми продуктами. При этом автор подчеркивает задачи, стоящие перед предпринимательскими субъектами в этой сфере.

Для достижения устойчивого развития на фоне загрязнения окружающей среды, истощения природных ресурсов и увеличения спроса большое значение имеют меры, реализуемые в направлении расширения «зеленой» экономики.

«Зеленая» экономика – новое направление экономической науки, появившееся в последние десятилетия. «Зеленая» экономика – это экономика, которая является частью природной среды и зависит от нее. В основе концепции «зеленой» экономики лежат постмодернизм, ресурсоориентированная экономика, экологическая экономика, экологическая экономика, зеленая политика и т.д., которые существуют в экономической науке и философии, сочетает в себе идеи многих направлений.

В современных условиях практически все страны мировой экономической системы действуют на основе принципа перехода к «зеленой экономике». Переход к «зеленой» экономической системе охватывает три основных периода: I период охватывает период до 2020 года и включает в себя такие меры, как образование людей и развитие человеческого капитала. II период охватывает 2020-2030 годы, где предусмотрено формирование элементов «зеленой» экономической системы. Период III – совпадает с 2030-2050 годами. В этот период «зеленая» экономическая система уже приносит свои плоды и обеспечивается устойчивое развитие.

Хотя модернизация экономики, инновационное развитие, повышение конкурентоспособности, обеспечение энергоэффективности в Азербайджане направлены в первую очередь на экономический рост, на самом деле главной целью яв-

ляется улучшение условий жизни каждого человека и обеспечение нормального благополучия будущих поколений. Данный вопрос определяется как обеспечение устойчивого развития на основе принципов формирующейся в настоящее время экономики информационного общества. Это обуславливает необходимость экологизации производства и потребления в глобальном и национальном масштабе.

За последние годы в Азербайджане в этом направлении был предпринят ряд важных шагов. Основная программа, охватывающая экологические аспекты общей стратегии развития страны – Национальная программа «Об экологически устойчивом социально-экономическом развитии Азербайджанской Республики» – была принята в 2003 году. Как логическое продолжение этой программы, одна из основных целей принятой в 2012 году Концепции развития «Азербайджан 2020: видение будущего», а также «Национальной стратегии развития информационного общества в Азербайджанской Республике» на 2014-2020 годы» является экологически устойчивым социально-экономическим достижением развития.

Отметим, что в программе «Азербайджан 2030: Национальные приоритеты социально-экономического развития», утвержденной Указом Президента Ильхама Алиева от 2 февраля, значительное место отведено применению экологически чистых технологий, переработке отходов и содействию восстановлению на загрязненных территориях, благоприятных с экологической точки зрения, поставлены конкретные задачи, связанные с расширением применения «зеленых» технологий. Иными словами, одним из пяти национальных приоритетов, определенных для социально-экономического развития страны, является то, что Азербайджан является страной чистой окружающей среды и «зеленого роста». Наряду с перспективным экономическим развитием страны необходимо обеспечить здоровье окружающей среды, быстрое восстановление и увеличение зелени, эффективное использование водных ресурсов и устойчивых источников энергии. В рамках этого приоритета планируется добиться эффективной реализации двух целей – создания качественной экологической среды и пространства «зеленой энергетики» – в стратегический период.

С этой точки зрения налаженный в Азербайджане процесс переработки служит развитию «зеленой экономики», расширению производства конкурентоспособной промышленной продукции, улучшению экологической ситуации. Переработка – это периодическое включение многоразовых материалов в процесс потребления, где основной целью является предотвращение растраты природных ресурсов и загрязнения окружающей среды, а также создание дополнительной сырьевой базы. Также следует учитывать, что переработка, в отличие от первичного производства, происходит легко и быстро, что позволяет экономить энергию.

Помимо нефтяной промышленности Азербайджана, неизбежным стало развитие ненефтяного сектора, оживление регионов, интеграция в глобальное экономическое развитие, повышение конкурентоспособности экономики. В настоящее

время Азербайджан проводит успешную политику в направлении построения зеленой экономики как составляющей устойчивого развития.

Аграрный сектор является основным источником занятости в Азербайджане и важно для диверсификации экономики. Аграрный сектор ценен еще и потому, что этот сектор важен с точки зрения продовольственной безопасности и сокращения бедности в регионах. В Азербайджане имеются широкие возможности для развития экологически чистого сельского хозяйства и расширения экспорта его продукции в мировой, особенно на европейский рынок. Правительство Азербайджана поддерживает сельское хозяйство в виде субсидий, лизинговых услуг, льготных кредитов и налоговой политики, реализует широкомасштабные мелиоративные и ирригационные мероприятия.

Динамичное развитие национальной экономики, обеспечение изобилия на потребительском рынке, создание здоровой конкурентной среды, повышение уровня занятости, достижение финансовой стабильности, повышение роли предпринимательства в решении ряда подобных вопросов являются характерными чертами современной эпохи.²

Для развития предпринимательской деятельности в сельскохозяйственной сфере создана законодательная база, приняты многочисленные законы, Государственные программы, указы и распоряжения Президента Азербайджанской Республики, приняты постановления Кабинета Министров и другие нормативно-правовые акты и последовательно реализовывались другие меры в этом направлении.³

Следует отметить, что тот факт, что 99 процентов субъектов предпринимательства в сфере сельского хозяйства в нашей республике являются малыми и средними предприятиями (МСП), показывает, что малое и среднее предпринимательство в этой сфере имеет большой потенциал.⁴

Концепция «умной деревни» имеет особое значение в «зеленой экономике». Умные деревни разрабатывают умные решения для решения проблем фермеров и других сельских жителей в местном контексте. Этот тип деревень основан на коллективном подходе, который служит улучшению экономических, социальных и экологических условий на местах, особенно за счет продвижения инноваций и мобилизации решений, предлагаемых цифровыми технологиями. «Умные деревни» также могут извлечь выгоду из сотрудничества и альянсов с другими сообществами и заинтересованными сторонами в сельских и городских районах. Реализация проектов «умной деревни» может основываться на существующих инициативах и финансироваться из различных государственных и частных источников.¹

Потребность в стратегиях «умные деревни» тесно связана с проблемами, с которыми сталкиваются сельские районы, поскольку они идут в ногу с быстро меняющимся миром. Некоторые из этих проблем приведены ниже:

- сокращение численности населения в сельской местности;
- отсутствие возможностей трудоустройства в сельской местности;
- неэффективное управление природными ресурсами;

- ограниченные школьные и образовательные возможности, а также ограниченные медицинские услуги.

На основании экологических требований, применяемых в законе (Закон Азербайджанской Республики «Об экологически чистом сельском хозяйстве» (13 июня 2008 г.)), регулирующем отношения, связанные с производством, переработкой и обращением экологически чистой сельскохозяйственной и пищевой продукции, обеспечивающей здоровье и безопасность населения, почвы, воды, растений и животных в Азербайджанской Республике² должны быть обоснованы приоритеты развития предпринимательства в аграрном секторе.

Рынок экологически чистой сельскохозяйственной продукции ориентирован в первую очередь на высокодоходный слой населения. Это связано с высокими затратами его производства и реализации. По мере роста реальных доходов населения оно предпочитает улучшать структуру питания, и здесь вступает в силу закон Энгеля. Так, в законе указано, что по мере увеличения доходов населения доля расходов на питание в общих расходах домохозяйств снижается и в структуру потребления продуктов питания включаются более качественные продукты.

Экономика и общество Азербайджана должны одновременно добиться развития аграрного сектора путем использования «озеленяющих» технологий постиндустриальной экономики в наиболее эффективной форме, а также добиться экологизации самого предпринимательства путем следования и применения самых современных новых технологий.

Для измерения «зеленого развития» в аграрном секторе могут использоваться как количественные (*quantitative*), так и качественные (*qualitative*) показатели. В целом большое значение придается использованию количественных показателей. Однако следует отметить, что в большинстве развитых стран отсутствуют подробные статистические данные по охране окружающей среды и использованию природных ресурсов, а использование показателей качества широко распространено. Для определения показателей можно использовать ряд источников статистических данных, включая данные, подготовленные отечественными и международными организациями.

¹ Гасымлы В.А., Гусейн Р.З., Гусейнов Р.Ф., Гасанов Р.Б., Джафаров Ч.Р., Байрамова А.Б. «Зеленая экономика». Монография. Издательство «Азпринт». Баку, 2022, 280 стр. [на азербайджанском языке]

² Мирзоев Н.С. Направления деятельности предпринимательских субъектов в области зерноводства в Азербайджане. Монография, Баку, 2017 [на азербайджанском языке]

³ Мирзоев Н.С. Стратегическая дорожная карта и развитие малого и среднего предпринимательства в аграрном секторе Азербайджана. «Проблемы развития предприятий: теория и практика». Материалы 18-ой Международной научно-практической конференции. Самарский государственный экономический университет. Самара, декабрь 2019. Стр. 85-90

⁴ Mirzayev N. Development of innovative agrarian entrepreneurship based on public-private partnership in Azerbaijan. Bulletin of the Belarusian State Agricultural Academy No. 4 2022. Gorki, p.29-35

GREEN ECONOMY AND ITS IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL SPHERE

© 2024 Mirzayev Natig Sarhad oghlu
PhD in Economic Sciences, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Business and Local Governance
Western Caspian University, Baku, Azerbaijan
E-mail: mirzoev.n@mail.ru

Keywords: agrarian economy, green economy, green development, entrepreneurship, smart village, environmentally sustainable agriculture, socio-economic development.

The article is devoted to the theme of «green economy», which has an important influence on the development of economic fields in modern times. The author investigated the importance of the application of «green economy» principles in modernization of the agricultural sector, which has a special role in the economy of Azerbaijan, as a non-oil sector, in increasing its intensity and competitiveness, in providing food security and the population with ecologically clean products. At the same time, he pointed out the tasks faced by business entities in this field.

ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДОЛОГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

© 2024 Михалева Мария Игоревна*
аспирант

Тольяттинский государственный университет
E-mail: mihaleva.mari2016@yandex.ru

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательские структуры, инновация, кооперация, издержки.

В статье уточнены и дополнены функции современных предпринимательских структур. Представленная в работе классификация позволяет в теоретическом аспекте конкретизировать роль предпринимательских структур в социально-экономическом развитии, в прикладном аспекте – сформировать систему институтов, в наибольшей мере способствующих комплексной результативной реализации такого рода функций.

Одним из значимых направлений эволюции методологии экономического анализа предпринимательских структур в рамках постнеоклассической парадигмы является концепция социальной ответственности бизнеса. В наиболее общем виде социальная ответственность деятельности предпринимательских структур сводится к обеспечению сравнительно высокого среднего уровня заработной платы персонала (относительно, например, среднеотраслевого и (или) среднерегionalного уровня данного показателя), недопущение экономически неоправданного разброса в уровне материального вознаграждения между топ-менеджментом и низовыми категориями сотрудников предпринимательской структуры, своевременное финансирование социальной инфраструктуры субъекта предпринимательства (при наличии таковой), регулярное участие в региональных и (или) локальных благотворительных программах и т.п.¹

Содержательно близкой к концепции социальной ответственности предпринимательских структур является теория устойчивого эколого-экономического развития фирм. В соответствии с положениями данной теории, в идеале, предпринимательская структура должна не только в полном объеме выполнять стандарты действующего экологического законодательства, но и осуществлять по собственной инициативе инвестиции в природоохранные мероприятия, постоянно обновлять парк производственных основных фондов в направлении повышения уровня экологической эффективности последнего².

* Научный руководитель – **Искосков Максим Олегович**, доктор экономических наук, профессор, Тольяттинский государственный университет.

Теория цифровизации предпринимательских структур, начавшая формироваться в относительно целостном виде в 1990 гг., включает в себя широкий круг вопросов, в частности, связанных с обоснованием наиболее рациональных удельных издержек на цели информатизации моделей управления субъектами предпринимательской деятельности, рациональной организацией информационного менеджмента, формирования наиболее предпочтительных направлений интеграции фирм и индивидуальных предпринимателей с виртуальными рынками финансов, трудовых ресурсов, сервисов и т.п.

Для постнеоклассической парадигмы экономической теории характерно и активное развитие новых подходов к рационализации систем управления предпринимательскими структурами, в частности, обосновании целесообразности активного использования возможностей проектного менеджмента для обеспечения роста эффективности финансового развития фирм, обеспечения комплексной сбалансированности использования многими предпринимательскими структурами функционального, системного и процессного подходов к управлению, развитию методологии управления виртуальными звеньями организационных структур субъектов предпринимательства традиционного сектора экономики.

Одним из кардинальных подходов к инновационной модернизации систем управления предпринимательскими структурами, сформированных в рамках постнеоклассической парадигмы экономической науки, является теория т.н. «бирюзовых организаций» Ф. Лалу (2010 гг.)³. В ее рамках декларируется целесообразность отсутствия для некоторых субъектов предпринимательства, проектов и стартапов системы наемного, постоянного менеджмента как такового; развитие же такого рода экономических систем осуществляется исключительно за счет рационального использования потенциала самоорганизации бизнес-процессов, основанной, в свою очередь, на абсолютизации демократических принципов обеспечения эффективности предпринимательских структур.

Наконец, одним из достаточно динамично развивающихся в настоящее время концептуальных подходов к исследованию предпринимательских структур и обоснованию направлений совершенствования их деятельности является теория экономической кооперации и интеграции. В ее рамках осуществляется анализ процессов формирования положительных синергетических эффектов, генерируемых в результате реализации различных форм интеграции предпринимательских структур (разные формы слияний и поглощений, формирования холдингов, ФПГ и др.).

Сущность предпринимательских структур, роль последних в экономическом развитии в целом может быть конкретизирована на основании рассмотрения системы их функций. На наш взгляд, наиболее точно такого рода функции выделяет представитель позднего направления неоклассической парадигмы экономической теории П. Самуэльсон⁴:

- удовлетворение потребительского спроса за счет производства и (или) продаж конкурентоспособных товаров, работ, услуг;
- создание рабочих мест;

- обеспечение пополнения бюджетов различного уровня за счет своевременной и полной уплаты налогов и иных законодательно установленных платежей;
- формирование и развитие отношений взаимовыгодного сотрудничества с иными предпринимательскими структурами, некоммерческими, в т.ч. научно-исследовательскими и образовательными, организациями, государственными органами по вопросам совместной реализации проектов ГЧП.

В работе уточнен и дополнен спектр функций современных предпринимательских структур (рисунок 1). В частности, предлагается в качестве одной из такого рода функций рассматривать содействие процессам развития и совершенствования территориальных кластеров. Так, в соответствии с результатами масштабных социологических опросов, проводимых в 2024 г. специалистами Всемирного Банка, порядка 30,0% субъектов предпринимательства государств группы G7⁵ хотя бы ситуативно, на нерегулярной основе взаимодействуют с территориальными кластерами в качестве поставщиков, подрядчиков, соинвесторов и т.п., а выразили склонность к такого рода потенциальному взаимодействию свыше 65,0% респондентов.

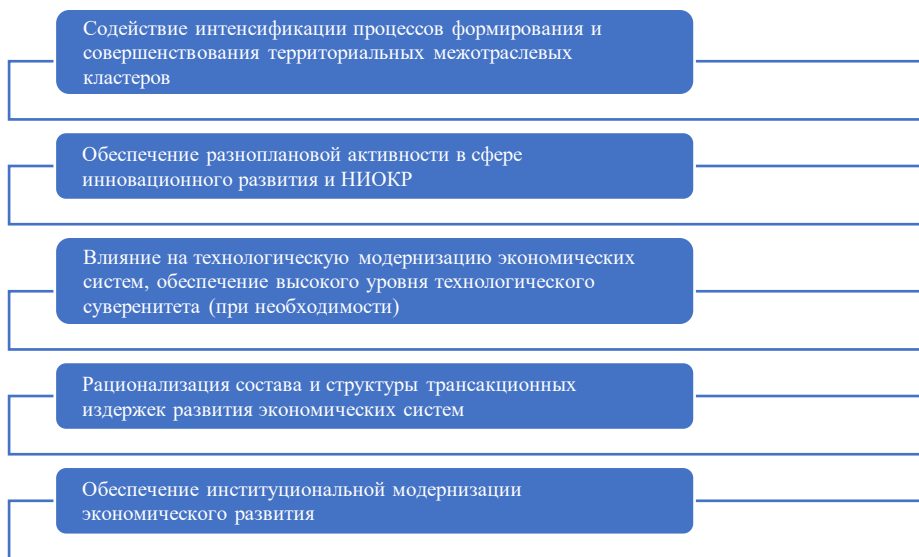


Рис. Дополненные и уточненные функции современных предпринимательских структур

Соответственно, даже иррегулярное взаимодействие предпринимательских структур с территориальными кластерами, при условии относительно эффективной организации такого рода коммуникаций, способствует росту объемов оборота и приросту рентабельности последних. Кластеры же в современной, постиндустриальной рыночной экономике являются одними из основных центров реа-

лизации масштабных инвестиционных проектов, обеспечения занятости, формирования налоговой базы для государственного бюджета различного уровня. Соответственно, взаимодействие широкого круга предпринимательских структур с кластерными образованиями дополнительно способствует активизации процессов реализации рассмотренных ранее традиционных функций субъектов предпринимательства.

Другой из уточненных нами функций предпринимательских структур является содействие со стороны последних интенсификации инновационных процессов и НИОКР в экономике в целом. В определенной степени данная функция развивается рассмотренный в общем виде ранее подход к пониманию социально-экономической сущности предпринимательства, аргументированный Й. Шумпетером. Вместе с тем, если Шумпетер акцентировал внимание на генерировании фирмами продуктовых, технологических и организационных инноваций, на наш взгляд, современные предпринимательские структуры являются основными драйверами инновационных разработок практически любой направленности: корпоративных, финансовых, маркетинговых и др. инноваций, которые впоследствии в большинстве случаев используются и вне предпринимательского сектора.

Так, созданные в 1970 гг., инновационные для того периода системы «бережливого производства», изначально применявшиеся только предпринимательскими структурами, с 1990 гг. начали активно и результативно использоваться и в секторе НКО, в первую очередь в организациях образования и здравоохранения⁶. В современных условиях предпринимательские структуры обычно апробируют и совершенствуют различные инновационные варианты цифровых платформ, значительная часть которых впоследствии используется, с определенными модификациями в том же секторе некоммерческих организаций, в рамках систем государственного и муниципального администрирования.

В рамках данной уточненной в статье функции акцентируется внимание на обеспечении значимой роли предпринимательских структур не только в активизации инновационных процессов, но и содействии интенсификации НИОКР, в т.ч. фундаментального характера. Последнее, например, иногда осуществляется посредством предоставления крупными промышленными компаниями целевых грантов для НИИ и организаций ВО на реализацию фундаментальных научно-исследовательских проектов.

¹ Бусыгин А.В. Введение в предпринимательство. М.: Дело, 2003. С.54.

² Ken G. Michael A. Hitt. Great Minds in Management: The Process of Theory Development. — NY., 2021. P.137.

³ Лалу, Ф. Открывая организации будущего/ Ф. Лалу. – М.: Инфра-М, 2024.

⁴ Самуэльсон П. Экономикс. М.: Армада, 2023. С.319.

⁵ Все страны G7 признаны в РФ недружественными в 2022 г.

⁶ Вумек Дж. П., Джонс Д. Т. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. -М.,: Альпина Бизнес Букс, 2023. С.56 - 58.

EVOLUTION IN THE METHODOLOGY OF ECONOMIC ANALYSIS OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES

© 2024 Mikhaleva Maria Igorevna*
Postgraduate student
Togliatti State University
E-mail: mihaleva.mari2016@yandex.ru

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial structures, innovation, cooperation, costs.

The article clarifies and supplements the functions of modern entrepreneurial structures. The classification presented in the work allows in the theoretical aspect to specify the role of entrepreneurial structures in socio-economic development, in the applied aspect - to form a system of institutions that to the greatest extent contribute to the comprehensive effective implementation of such functions.

* Scientific adviser – **Iskoskov Maxim Olegovich**, Doctor of Economics, Professor, Tolyatti State University.

НАЛОГОВАЯ РЕФОРМА УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

© 2024 Михалева Оксана Леоновна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Mikhaleva2007@yandex.ru

Ключевые слова: специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, дробление бизнеса.

В статье рассматриваются изменения в сфере налогообложения малого бизнеса при применении упрощенной системы налогообложения. Существенно меняются правила применения этого специального налогового режима, расширяется круг потенциальных налогоплательщиков.

Одной из существенных особенностей современной налоговой системы РФ является возможность применять специальные налоговые режимы. Данные режимы способствуют развитию малого предпринимательства¹. С помощью специальных налоговых режимов субъектам малого бизнеса предоставляются более благоприятные условия для осуществления предпринимательской деятельности. В случае применения специального режима налогообложения значительно снижается налоговая нагрузка, если сравнивать с общим режимом налогообложения.

Субъекты малого бизнеса-организации должны соответствовать условиям, сведения о них вносятся в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства³. На выбор могут применять такие специальные режимы как: упрощенная система налогообложения (УСН) и система единого сельскохозяйственного налога (ЕСХН).

Реформа налогового законодательства затрагивает порядок применения УСН, установленный гл.26.2 «Упрощенная система налогообложения» НК РФ. Уплачиваемый на УСН единый налог, заменяет налоги при применении общего режима налогообложения (НДС, налог на прибыль). Полное освобождение от уплаты всех налогов у налогоплательщиков не возможно. Если организация имеет иные объекты налогообложения, она признается плательщиком согласно законодательству о налогах и сборах.

Организация имеет право применять специальный налоговый режим - УСН, если выполняются условия по доходу, численности работников, стоимости основных средств.

Применяя УСН, налогоплательщик самостоятельно выбирает один из двух объект налогообложения: доходы или доходы минус расходы.

При объекте доходы налог исчисляется по ставке 6 %. Осуществленным налогоплательщиком расходы, не уменьшают сумму полученных доходов. Но у налогоплательщика есть возможность уменьшить исчисленную сумму единого налога на законных основаниях. Производится уменьшение на сумму уплаченных страховых взносов, взносов на травматизм, платежей по добровольному страхованию работников организации в случае временной нетрудоспособности. Ограничение по уменьшению для налогоплательщиков-организаций допускается в размере не более чем на 50%.

При выборе объекта налогообложения доходы минус расходы, расчет суммы налога производится по ставке 15%. Налогоплательщики, выбравшие данный объект, при расчете единого налога, учитывают расходы по установленному НК РФ перечню согласно ст. 346.162.

Порядок признания доходов и расходов при УСН осуществляется по кассовому методу. Момент признания доходов - поступление денежных средств на счета организации, в кассу. Расходы признаются - после их фактической оплаты или на дату прекращения обязательств другим способом. Что касается товаров, приобретенных для последующей перепродажи, то они учитываются по мере их реализации.

Также важным моментом для тех налогоплательщиков, кто выбрал объект доходы минус расходы, действует порядок уплаты минимального налога, который исчисляется в размере 1 % от полученных доходов.

Предоставляя такие существенные налоговые преференции, государство вводит некоторые ограничения по применению данного специального налогового режима. Если в течение отчетного периода будет нарушено хотя бы одно из условий, то налогоплательщик уже не сможет применять указанную систему налогообложения.

Для налогоплательщиков на УСН еще с 2021г. были введены налоговые ставки в повышенном размере: 8 % с объектом - доходы и 20 % с объектом - доходы минус расходы.

Однако изменения, вводимые с 1 января 2025г. существенно меняют данный режим налогообложения.

Введенные некоторое время тому назад повышенные ставки отменяются: 8 % если объект налогообложения «доходы» и 20 % при объекте «доходы -расходы». Остаются ранее действующие ставки – 6 и 15% в зависимости от объекта налогообложения.

Все пательщики, применяющие УСН, теперь становятся плательщиками НДС. Но НК РФ установлены условия, которые освобождают от уплаты этого налога:

- если сумма доходов не превысила 60 млн. руб. за предыдущий год (независимо от применяемого режима налогообложения);
- для вновь созданных организаций и зарегистрированных ИП.

Право на освобождение от уплаты НДС утрачивается в случае если в период действия освобождения величина дохода превысит 60 млн. руб. С 1-го числа ме-

сяца, следующего за месяцем, в котором произошло превышение, нужно платить НДС.

Исчисление НДС в случае утраты права на освобождение нужно производить одним из двух вариантов:

- в общем порядке - по ставке 20% с применением вычета;
- по специальному порядку: по ставкам 5% или 7% (п. 8 ст. 164 НК РФ), без

применения вычета.

Перед выбором варианта уплаты НДС налогоплательщику следует проанализировать механизм применения пониженных ставок.

Налоговая ставка по НДС 5% на УСН применяется если:

- превышение доходов не более 60 млн. руб. за предыдущий год, но и не достигла 250 млн. руб. с учетом коэффициента;

- потеряно право на освобождение от НДС (доходы превысили 60 млн. руб. с начала года).

НДС исчисляется по ставке 5 %, начиная с 1-го числа месяца, следующего за месяцем превышения.

Налоговая ставка по НДС 7 % на УСН применяется если:

- нет права на освобождение и доходы за предыдущий год не превысили 450 млн. руб. с учетом коэффициента;

- превышение доходов с начала года более чем 250 млн. руб. и нет права на применении ставки 5%.

Расчет НДС по ставке 7 % начинается с 1-го числа месяца, следующего за месяцем превышения.

Но если у налогоплательщика УСН доходы составят более 450 млн. руб., осуществляется переход к общей ставки НДС, начиная с 1-го числа месяца превышения.

Но если у налогоплательщика УСН доходы составят более 450 млн. руб., осуществляется переход к общей ставки НДС, начиная с 1-го числа месяца превышения.

Кроме того, если налогоплательщик применяет пониженные ставки (5% или 7%), то нельзя от них отказаться в течение 12 последовательно идущих кварталов (исключение, утрата права на их применение).

В отношении некоторых операций, несмотря на применение пониженных ставок 5% или 7%, НДС исчисляется иным образом. Так, при ввозе товаров на территорию РФ по общеустановленным ставкам, а в случае экспортных операций применяется нулевая ставка.

Сумму НДС, исчисленную и предъявленную плательщиком УСН по ставке 5% или 7 %, покупатели смогут принимать к вычету в общем порядке.

Новый порядок введения НДС для плательщиков УСН направлен на лишение возможности применения схемы «дробления бизнеса». На основе судебной практики ФНС России определен ряд признаков, которые могут свидетельствовать о минимизации налоговых платежей путем разделения бизнеса. К таким признакам можно отнести: общность производственных ресурсов, идентичность видов деятельности, договорные отношения с одними и теми же контрагентами и др.

Налоговой реформой введена налоговая амнистия. Она применяется для тех налогоплательщиков, кто добровольно откажется от дробления бизнеса. В этой связи в НК РФ определены два понятия: дробление бизнеса и добровольный отказ от дробления бизнеса⁴. Так, при осуществлении предпринимательской деятельности под дроблением бизнеса следует понимать ее разделение с целью занижения налогов путем применения специального налогового режима, при котором несколько формально самостоятельных лиц (организации, ИП) по факту контролируются одними и теми же лицами.

¹ Назаров М.А., Михалева О.Л. Оценка налоговой нагрузки на малый и средний бизнес в Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. - № 12 (146)

² Налоговый Кодекс Российской Федерации. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения 20.09.2024 г.)/

³ Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 10.07.2023) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.07.2023). https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения 20.09.2024 г.)/

⁴ Федеральный закон от 12.07.2024 N 176-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_480697/ (дата обращения 20.09.2024 г.)/

TAX REFORM OF THE SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM

© 2024 Mikhaleva Oksana Leonovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: Mikhaleva2007@yandex.ru

Keywords: special tax regimes, simplified taxation system, business fragmentation.

The article examines the changes in the field of taxation of small businesses in the application of the simplified taxation system. The rules for applying this special tax regime are changing significantly, expanding the range of potential taxpayers.

МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ СПОРТИВНОГО ПИТАНИЯ

© 2024 Мокеева Людмила Алексеевна
старший преподаватель
Самарский государственный экономический университет
E-mail: lamokeeva484@mail.ru

© 2024 Рябов Егор Николаевич
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: egor.riabow2016@yandex.ru

Ключевые слова: маркетинговое продвижение, спортивное питание, социальные сети, целевая аудитория.

Актуальность данной работы обусловлена популяризацией и ростом рынка спортивного питания. В современном мире без маркетингового продвижения маржинальность товара стремится к минимуму. Ключевым фактором в современном продвижении являются социальные сети и массмедиа.

Маркетинг - комплексная система, процесс, производства и сбыта продукции, для удовлетворения нужд покупателей, путем предложения соответствующих товаров. Маркетинг создан для того, чтобы исследовать рынок, разрабатывать стратегии для продвижения продукта, выводить новые продукты на рынок и т. д.¹.

Маркетинговая деятельность направлена на привлечение внимания людей различными способами, она является своеобразным средством манипулирования, благодаря чему способна менять приоритеты людей в той или иной сфере, способна менять его взгляды на жизнь и его жизнь в целом¹.

Для того, чтобы маркетинговое продвижение спортивных товаров и услуг было эффективным, необходимо проводить анализ различных маркетинговых стратегий и инструментов, осуществлять поиск различных каналов коммуникаций и тематических сообществ в социальных сетях для популяризации товара, находить эффективный рынок сбыта для будущих клиентов.

Задачи данного исследования:

1. Провести анализ нынешнего положения рынка спортивного питания, а конкретно изучить основные тенденции, уровень конкуренции и целевую аудиторию.
2. Определить наиболее эффективные инструменты и каналы продвижения: провести исследование и сравнить различные методы маркетинга такие как: digital-маркетинг, SMM, контент-мейкинги, рекламу и др.
3. Для оптимизации маркетинговой стратегии выявить практическое решение для повышения эффективности продвижения спортивного питания, учитывая особенности целевой аудитории и конкуренции.

Методы исследования:

1. Анализ данных рынка: изучение аналитических отчетов с сайтов по статистике продукции.

2. Анализ конкурентов: изучение сайтов, социальных сетей, рекламных кампаний, партнеров и отзывов потребителей.

3. Опрос целевой аудитории: проведение анкетирования, для понимания потребностей и предпочтений потребителей.

Изучив данные с сайтов, объем мирового рынка спортивного питания в 2022 г. оценивается в 42,9 миллиарда долларов².

Спортивное питание в наше время интересует не только спортсменов, но и людей, ведущих активный образ жизни, уделяющих внимание своему здоровью и внешнему виду. Тенденция на отечественное лидерство началась с 2016 года: в тот момент на международной выставке спортивного питания в Москве, российских производителей впервые было куда больше, чем зарубежных. Но по сей день лидерами в некоторых нишах остаются иностранные компании, которые предпочли продолжить продавать в России несмотря на давление санкций и проблемы с логистикой.

Объем производства спортивного питания за последние 4 года вырос в 6 раз³. Обусловлено это тем, что все больше людей стремятся к здоровому образу жизни и поддаются влиянию спортивных контентмейкеров, количество которых на просторах популярных видеохостингов выросло в несколько раз за последние пару лет. Например, такие как: Виктор блуд, Кирилл Сарычев, Дамир Татвол и т.д.

Самый подходящий по моему мнению способ продвижения спортивного питания является покупка рекламы у популярных спортивных блогеров и реклама в тематических сообществах, так как у них большой трафик подходящей аудитории, так же в наше время люди предпочитают приобретать товар через интернет-магазины.

Для оптимизации продвижения рекламной компании нужно ^{4,5}:

1. Определить целевую аудиторию.

2. Разделить свою аудиторию на категории: по возрасту, половым признакам, целям тренировок, уровню спортивной подготовки, бюджету и т.д.

3. В зависимости от целей клиента ему можно предложить специальные предложения, но большую часть продаж занимают порошковые добавки.

4. Создать контент и рекламный материал, который будет подходить каждому сегменту аудитории, учитывая их потребности и интересы.

5. Выбрать эффективные социальные медиа.

6. Использовать различные социальные сети для большего охвата аудитории. Видеохостинги и соц сети: Instagram (запрещена в Российской Федерации), YouTube, TikTok (заблокирован на территории Российской Федерации) - создавайте тематический материал, разыгрывайте собственную продукцию, используйте сотрудничество с блогерами.

7. Создать информативный сайт, где клиенты и посетители могут ознакомиться с продукцией и ценами, проанализировать отзывы, заказать товар.

8. Покупать рекламу в браузерах и социальных сетях, чтобы найти целевую аудиторию.

9. Отслеживать приток новой аудитории с имеющихся каналов сбыта.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что рынок спортивного питания показывает стабильный рост, это обусловлено возрастающим интересом потребителя к здоровому образу жизни и фитнесу.

Для продвижения товара- спортивного питания можно рекомендовать покупать рекламу у блогеров и тематических сообществ, так как исследования показали, что эти способы распространения товара самые эффективные в нынешних реалиях.

¹ Алексина А.О. Роль маркетинга в сфере услуг физической культуры и спорта //Российская наука: актуальные исследования и разработки. – 2022. – С. 341-344. DOI 10.46554/Russian.science-2022.09-1-341/344.

² Алексей Груздев. Тренды рынка спортивного питания: как за 10 лет изменилась отрасль. URL: <https://sberbusiness.live/publications/trendi-rinka-sportivnogo-pitaniya-kak-za-10-let-izmenilas-otrasl> (Дата обращения: 31.07.2024)

³ Анализ рынка спортивного питания в России в 2019-2023 гг, прогноз на 2024-2028 гг. URL: <https://marketing.rbc.ru/research/41694/> (Дата обращения: 11.09.2024)

⁴ Алексина, А. О. Инновационная деятельность в сфере услуг физической культуры и спорта / А. О. Алексина // Российский экономический интернет-журнал. – 2018. – № 1. – С. 2.

⁵ Попова, А. О. Тенденции развития услуг физической культуры и спорта / А. О. Попова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 9 (131). – С. 84-89.

MARKETING PROMOTION OF SPORTS NUTRITION

© 2024 Mokeeva Lyudmila Alekseevna
Senior lecturer
Samara State University of Economics
E-mail: lamokeeva484@mail.ru

© 2024 Ryabov Egor Nikolaevich
Student
Samara State University of Economics
E-mail: al.chernickowa@yandex.ru

Keywords: marketing promotion, sports nutrition, social networks, target audience.

The relevance of this work is due to the popularization and growth of the sports nutrition market. In the modern world, without marketing promotion, the marginality of the product should be minimized. The key factor in modern promotion is social networks and mass media.

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2024 Назаров Михаил Александрович
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: nalogi_audit@mail.ru

© 2024 Митусова Ольга Николаевна
магистрант
Самарский государственный экономический университет
E-mail: nalogi_audit@mail.ru

Ключевые слова: закупочная деятельность, планирование, выбор поставщика, система закупок.

Статья посвящена изучению особенностей, проблем и путей развития планирования закупочной деятельности организаций в России в современных условиях. Рассматриваются особенности и возможные стратегии организации закупочной деятельности организаций. Представлены возможные проблемы при планировании и осуществлении закупок в организациях, включая проблемы выбора поставщиков и некоторые пути совершенствования закупочной деятельности организаций.

В современной экономике эффективная закупочная деятельность играет важную роль в обеспечении успешного функционирования предприятия. Организация ведения закупочной деятельности на основании стратегического анализа рынка становится все более актуальной в условиях постоянно меняющейся экономической среды и конъюнктуры рынка.

Уровень развития современной экономики предполагает высокую степень зависимости организаций от внешней среды. Больше всего данная проблема характерна для закупочной деятельности, поскольку если раньше предприятия могли удовлетворять возникающие потребности в товаре и услугах собственными силами, то сейчас подобные ситуации являются редкостью. Все больше компаний закупают необходимые ресурсы извне, поскольку купить становится экономически выгоднее, нежели произвести самому. Однако данные действия повышают степень зависимости от поставщиков, их поведения и добросовестности. Кроме этого следует отметить, что процесс закупок влияет не только на финансовый риск компании, но и на ее репутацию. Сотрудничество с тем или иным поставщиком налагает дополнительные обязательства со стороны мониторинга экологических, политических, социальных аспектов.

Закупочная деятельность является одним из ключевых процессов в организации, поскольку позволяет получить желаемые по качеству и количеству товары, работы или услуги в установленный срок.

В зависимости от вида деятельности предприятия закупки осуществляются либо на основе внутренней системы организации закупочной деятельности через усиление штата специалистами по закупкам, либо посредством внешней среды через государственные и муниципальные органы управления закупочной деятельностью.

Грамотное выстраивание процесса закупок является стратегически важным в связи с ограниченными в распоряжении предприятия ресурсами: процесс должен быть выстроен так, чтобы компания, во-первых, минимизировала свои затраты, приобретая товарно-материальные ценности, услуги или работы заявленного качества, а во-вторых, получала их к оговоренному сроку. Неверная стратегия закупочного процесса или стратегические ошибки могут приводить к сбою поставок, нарушению технологических процессов, парализации производства и другим проблемам, которые являются причиной убытков или упущенных прибылей.

Эффективная стратегия закупочной деятельности должна включать следующие компоненты:

- своевременность и надежность поставки – для предотвращения срывов или задержек производства необходимы поставщики, гарантирующие выполнение обязательств;

- минимизация расходов – для повышения рентабельности снижаются затраты как на необходимый продукт, так и на процесс его закупки;

- гибкость и адаптивность – учитывается динамичность бизнес-среды и возможность подстраиваться под новые условия и требования рынка;

- качество цепей поставок (оказания услуг, работ) – необходим для приобретения качественных товаров, услуг, работ;

- поддержание конкурентоспособности – заключение сделок с поставщиками на выгодных условиях;

- оценка рисков и управление ими, план действий для минимизации возможных потерь.²

Федеральный закон №44-ФЗ на текущий момент является основным нормативным правовым актом в Российской Федерации, который регулирует вопросы закупочной деятельности по части планирования и прогнозирования закупок, выбора контрагентов-исполнителей, контроля над соблюдением законодательства РФ. Федеральный закон № 223-ФЗ является дополняющим законом, предоставляющим больше свобод для организаций, работающих по нему, и устанавливает общие принципы закупки товаров, работ, услуг (далее по тексту – ТРУ) и основные требования к их закупке.

Хотя уже сформирована полная нормативно-правовая база по осуществлению закупок ТРУ, необходимо проводить работу по улучшению законодательства на всех уровнях – федеральном, муниципальном и региональном.

Выявление проблем планирования и организации закупок позволяют предприятию более рационально подходить к выбору поставщиков, получать более точную информацию и т.д.

Совокупность факторов внутренней и внешней среды предприятия, оказывающих влияние на экономическую деятельность, приводит к образованию дефицита материальных ресурсов. Для обеспечения финансовой устойчивости предприятия в долгосрочной перспективе разрабатывается стратегия закупочной деятельности и решается проблема разработки системы управления материальными ресурсами, поскольку их дефицит негативно влияет на деятельность предприятия. То есть возникает проблема рационального планирования объема закупок и запасов материальных ресурсов.

При этом осуществление закупочной деятельности должно соответствовать принципам общей корпоративной стратегии, поскольку она оказывает существенное влияние на процессы обеспечения производства ресурсами, поэтому закупочную деятельность следует рассматривать не только в функциональном плане для устранения текущих проблем, но и в стратегическом.

Решение о реорганизации системы закупочной деятельности на предприятии может негативно отразиться на общей экономической деятельности. Руководитель может поручить, например, осуществлять только конкурентные закупки на ЭТП, начиная со следующего периода, однако такое решение может вызвать дополнительные проблемы. Корректнее было бы исследовать рынок, количество поставщиков, их желание и возможность участвовать в торгах, модифицировать систему снабжения и в зависимости от предмета закупки встраивать конкурентные методы.

Каждая крупная организация с полностью выстроенной системой закупок не способна полностью отказаться от старой и внедрить новую, поскольку это приведет к остановке хозяйственной деятельности, а также новая система без апробации и тестового периода может оказаться менее эффективной.

Также важной проблемой в закупочной деятельности является выбор поставщика. Исходя из текущих потребностей, требований в улучшении качества необходимо повышать эффективность работы с поставщиками и осуществлять поиск более выгодных поставщиков. В крупных предприятиях уделяется особое внимание выбору поставщика, проводится его анализ, проверка безопасности и т.д.

Основной проблемой на этапе планирования выступает формирование и утверждение плана-графика (реестра закупок). На протяжении года постоянно вносятся изменения в реестр закупок. Это вызвано, в первую очередь, изменениями в течение финансового года, которые происходят в области перечня потребностей ТРУ, нормативных затрат и т.д. Однако данная ситуация может характеризоваться некачественной подготовкой документации и возникновением ошибок, допущенных при планировании.

Причины проблемы планирования могут быть следующие:

- 1) неполная и некачественная оценка ответственным подразделением предприятия рыночной стоимости закупаемых ТРУ;

2) отсутствие или недостаток квалифицированных специалистов, обладающих должными компетенциями в сфере закупок, а также недостаточное поддержание и повышение уровня квалификации специалистов;

3) изменение рыночной стоимости товаров, работ, услуг в течение финансового года и изменение экономической ситуации;

4) отсутствие или наличие морально устаревших методических рекомендаций по планированию закупочной деятельности;

5) стремление заказчика сократить издержки и привлечь потенциального участника при планировании, что является нарушением законодательства в области закупок. В этой ситуации заказчик может сформировать документацию к закупке с нарушениями, обеспечив преимущества конкретному поставщику. Данные закупки на практике часто обжалуются другими участниками, и они признаются недействительными. По 44-ФЗ процедура переносится на следующий год, а по 223-ФЗ закупка осуществляется в соответствии с положением заказчика, но, как правило, в рамках внесения изменений в реестр закупок такая закупка переносится на следующий период (месяц, квартал), в результате чего сроки подведения итогов сдвигаются на 1-2 месяца.

Это приводит к дополнительным затратам на организацию процедуры закупки, а также в случае государственных закупок может повлиять на сокращение выделяемых бюджетом средств.

Кроме того, у потенциальных поставщиков (исполнителей, подрядчиков) снижается уровень доверия к заказчикам и в целом к государственной закупочной системе, что приводит к невысокому показателю участия в торгах и низкому уровню конкуренции, что также влияет на лишние затраты предприятия и показывает участникам о бесперспективности участия в торгах.

При организации закупок одной из проблем является необходимость реализации антидемпинговых мер. В соответствии с российским законодательством проведение торгов должно осуществляться по принципу честной конкуренции, однако не все участники готовы его придерживаться. В связи с этим необходимо вводить увеличение объемов обеспечения договора и заявки и установления уровня демпинговой цены для заказчиков, которые существенно опускают цену договора, чтобы заключить договор даже при отсутствии для себя выгоды. Как правило, такие участники, становясь победителями, при исполнении обязательств предоставляют товары, работы или услуги ненадлежащего качества, не соответствующие требованиям договора, что напрямую зависит от низкой стоимости договора.

В итоге возникающая экономия денежных средств не коррелируется с экономической, технической и социальной эффективностью закупки.

Проблема реализации антидемпинговых мер связана с тем, что законодательно определена возможность ограничения для демпингующих участников только в конкурсах и аукционах, а другие способы закупок не допускают использования этих мер, что отрицательно сказывается на эффективности осуществления закупочной деятельности.

Как раз на этапе исполнения договора проблемный аспект заключается в невозможности достоверно и полноценно определить, заключается ли контракт с добросовестным поставщиком. К сожалению, в экономике всегда присутствуют недобросовестные контрагенты, которых не всегда удастся определить на момент признания итогов процедуры закупки, поэтому всегда присутствует риск заключения договора с таким участником ввиду того, что участником закупки может являться любое юридическое лицо независимо от его организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала или любое физическое лицо, в том числе зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя.

Лицо, выступающее в роли заказчика, не имеет возможности ограничить участников закупки, поскольку это является прямым нарушением законодательства и влечет за собой проверки и санкции со стороны контролирующих органов, в том числе и Федеральной антимонопольной службы. На текущий момент электронные площадки не имеют технического функционала и возможности по проверке достоверности предоставляемой участником закупки информации.

В целом проблемы, относящиеся к закупочному процессу, могут возникать из-за отсутствия у заказчика действенных способов защиты от недобросовестных поставщиков, не обеспечивающих оказание услуг, выполнение работ, поставку товаров должного качества, или не соблюдающих условия договора, или уклоняющихся от исполнения обязательств. Данная проблема не только влияет на организацию закупочной деятельности, но и исполнения закупки (контракта/договора).

¹ Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 №44-ФЗ.

² Стратегии закупок. — Текст : электронный // Национальный институт переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере экономики и финансов : [сайт]. — URL: <https://nipkef.ru/about/blog/strategiya-zakupok/> (дата обращения: 14.09.2024).

³ Дубовик, С. Закупки на 100 % [инструменты снижения цен и получения лучших условий у сложных поставщиков] : практические инструменты, примеры, кейсы, готовые решения / С. Дубовик. — Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2020. — 381 с. : ил. — ISBN 978-5-4461-2280-6. — Текст: электронный // <https://www.litres.ru/sergey-dubovik/zakupki-na-100-instrumenty-snizheniya-cen-i-poluch-30791793/> (дата обращения: 14.09.2024)

⁴ Naumova O.A., Tyugin M.A. Information and analytical support for enterprise business management // Current Achievements, Challenges and Digital Chances of Knowledge Based Economy. Cham, 2021. С. 295-303.

⁵ Татаровская Т.Е. Внутренний контроль как элемент обеспечения устойчивого развития субъектов малого предпринимательства // Сибирская финансовая школа. 2014. № 6 (107). С. 140-145.

PROBLEMS AND DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF PLANNING OF ORGANIZATIONS' PROCUREMENT ACTIVITIES

© 2024 Nazarov Mikhail Alersandrovich
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: nalogi_audit@mail.ru

© 2024 Mitusova Olga Nikolaevna
Undergraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: nalogi_audit@mail.ru

Keywords: purchasing activities, planning, supplier selection, purchasing system.

The article is devoted to the study of the features, problems and ways of development of procurement planning of organizations in Russia in modern conditions. The features and possible strategies for organizing the procurement activities of organizations are considered. Possible problems in planning and implementing procurement in organizations are presented, including problems of choosing suppliers and some ways to improve the procurement activities of organizations.

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ, НАПРАВЛЕННОЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ НОРМ И ЦЕННОСТЕЙ, СПОСОБСТВУЮЩИХ УЛУЧШЕННОЙ СПЛОЧЕННОСТИ КОМАНДЫ, СОТРУДНИЧЕСТВУ И ВЗАИМОПОНИМАНИЮ

© 2024 Негашев Леонид Витальевич*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: lnegashev@mail.ru

Ключевые слова: корпоративная культура, ценности организации, коммуникация, лидерство, мотивация сотрудников, психологический климат, управление конфликтами, социальная ответственность, адаптивность к изменениям.

В современном быстроизменяющемся мире вопрос развития корпоративной культуры является главной и неотъемлемой частью бизнес-процессов коммерческих компаний. Руководство и сотрудники таких компаний не всегда осознают важность и уделяют малое внимание формированию норм и ценностей, способствующих улучшенной сплоченности команды, сотрудничеству и взаимопониманию. Пренебрежение данными параметрами и сопротивление изменениям со стороны руководства затрудняют процесс их внедрения, что, в итоге, может привести к разобщенности, недопониманию поставленных задач и конфликтам внутри коллектива. В статье рассматривается актуальность корпоративной культуры, ее назначение и классификация, предложены составляющие корпоративной культуры, определена методика по выявлению факторов, препятствующих развитию и укреплению корпоративной культуры.

Корпоративная культура¹, в общем понимании, представляет собой систему убеждений, ценностей и ожиданий, определяющих нормы поведения в организации и служит решению основных проблем, связанных с адаптацией организации к внешним условиям и интеграцией внутренних структур и процессов. Ее субъектом является корпорация, как целостная система, состоящая из отдельных субкультур.

Назначение корпоративной культуры заключается в создании особой идентичности компании, исходя из бизнес-направления, которая будет отличать ее от конкурентов в области норм и ценностей. Сильная и сформированная корпоративная культура способна удерживать и привлекать новых сотрудников, благополучно влиять на их вовлеченность и удовлетворенность. Говоря о ее классификации, то одной из самых популярных является классификация американских специалистов по менеджменту Кима Камерона и Роберта Куинна изложенная в

* Научный руководитель – **Жабин Александр Петрович**, доктор экономических наук, профессор, Самарский государственный экономический университет.

книге «Диагностика и изменение организационной культуры»², согласно которой любая компания балансирует между адаптивностью и стремлением к стабильности, а также приоритетами между внешними и внутренними проблемами».

В результате складываются следующие типы корпоративной культуры, представленные на рис. 1.

Адаптивность			
Внутренний фокус	<u>Клан</u> Тип лидера: воспитатель, родитель, помощник. Критерии эффективности: сплочённость, дружественные отношения, развитие человеческих ресурсов. Теория менеджмента: участие укрепляет преданность делу.	<u>Адхократия</u> Тип лидера: новатор, предприниматель, провидец. Критерии эффективности: передовой результат, творчество, рост. Теория менеджмента: новаторство, вынашивание ресурсов.	Внешний фокус
	<u>Иерархия</u> Тип лидера: координатор, наставник, организатор. Критерии эффективности: рентабельность своевременность, гладкое функционирование. Теория менеджмента: контроль способствует рентабельности.	<u>Рынок</u> Тип лидера: надсмотрщик, соперник, производитель. Критерии эффективности: рыночная доля, достижение цели, поражение конкурентов. Теория менеджмента: конкуренция способствует продуктивности.	
Стабильность			

Рис. 1. Типы организационной культуры по методике К. Камерона и Р. Куинна

Первый тип корпоративной культуры «клан» представляет собой организацию семейного типа, которой присуще создание дружеской атмосферы, сплоченности и развития кадрового персонала. В таком типе преобладает взаимопонимание, взаимопомощь и доверие. Лидеры проявляют строгость в рабочих процессах, но в то же время, заботливо относятся к каждому сотруднику. Тип мышления и методов лидеров приближен к родительскому или воспитательному, главной задачей которого является настрой сотрудников на долгосрочное сотрудничество и преданность общему делу.

Второй тип корпоративной культуры «адхократия» представляет собой динамичную организацию, которой присуще быстрая реакция на современные вызовы и меняющиеся внешние условия. Подразделения, как правило, занимаются новыми и временными для фирмы вопросами и отличаются отсутствием иерархии, а также неформальным характером взаимодействия. Основной упор складывается в сторону использования индивидуальных качеств и способностей каждого сотрудника по принципу «решение для данного случая».

Третий тип корпоративной культуры «иерархия» представляет собой многоуровневую структуру организации деятельности и контроль над ней. Рабочая среда формальна с конкретизированными и закреплёнными процедурами для руководства. Лидерство основывается на организованной координации и мониторинге, при этом культуре свойственна эффективность и предсказуемость. Рабо-

чие процессы, характеризуются согласованностью действий работников. Долгосрочные планы организации состоят в обеспечении стабильности, предсказуемости и рентабельности.

Четвертый тип корпоративной культуры «рынок» представляет собой организацию, в которой основное внимание уделяется взаимодействию с клиентами, прибыльности и доле рынка. Культура строится на конкурентных преимуществах и достижении поставленных результатов. Основными драйверами команды являются целеустремленные лидеры, которые требовательны к сотрудникам. Общая цель - добиться успеха, занять значительную долю рынка и увеличить рентабельность.

Составляющие корпоративной культуры

Составляющая	Характеристика
1. Ценности и убеждения	Включают в себя принципы, которые формируют поведение сотрудников и принимаемые ими решения, с учетом стратегии компании. Основное внимание уделяется таким понятиям как: честность, уважение, открытость и командная работа.
2. Нормы и правила	К ним относятся официальные и неофициальные правила поведения, разработанные по стандартам организации, которые требуют от сотрудников соответствие профессиональному поведению, взаимодействию с коллегами и клиентами по всем рабочим вопросам, а также выполнение, поставленных руководством задач.
3. Миссия и видение	Подразумевает четкое понимание целей компании, ее место и роль в мире. Прогнозирование будущего и конечной цели, обоснование важности действий каждого сотрудника.
4. Коммуникация	Способность обмениваться информацией внутри компании и за ее пределами. Важным аспектом коммуникации является ее открытость и прозрачность, которые формируют доверие и рабочую атмосферу внутри коллектива.
5. Лидерство	Представляет собой стиль работы и подходы к деятельности руководства, которые задают направление корпоративной культуре. Лидеры должны не только демонстрировать ценности компании, но и становиться примером для ее сотрудников.
6. Рабочая среда	Фокусировка на рабочем пространстве и удобстве сотрудников, включая офисный и производственный дизайн компании, зоны отдыха и деловую атмосферу.
7. Обучение и развитие	Возможность обучаться, расти вертикально и горизонтально, повышать свои компетенции, проявлять инициативность и развиваться по карьерной лестнице.
8. Признание и вознаграждение	Создание систем мотивации, которые справедливо способны оценивать труды и достижения сотрудников, учитывая ценности компании.
9. Социальная ответственность	Участие в социальных проектах и экологических инициативах, в которых общество и окружающая среда выступает как часть культурных ценностей компании.
10. Фокусировка на клиенте	Сопоставление корпоративной культуры с интересами клиентов, стремление удовлетворить их потребности. Основной акцент делается на выстраивание сервиса и долгосрочных отношений.

Важность корпоративной культуры и ее составляющих, представленных в таблице, сложно не оценить, она не только определяет внутренние нормы и ценности организации, но и оказывает влияние на уровень вовлеченности сотрудников в рабочий процесс, их сплоченность и коммуникабельность.

Если говорить о выявлении факторов, препятствующих развитию и укреплению корпоративной культуры, то можно упомянуть модель³, представленную на рис. 2, книги Даниеля Денисона «Corporate culture and organizational effectiveness»⁴, в которой проводилось исследование связей между корпоративной культурой и эффективностью. Сама процедура анализа по модели Денисона представляет собой опрос сотрудников⁵. Респонденты дают ответы по 5-балльной шкале на 60 вопросов, затем по каждому вопросу рассчитывается среднеарифметическое значение. Полученные средние результаты для каждого индекса противопоставляются нормам — аналогичным показателям других компаний, содержащимся в специальной базе данных уровня корпоративной культуры по каждому направлению, которая обновляется на регулярной основе.

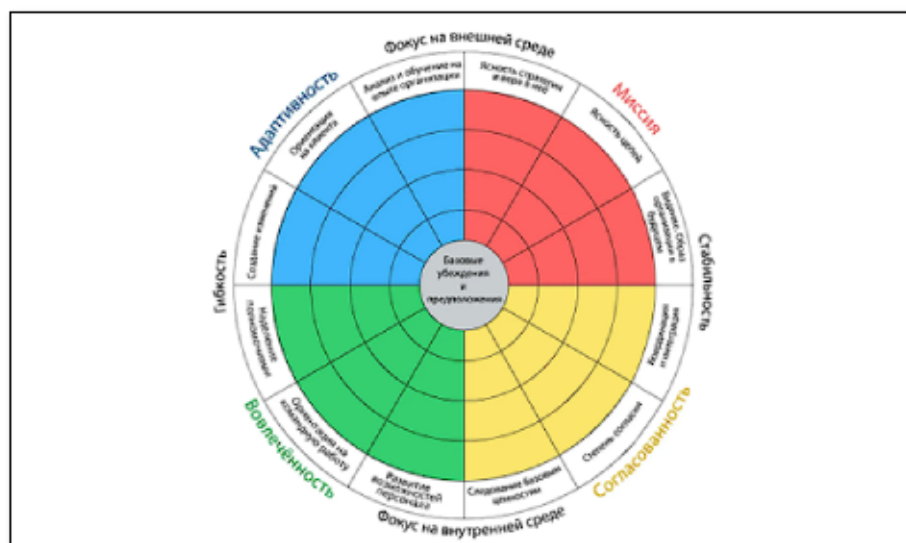


Рис. 2. Модель организационной культуры Денисона

Модель Денисона помогает собственникам определять факторы, препятствующие развитию и укреплению корпоративной культуры, исходя из полученных оценок, проводить их анализ, путем ответов на вопросы:

1. Деятельность компании направлена на внешнюю или внутреннюю среду?
2. Способна ли компания быстро реагировать на изменения внешней среды и является ли она на данный момент стабильной?

Используя исследования культуры компании, базирующиеся на модели Денисона, руководители компании могут:

1. Выявлять сильные и слабые стороны развития коммуникации внутри компании;
2. Получить представление об областях, которые требуют дальнейшего улучшения.

Развитие корпоративной культуры, направленной на формирование норм и ценностей, способствующих улучшенной сплоченности команды, сотрудничеству и взаимопониманию, является ключевым аспектом успешного функционирования любой организации. В условиях современного бизнеса, где изменения происходят стремительно, способность сотрудников работать в едином ключе и поддерживать открытость в коммуникациях становится важным конкурентным преимуществом. Создание такой культуры требует системного подхода, включающего четкое определение ценностей, вовлечение сотрудников в процесс формирования норм поведения и постоянное внимание к их потребностям и ожиданиям. Лидеры должны служить примером, демонстрируя желаемые поведенческие модели и активно поддерживая инициативы, направленные на укрепление командного духа.

Важно отметить, что развитие корпоративной культуры — это не разовый процесс, а постоянное стремление к улучшению. Регулярная оценка текущего состояния культуры, обратная связь от сотрудников и готовность к изменениям помогут организации адаптироваться к новым вызовам.

¹ Корпоративная культура // <https://bigenc.ru> URL: <https://bigenc.ru/c/korporativnaia-kultura-25346d> (дата обращения: 19.09.2024).

² Ким Камерон, Роберт Куинн «Диагностика и изменение организационной культуры». - 1-е изд. - СПб.: Питер, 2001. - 320 с.

³ Модель организационной культуры Денисона // <https://bigenc.ru> URL: <https://bigenc.ru/c/model-organizatsionnoi-kul-tury-denisona-fa99c3> (дата обращения: 19.09.2024).

⁴ Daniel R. Denison «Corporate culture and organizational effectiveness». - 1st edition. - USA: Wiley, 1990. – 267 p.

⁵ Organizational Culture Surveys // <https://denisonconsulting.com> URL: <https://denisonconsulting.com/culture-surveys> (дата обращения: 20.09.2024).

DEVELOPING A CORPORATE CULTURE AIMED AT FORMING NORMS AND VALUES THAT PROMOTE IMPROVED TEAM COHESION, COLLABORATION AND MUTUAL UNDERSTANDING

© 2024 Negashev Leonid Vitalievich*

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: lnegashev@mail.ru

Keywords: corporate culture, organizational values, communication, leadership, employee motivation, psychological climate, conflict management, social responsibility, adaptability to change.

In today's rapidly changing world, the issue of developing corporate culture is the main and integral part of business processes of commercial companies. The management and employees of such companies do not always realize the importance and pay little attention to the formation of norms and values that contribute to improved team cohesion, cooperation and mutual understanding. Neglect of these parameters and resistance to changes on the part of management complicate the process of their implementation, which, ultimately, can lead to disunity, misunderstanding of the tasks set and conflicts within the team. The scientific article examines the relevance of corporate culture, its purpose and classification, proposes the components of corporate culture, and defines a methodology for identifying factors that hinder the development and strengthening of corporate culture.

* Scientific adviser – **Zhabin Alexander Petrovich**, Doctor of Economics, Professor, Samara State University of Economics.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ

© 2024 Олейникова Татьяна Ильинична*
магистрант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: olen.ikova@yandex.ru

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, digital-среда, лояльность клиентов, контент-маркетинг, социальные сети, email-маркетинг, push-уведомления, digital-каналы.

Статья рассматривает влияние маркетинговых коммуникаций на лояльность клиентов в Digital-среде, анализируя эффективность маркетинговых коммуникации.

В условиях возрастающей конкуренции и быстро развивающейся digital-среды, привлечение и удержание клиентов становятся ключевыми факторами успеха любого бизнеса. Одним из наиболее эффективных инструментов для достижения этой цели являются маркетинговые коммуникации. Лояльность клиентов, основанная на качественном взаимодействии с брендом, позволяет не только увеличить продажи, но и обеспечить долгосрочное развитие компании.

Современные потребители прежде, чем приобрести товар, тщательно анализируют всю информацию о нем и предъявляют при этом высокие требования к его потребительским свойствам. Им важно также больше узнать о бренде, его положительных сторонах.

Основные проблемы, стоящие перед бизнесом в digital-среде, заключаются в следующем:

- Очень много различного рода информации в цифровой среде, что осложняет выбор нужного продукта для клиента.

- Потребительские предпочтения динамичны, не постоянны, поэтому необходимо разработать рациональную стратегию, позволяющую быстро адаптироваться к этим изменениям.

- Конкуренция на рынке среди компаний постоянно растет, поэтому создавая новые товары, важно придать им уникальность, которая будет отличать их от продукции других брендов.¹

Рассмотрим каналы коммуникации в digital-среде, которые могут стать наиболее перспективными для повышения лояльности клиентов на примере работы ресторанной компании «Поляна»². Для взаимодействия с клиентами используются следующие каналы коммуникации:

* Научный руководитель – **Тойменцева Ирина Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

Социальные сети: Они дают возможность создавать контент, размещать рекламу, проводить опросы и анкетирование, участвовать в дискуссиях и многое другое.

Email-маркетинг: с помощью него можно проинформировать клиентов об акциях, направить письма с интересными предложениями, напомнить о компании и ее товарах.

Мессенджеры: Обеспечивают быструю связь с клиентами, в том числе и обратную, предоставляя им квалифицированную поддержку и консультации по возникающим у них вопросам.

Веб-сайты: Дают возможность предоставить исчерпывающую информацию о товарах и услугах, предоставляемых той или иной компанией и их контактных данных, а также оформить заказ.

Push-уведомления: Оповещают потребителей о проведении акций, скидок, предоставляют много другой полезной информации об интересных событиях.

Мобильные приложения: Позволяют персонально взаимодействовать с клиентом, открывая доступ к бонусным программам в эксклюзивном контенте.

При определении эффективности канала коммуникации следует рассмотреть:

1. Целевая аудитория: Каналы должны быть ориентированы на предпочтения и интересы целевой аудитории.

2. Тип услуги: Для разных типов услуг могут быть более эффективны определенные каналы.

3. Бюджет: Необходимо выбирать каналы, которые соответствуют выделенному бюджету.

4. Цели маркетинговой кампании: Выбор канала должен быть обусловлен целями, которые преследует кампания (увеличение продаж, повышение узнаваемости бренда, укрепление лояльности).

Примеры успешных digital-кампаний местного сервиса доставки «Поляна Delivery». Бренд использует социальные сети для создания интерактивного контента, вовлекая своих подписчиков в события города, а также вовлекая в конкурсы. Использует Email-маркетинг для отправки персонализированных предложений и поздравлений с днем рождения, создавая ощущение индивидуального подхода. Push-уведомления для оповещения клиентов о скидках и специальных предложениях, повышая вероятность совершения покупки.

Контент-маркетинг является одним из самых эффективных инструментов маркетинговых коммуникаций. Контент-маркетинг - это стратегия создания и распространения ценного, релевантного и последовательного контента для привлечения и удержания четко определенной аудитории.³ Информативный, развлекательный и полезный контент может влиять на пользователя в различных аспектах:

- Повысить узнаваемость бренда: Создавать положительное отношение к компании и ее продуктам услугам.

- Укрепить доверие: Предоставляя ценную информацию, бренд позиционирует себя как эксперта в своей области.

- Увеличить вовлеченность: Поощряя взаимодействие с контентом, бренд создает чувство общности с клиентами.

- Стимулировать продажи: Предлагая ценные решения проблем, бренд побуждает клиентов к совершению покупок.

Контент-маркетинг, как стратегия создания и распространения ценного, релевантного и последовательного контента, предназначенного для привлечения и удержания четко определенной аудитории, опирается на создание различных форматов контента. Контент делится на несколько типов, а именно:

- Статьи: Предоставляют исчерпывающую информацию по различным темам, связанным с продуктами/услугами компании.

- Видео: Обеспечивают наглядную демонстрацию продуктов услуг, формируют эмоциональную связь с клиентами.

- Инфографика: Представляют сложную информацию в доступной и привлекательной форме.

- Вебинары: Позволяют делиться экспертным знанием, углублять знания клиентов о продуктах услугах.

- Кейсы: Демонстрируют практический опыт использования продуктов/услуг, повышая доверие к компании.

- Подкасты: Предоставляют возможность получать информацию в удобном формате (например, во время поездок).

Telegram-канал «Поляна Delivery» демонстрирует пример эффективной контент-стратегии, ориентированной на повышение лояльности аудитории и создание бренда как части местной идентичности. Сервис доставки позиционирует себя не только как поставщик услуг, но и как знаток города Самары, транслируя в контенте свою осведомленность о местных событиях и культуре. Ключевые элементы контент-стратегии:

- Формирование локального бренда: Постоянные рубрики, например «Доброе утро!» по понедельникам и бонусные баллы по четвергам, подчеркивают связь бренда с локальной аудиторией.

- Использование милых животных: Визуальный контент с животными, особенно котиками, повышает эмоциональную вовлеченность и лояльность. Животные используются как элемент узнаваемости бренда и служат для усиления привлекательности постов.

- Демонстрация команды: Представление сотрудников «Поляна Deliver», от курьеров до бренд-менеджеров, формирует доверие и создает образ человеческого бренда.

- Трансляция локальных событий: Публикация постов о событиях в Самаре, например, о футбольном матче «Крылья Советов» - «Зенит», укрепляет связь бренда с городом и местными интересами.

- Создание развлекательного контента: Использование локальных событий для создания развлекательного контента, например, подборка фото с котами, которые занимаются спортом с подписью «Котоолимпиада» во время Олимпийских игр, позволяет заинтересовать аудиторию и запомниться.

Данная контент-стратегия является эффективной, так как позволяет:

1. Повышению узнаваемости бренда: Использование локальной тематики, милых животных и развлекательного контента делает канал «Поляна Delivery» узнаваемым в Самаре.

2. Формированию комьюнити: Активный диалог с аудиторией, участие в локальных событиях и использование развлекательного контента способствуют созданию сообщества вокруг бренда.

3. Укреплению лояльности: Позитивный контент, откровенность в коммуникациях и ориентация на интересы локальной аудитории повышают лояльность клиентов к бренду.

Контент-стратегия «Поляна Delivery» представляет собой успешный пример использования digital-коммуникаций для формирования локального бренда, укрепления лояльности клиентов и создания комьюнити. Этот кейс может служить хорошим примером для других локальных бизнесов в digital-среде.

В заключение, проведенный анализ подтверждает ключевую роль маркетинговых коммуникаций в успехе бизнеса в digital-среде. Современные компании, опираясь на комплексный подход, используют различные цифровые каналы, контент-маркетинг и бренд-маркетинг для формирования положительного опыта взаимодействия с брендом. Использование разных digital-каналов, от социальных сетей до email-рассылок и Push-уведомлений, позволяет достичь широкой аудитории и эффективно коммуницировать с ней. Контент-маркетинг, опирающийся на создание ценного, информативного и развлекательного контента, укрепляет доверие к бренду, стимулирует вовлеченность и увеличивает узнаваемость. Бренд-маркетинг, в свою очередь, формирует уникальный образ бренда, выделяя его на фоне конкурентов и создавая сильную эмоциональную связь с клиентами. Особенно важным является способность адаптироваться к динамичным потребностям цифровой среды, постоянно анализируя и совершенствуя свою стратегию маркетинговых коммуникаций⁶. Использование аналитических инструментов в слежение за изменениями в поведении целевой аудитории позволяет повысить эффективность компаний и добиться максимальной отдачи.

¹ Кудашева Сабина Анатольевна Современные маркетинговые коммуникации: тенденции и перспективы // УЭКС. 2017. №7 (101)

² Официальный сайт Поляна. [Электронный ресурс] – URL: <https://polyana.co/>

³ Чугунова Е.Н. Воронка контент-маркетинга // Шестнадцатая годовичная научная конференция. Социально-гуманитарные науки. Часть II. 2024.

⁴ Дулепинская Д.А. Комплексный подход к стратегическому управлению маркетинговыми коммуникациями компании // Вестник науки. 2023. №9 (66).

⁵ Yudakova, O. V. Digital Technologies for Planning Marketing Tools for Managing Customer Loyalty / O. V. Yudakova // Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality. Lecture Notes in Networks and Systems, Samara, 27–29 апреля 2021 года. – Samara: Springer Nature, 2022. – P. 505-511. – DOI 10.1007/978-3-030-83175-2_63. – EDN QPMCZB.

⁶ Тойменцева, И. А. Формирование стратегии управления качеством сервисных услуг / И. А. Тойменцева, В. Д. Чичкина // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 12-2(53). – С. 510-512. – EDN TGWNNV

MARKETING COMMUNICATIONS AND THEIR IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY

© 2024 Oleynikova Tatyana Ilyinichna*

Undergraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: olen.ikova@yandex.ru

Keywords: marketing communications, digital environment, customer loyalty, content marketing, social networks, email marketing, push notifications, digital channels.

The article examines the impact of marketing communications on customer loyalty in the Digital environment, analyzing the effectiveness of marketing communications.

* Scientific adviser – **Toymentseva Irina Anatolyevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ОСОБЕННОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА УПЛАТЫ НДС ПРИ ПРИМЕНЕНИИ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

© 2024 Павлова Ксения Сергеевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: mrs.pavlova@list.ru

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, НДС, налоговое администрирование, налоговая база, механизм уплаты НДС, налоговая ставка.

Статья посвящена изменениям законодательства в части уплаты НДС субъектами малого и среднего предпринимательства, применяющими упрощенную систему налогообложения. Описан новый механизм исчисления налогооблагаемой базы по НДС в РФ. Показан значительный объем поступлений в федеральный бюджет от НДС за последние 8 лет, описаны исключительные случаи, когда плательщик УСН выступает налогоплательщиком НДС или подает отчетность.

Налог на добавленную стоимость входит в тройку налогов по уровню поступлений в консолидированный бюджет РФ. На рисунке представлена статистика поступлений НДС за последние 8 лет.

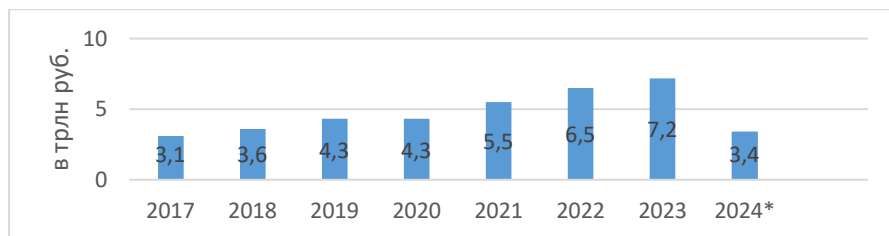


Рис. Поступления НДС в консолидированный бюджет РФ, в трлн руб. [1]

* Данные за 2024 г. представлены с января по май 2024 г. включительно.

Согласно представленной статистике, темп прироста поступлений по НДС с 2022 г. по 2023 г. составил 10,7%. В 2024 г. темп прироста с января по май 2023 г. уже составил 23,4%, что свидетельствует о повышении собираемости налога. Денежные средства от налога полностью поступают в федеральный бюджет согласно норме ст. 50 Бюджетного кодекса РФ [2]. Налог на добавленную стоимость относится к косвенным налогам, который исчисляет продавец товаров, услуг, продукции или имущественных прав при их реализации.

**Исключительные ситуации, когда плательщик УСН выступает
налогоплательщиком НДС или подает отчетность**

Ситуация	Пояснения	Нормы законодательства
Сотрудничество с крупным покупателем, которому необходим налоговый вычет по НДС	Компания или ИП имеют право выставить счет-фактуру с выделенным в ней НДС при реализации, уплатить налог в бюджет и представить отчетность за налоговый период - квартал.	Пп. 1 п. 5 ст. 173 НК РФ [3]. Письмо Минфина России от 10.12.2021 г. № 03-07-11/100707 [4].
Функция налогового агента	1.Поставщик – иностранная компания, не состоящая на учете в налоговых органах РФ в качестве плательщика налогов с доходов от предпринимательской деятельности. 2.Местом реализации работ, услуг признается территория России (кроме электронных услуг) [5].	П. 1-2 ст. 161 НК РФ [3], ИП тоже выступает налоговыми агентом согласно письму Минфина России от 17.03.2022 N 03-07-08/20277 [6].
Функция налогового агента	Реализация / аренда / сервитут государственного имущества.	П. 3 ст. 161 НК РФ [3], за исключением субъектов МСП, см. пп. 12 п. 2 ст. 146 НК РФ [3] и письмо Минфина от 11.01.2023 N 03-07-11/586 [7].
Ввоз товаров на территорию РФ	Ввозной НДС уплачивает лицо, импортирующее товары в Россию вне зависимости от режима налогообложения. Сумма НДС в таком случае включается в стоимость товара.	Ст 151 НК РФ [3]. Включение НДС в сумму ввозного товара: пп. 3 п. 2 ст 170 НК РФ [3]; см. письмо Минфина России от 20.02.2018 №03-07-11/50590 [8].
Реализация услуг по договору доверительного управления и подобным соглашениям	Финансово-хозяйственные операции доверительного управляющего являются объектом налогообложения НДС.	Ст. 174.1 НК РФ [3], см. письмо Минфина России от 27.12.2016 N 03-07-11/78133 письмо Минфина от 25.01.2024 №03-11-06/2/5818 [9].
Участник системы прослеживаемости товаров: предоставление электронных форм документооборота	Компания или ИП на УСН реализуют прослеживаемый товар. Обязательства: 1.Принятие/отправка счета- фактуры или УПД в электронном формате. 2.Подача специальных уведомлений и квартальной отчетности по операциям с прослеживаемыми товарами.	Ст. 23 НК РФ, ст. 169 НК РФ [3], Приказ ФНС от 08.07.2021 N ЕД-7-15/645@, Письмо ФНС от 16.08.2021 N ЕА-4-15/11507@ [10].

С 2025 г. существенно изменится состав налогоплательщиков и особенности исчисления НДС, что в свою очередь позитивно отразится на объемах поступлений налога в бюджет. Так со следующего года обязанность по уплате НДС появится у организаций и предпринимателей, которые работают на упрощенной системе налогообложения. Ранее компания и ИП на УСН являлись плательщиками налога только в особых случаях, перечисленных в таблице.

Введение налога на добавленную стоимость на УСН регламентируется федеральным законом от 12.07.2024 г. №176-ФЗ. Автоматически от уплаты налога будут освобождены предприятия и ИП, чьи доходы не превысят порог в 60 млн руб. с начала текущего года.

Если в текущем году доходы экономического субъекта превысили 60 млн руб., то со следующего месяца у компании возникнет обязанность уплаты НДС и выставления УПД или счет-фактуры с выделенным в них налогом и регистрацией документов в книге продаж, при наличии налоговых вычетов – ведение книги покупок. Однако некоторые эксперты склоняются к мнению, что освобожденные компании и ИП тоже обязаны выставлять и регистрировать счет-фактуры без НДС согласно текущей версии кодекса [11, 12]. Для ИП, совмещающих упрощенную и патентную системы налогообложения, при расчете лимита будут учитываться совокупно доходы по каждому режиму налогообложения.

У предпринимателей и организаций есть право выбора либо уплачивать налог по общим ставкам 10% и 20% и применять налоговые вычеты, либо применять пониженные ставки 5% и 7% согласно установленным лимитам без права на вычеты. Лимит по ставке НДС 5 % включают обороты от 60 млн руб. до 250 млн руб.; по ставке налога в размере 7% лимит оборотов составит от 250 млн руб. до 450 млн руб. При применении пониженных ставок допускаются только вычет налога, который был исчислен с аванса или вычет при отказе от услуг/работ, возврате ранее проданного товара. Каждая компания и предприниматель может рассчитать выгодную для нее ставку по НДС, учитывая особенности вида деятельности; размера наценки на готовую продукцию, услуги и товары; количество и виды основных затрат [12].

Введение новых лимитов по НДС повлияет и на контрольные функции налогового администрирования, так как количество плательщиков увеличится. Однако по расчетам Минфина только 3,2% компаний и индивидуальных предпринимателей будут уплачивать НДС с 2025 г [13]. Автоматизация процессов налогового контроля, введение цифровых программных комплексов, в том числе АСК НДС-2, значительно упростили налоговые проверки и сократили их, повысив их эффективность. Так по состоянию на 01.07.2024 г. за 2024 г. было проведено 2,2 тыс. выездных проверок по НДС и 3 129,1 тыс. камеральных проверок. Общая сумма дополнительно начисленных платежей составила 113,3 млрд руб. включая пени, штрафы и суммы доначислений. За полный 2023 год общая сумма доначислений по НДС составила 215,3 млрд руб. по итогам 5 тыс. выездных и 6 087,7 тыс. камеральных проверок по налогу на добавленную стоимость [1]. Установление лимита в 60 млн руб. возможно подогреет интерес малого бизнеса к дроблению, так как у компаний, с близкими к указанному значению доходами или пре-

вышающими их, может возникнуть соблазн распределить виды деятельности на несколько юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей. Эффективная контрольная работа ФНС по рискам дробления бизнеса показывает высокую компетентность должностных лиц в данном вопросе, а значит и возможность пресечь данную схему ухода от налогообложения.

Безусловно введение дополнительного механизма взимания НДС с малых и средних субъектов бизнеса приведет к повышению налоговых доходов бюджета, однако это дополнительная нагрузка на бизнес, который столкнется с необходимостью ведения налогового учета в разрезе НДС. Пониженные ставки по своему механизму взиманию напоминают налог с продаж, аналог которого присутствует за рубежом в таких странах как США, Канада, Япония. Также налог с продаж существовал и России с 1998 г. на региональном уровне и был упразднен в 2001 году. Учет по фиксированной ставке налога на добавленную стоимость без включения налоговых вычетов конечно проще, чем полноценное ведение книги покупок и расчет налоговой базы с учетом вычетов, но все равно требует специальных знаний налогового учета и дополнительного времени от субъектов предпринимательства, применяющих упрощенную систему налогообложения.

¹ ФНС России. Данные по формам статистической налоговой отчетности. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/. (Дата доступа: 20.09.2024).

² Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 13.07.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2024).

³ Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) (с изменениями на 8 августа 2024 года) (редакция, действующая с 8 сентября 2024 года).

⁴ Письмо Минфина России от 10.12.2021 г. № 03-07-11/100707 «О выставлении счетов-фактур и уплате НДС организациями, применяющими УСН».

⁵ Алгазеева, А. М. Особенности исчисления НДС в России при оказании услуг в электронной форме иностранными интернет-компаниями / А. М. Алгазеева, К. С. Павлова // Современная налоговая система: состояние, проблемы и перспективы развития : Материалы XIV Международной научной конференции, Уфа, 01–02 июня 2021 года. – Уфа: Уфимский государственный авиационный технический университет, 2021. – С. 101-105.

⁶ Письмо Департамента налоговой политики Минфина России от 17 марта 2022 г. N 03-07-08/20277 «О применении НДС при передаче иностранным физическим лицом, имеющим статус предпринимателя, прав на использование программ для ЭВМ российской организации».

⁷ Письмо Минфина от 11.01.2023 N 03-07-11/586 «Об НДС при приобретении муниципального недвижимого имущества субъектом МСП, являвшимся арендатором этого имущества».

⁸ Письмо Департамента налоговой и таможенной политики Минфина России от 20 февраля 2018 г. N 03-07-11/50590 «Об исчислении НДС организацией, применяющей УСН».

⁹ Письмо Минфина № 03-11-06/2/5818 от 25.01.2024 О применении УСН и НДС управляющей компаний, осуществляющей доверительное управление ПИФом.

¹⁰ Письмо ФНС от 16.08.2021 N ЕА-4-15/11507@<О регистрации приказа ФНС России по формам и форматам документов прослеживаемости>.

¹¹ СБИС. НДС на УСН с 2025 года. URL: https://sbis.ru/articles/accounting/nds_na_usn_s_2025_goda. (Дата доступа: 20.09.2024).

¹² Бух.1С. Как выбрать выгодную ставку НДС для УСН с 2025 года. URL: <https://buh.ru/articles/kak-vybrat-vygodnuyu-stavku-nds-dlya-usn-s-2025-goda.html><https://buh.ru/articles/kak-vybrat-vygodnuyu-stavku-nds-dlya-usn-s-2025-goda.html#:~:text=C%202025%20года%20компаний%2C%20применяющие,отказе%20от%20работ%2C%20услуг>). (Дата доступа: 20.09.2024).

¹³ КонтурЭльба. НДС на УСН с 2025 года. URL: https://kontur.ru/elba/spravka/52375-nds_na_usn#:~:text=уменьшают%20базу%20налогообложения.-,Освобождение%20от%20НДС%20при%20УСН%20с%202025%20года,получения%20освобождения%20подавать%20не%20нужно. (Дата доступа: 20.09.2024).

FEATURES OF CHANGING THE MECHANISM OF VAT PAYMENT WHEN APPLYING THE SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM

© 2024 Pavlova Ksenia Sergeevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: mrs.pavlova@list.ru

Keywords: value added tax, VAT, tax administration, tax base, VAT payment mechanism, tax rate.

The article is devoted to changes in legislation regarding the payment of VAT by small and medium-sized businesses using the simplified taxation system. A new mechanism for calculating the taxable base for VAT in the Russian Federation is described. A significant volume of revenues to the federal budget from VAT over the past 8 years is shown, exceptional cases are described when a simplified taxation system payer acts as a VAT taxpayer or submits reports.

ПРИБЫЛЬ В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И ПОДХОДЫ К ИНТЕРПРЕТАЦИИ

© 2024 Пименова Елена Михайловна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: pimenova-elena@rambler.ru

Ключевые слова: прибыль, доход, выручка, себестоимость, капитал, денежные средства, предприятие, трактовка, экономическая школа.

В статье рассмотрена сущность экономической категории «прибыль предприятия», исследовано ее отличие от терминов «доход», «прирост капитала» и «выручка»; обоснованы роль и значение прибыли предприятия на современном этапе развития рынка в России.

В условиях рыночной экономики прибыль играет существенную роль. Это объясняется тем, что прибыль является показателем эффективной работы предприятия, выступает гарантом за риски и является источником увеличения собственного капитала организации. Получение максимальной прибыли предприятием гарантирует выполнение обязательств перед государством, акционерами и потребителями, а для самого предприятия прибыль – это гарантия стабильности и развития.

Современная экономика обеспечивает предприятие всем необходимым для эффективного функционирования. Перед руководством стоит задача не только в правильном управлении прибылью и увеличении объема производства, но и минимизации затрат, так как это влияет на конечную цену продукции. А цена должна оставаться приемлемой, чтобы предприятие могло конкурировать с другими компаниями, занимающимися подобным видом деятельности.

Прибыль – это своего рода фактор, характеризующий абсолютную эффективность работы предприятия. Можно сказать, что прибыль является важным признаком динамично развивающегося предприятия. Данный показатель может зависеть от качества изготавливаемой продукции, так как с увеличением прибыли повышается экономический интерес у сотрудников предприятия в наиболее качественном выполнении своей работы и эффективном использовании ресурсов, так как с ростом прибыли на предприятии увеличивается вероятность повышения заработной платы. Также прибыль является одним из главных источников формирования федерального и регионального бюджетов.

Целью функционирования большинства предприятий является увеличение прибыли и предотвращение убытков. При получении максимальной прибыли предприятие стремится улучшать свое производство, расширять ассортимент выпускаемой продукции, выходить на новые рынки сбыта и укреплять свои по-

зиции среди конкурентов. Чтобы сохранять свои лидирующие позиции на рынке и усиливать свою конкурентную способность, предприятиям необходимо осуществлять экономические исследования.

Трактовка понятия «прибыль», как одной из самых сложных категорий экономической науки, неоднозначно формулируется и связывает между собой такие термины, как «доход», «прирост капитала» и «выручка». Однако необходимо понимать разницу между перечисленными понятиями, особенно между прибылью и выручкой.

Можно сказать, что доход – это денежные средства, получаемые домохозяйствами, фирмами или государством за определенный период времени. То есть доход – это общее обозначение приращения денежных средств, под которым можно понимать и заработанные средства семьи, и плату за оказание услуг организацией, и средства государства, получаемые благодаря отчислениям налоговых выплат физических и юридических. Понятие «доход» неоднозначно подразумевает под собой получение денежных средств предприятием в связи с производством товаров или оказанием услуг. Существует три вида доходов, которые представлены на рис. 1.

Номинальный доход: количество денег, полученное отдельными лицами в течение некоторого периода времени

Располагаемый доход: доход, который может быть использован для личного потребления и личных сбережений

Реальный доход: количество товаров и услуг, которые можно купить на располагаемый доход в течение определенного периода, то есть с поправкой на изменение уровня цен

Рис. 1. Виды дохода

Выручка – это все денежные средства, получаемые предприятием от продажи товаров или услуг. Отметим, что в данном понятии не учитывается себестоимость производимой продукции или оказания услуг, а соотношение себестоимости и выручки является основным в формировании прибыли предприятия.

Разница между доходом, выручкой и прибылью представлена на рис. 2.

Прирост капитала можно интерпретировать как доход, полученный от продажи актива, стоимость которого увеличилась с момента его покупки или производства до момента перепродажи или продажи. То есть понятие «прирост капитала» можно использовать только в том случае, если цена продажи превышает цену покупки или затрат на производство. Однако существует понятие «убыток», когда предприятие не покрывает свои затраты, и формируется отрицательная прибыль. Можно сказать, что прирост капитала – это однозначно рост доходов.

Доход	Выручка	Прибыль
• Увеличение экономической выгоды • В денежной и неденежной форме • Может быть как у экономического субъекта, так и вне экономики, доходы пенсионера, студента • Может быть отрицательным	• Денежные средства, поступившие в счет оплаты продукции (услуг) в кассу ли на расчетный счет • Не может быть отрицательной величиной • Основной источник собственных финансовых ресурсов	• Конечный положительный финансовый результат • Разница между доходами и расходами

Рис. 2. Разница между доходом, выручкой и прибылью

В научной литературе, как и на практике, распространено мнение, что прибыль характеризуется как разница между денежной выручкой от продажи производимой продукции на рынке и издержками ее производства и реализации. Теоретически же в течение продолжительного времени прибыль рассматривается неоднозначно¹. Особенно это проявляется в выводах представителей различных экономических школ (рис. 3).

Меркантилисты	• прибыль достигается в сфере внешней торговли, где товары реализуются по более высоким ценам по сравнению с теми, по которым они приобретались.
Физиократы и представители классической школы	• источник прибыли находится не в сфере обращения, а в сфере производства. На взгляд А. Смита, стоимость, которую рабочие прибавляют к стоимости материалов, распадается сама на две части, из которых одна идет на оплату их заработной платы, а другая на оплату прибыли их предпринимателя
Д. Рикардо	• прибыль как вычет из продукта труда рабочих. Отождествление прибыли с прибавочной стоимостью
К. Маркс	• прибавочная стоимость и прибыль выглядят как сущность и форма. Первая производится трудом наемных рабочих, фактически представляя собой прирост переменного капитала. Но для капиталиста все израсходованные средства одинаково важны, независимо от того, вложены ли они в простоянную или же в переменную части капитала.

Рис. 3. Выводы представителей различных экономических школ относительно понятия прибыли

Можно сказать, что прибыль – это приращение вклада в производственную и трудовую деятельность, которое характеризуется генерированием богатства.

Отечественные ученые и экономисты также уделяли внимание исследованию прибыли, которая является главной целью деятельности предприятия, стремящегося ее максимизировать. Мнения отечественных экономистов представлены на рис. 4.

В.Н. Дорман	• Прибыль – это часть общей выручки, полученной от реализации продукции, которая образуется после вычета из нее затрат на производство, т. е. прибыль характеризует превышение результата производственно-хозяйственной деятельности предприятия над затратами живого овеществленного труда, выраженное в денежной форме²
И.В. Захаров, О.Н. Тарасова	• Прибыль – это чистый доход, созданный в сфере материального производства в процессе предпринимательской деятельности³
А.В. Кольшкينا	• Прибыль – это увеличение экономических выгод в результате поступления активов и погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников⁴
И.А. Бланк	• Прибыль – это выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами⁵

Рис. 4. Отечественные экономисты о прибыли предприятия

Сравнительный анализ рассмотренных на рис. 3 и рис. 4 точек зрения позволяет автору данной статьи предложить следующее определение исследуемой экономической категории: прибыль определяется как вознаграждение, которые предприниматели получают путем агрегирования всех ресурсов (с учетом рисков и неопределенности) для удовлетворения потребностей конечных потребителей производимой продукции и оказанных услуг.

В качестве важного показателя для измерения результатов деятельности предприятий прибыль находится в центре внимания пользователей бухгалтерской информации⁶. Обеспечение стабильного и растущего уровня прибыли становится сложной задачей в современной бизнес-среде, характеризующейся постоянными изменениями и давлением конкуренции.

¹ Мацхуляк, И. Д. Политическая экономия : учебник для вузов / И. Д. Мацхуляк. – М.: Юрайт, 2024. 477 с.

² Дорман, В. Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат: учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман. М.: Юрайт, 2024. 117 с.

³ Захаров, И. В. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для вузов / И. В. Захаров, О. Н. Тарасова. М.: Юрайт, 2024. 415 с.

⁴ Экономика предприятия: учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин. М.: Юрайт, 2024. 508 с.

⁵ Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк – Киев: Ника-Центр, 2020. – 768 с

⁶ Yao Li, Yuju Lib. Comparative analysis of the method of assessing the quality of the company's profits. E3S Web Conf. Volume 235 (2021). 2020 International Conference on New Energy Technologies and Industrial Development (NETID 2020). Beijing Jiaotong University School of Economics and Management, Beijing, China.

PROFIT IN THE ENTERPRISE ECONOMY: THE ESSENCE AND APPROACHES TO INTERPRETATION

© 2024 Pimenova Elena Mikhailovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: pimenova-elena@rambler.ru

Keywords: profit, income, revenue, cost, capital, cash, enterprise, interpretation, economic school.

The article examines the essence of the economic category «enterprise profit», examines its difference from the terms «income», «capital gains» and «revenue»; substantiates the role and importance of enterprise profit at the present stage of development of the Russian market.

ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ

© 2024 Плахина Виктория Сергеевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: viktoriaplahina8443@gmail.com

© 2024 Прилуцкая Виктория Антоновна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: vikaprilutskiy@gmail.com

Ключевые слова: государственные учреждения, финансовая политика, финансовые ресурсы, нормативные документы, Российская Федерация.

Авторами проанализированы особенности функционирования финансовых стратегий в Российской Федерации с целью определения их роли в обществе, а также выявлению проблемы их формирования. Авторы предлагают пути решения, чтобы улучшить финансовые стратегии в государственных учреждениях России.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что она обусловлена рядом факторов, свидетельствующих о важности и сложности финансового управления в государственных учреждениях Российской Федерации. Государственные учреждения обеспечивают социальными гарантиями общество, а также предоставляют услуги в сфере здравоохранения, образования, культуры и других общественных благ, что напрямую влияет на качество жизни граждан. Благодаря функционалу государственных учреждений происходят прогрессы в сфере науки и образования, что способствуют укреплению конкурентоспособности страны.

В России существует несколько финансовых стратегий, которые применяются как на государственном, так и на региональном уровнях. Благодаря бюджетной политики РФ, государство разрабатывает и реализует бюджетные стратегии, направленные на обеспечение сбалансированности бюджета, оптимизацию расходов и увеличение доходов государства и общества. Инвестиционная политика, в свою очередь, разрабатывает программы, направленные на привлечение инвестиций в различных сферах экономики. Это может включать создание инве-

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

стиционных фондов, государственные субсидии и гарантии для частных инвесторов¹.

Следующим значимым направлением финансовой стратегии является поддержка малого и среднего бизнеса. Государственные учреждения реализуют программы, которые направлены на поддержку небольших предприятий через предоставление кредитов, грантов и налоговых льгот. Это нужно для того чтобы создавались новые рабочие места и создавались условия для ценообразования и расширения выбора у граждан, что способствует развитию страны.

Стоит отметить важность проведения пенсионных реформ. Это необходимо для того, чтобы привлечь значительные капиталы и вложения в бюджет государства на финансовом рынке страны. Фонд социального страхования реализует стратегии по реформированию пенсионных систем с целью обеспечения благоприятных условий жизни пенсионеров. Рассмотрев эти стратегии, можно прийти к выводу, что именно они охватывают более широкий спектр экономической политики страны, что требует координации и сотрудничества между различными государственными учреждениями и частным сектором.

При ограниченных ресурсах и постоянно растущих потребностях общества государственные учреждения сталкиваются с необходимостью эффективного управления своими финансами. Ключевой инструмент достижения этой цели – финансовая стратегия, как комплекс, определяющий финансовую политику каждого отдельного государственного учреждения. Однако, на пути формирования и реализации финансовой стратегии государственных учреждений в Российской Федерации возникает ряд проблем².

Одной из важнейших проблем является отсутствие единой методологии формирования и осуществления финансовой стратегии. Несмотря на наличие ряда нормативных документов, которые были приведены выше, четкая методология и единые стандарты по разработке финансовых стратегий для государственных учреждений отсутствуют. Это приводит к несогласованности в подходах и методах планирования, затрудняет сравнительный анализ и оценку эффективности.

Не менее значимой сложностью для многих государственных учреждений является нехватка финансовых ресурсов и спонсирования. Усугубляют же ситуацию ограниченное финансирование, несовершенство системы бюджетного планирования и распределения средств³.

Также важной проблемой является неэффективное использование ресурсов, которое обусловлено отсутствием системного контроля, прозрачности и подотчетности. Чаще всего это приводит к нецелевому расходованию бюджетных средств государственных учреждений, а также к нерациональному использованию имеющихся ресурсов.

Весомым недостатком можно обозначить слабую мотивацию к повышению эффективности. Отсутствие четких критериев оценки эффективности работы государственных учреждений, а также недостаточно развитые системы поощрения за повышение эффективности снижают мотивацию к внедрению цифровизации, инноваций и оптимизации финансовой деятельности.

На уровне реализации финансовой стратегии государственных учреждений Российской Федерации возникает не меньше проблем, нежели на предыдущих ступенях.

Важнейшим упущением является недостаточная гибкость. Финансовые стратегии часто носят формальный характер и не учитывают динамику внешней среды, не готовы оперативно реагировать на изменения законодательства, экономические кризисы или непредвиденные ситуации.

Также чаще всего финансовая стратегия не рассчитана на долгосрочную перспективу. Планирование преимущественно ориентировано на краткосрочные задачи, что снижает эффективность долгосрочного планирования и прогнозирования.

Еще одной значимой проблемой является недостаток квалифицированных специалистов по управлению финансами в государственных учреждениях. Это ограничивает возможности разработки и реализации эффективных финансовых стратегий, что может привести к непредвиденным или нецелесообразным тратам.

Для выявленных проблем определены и сформулированы пути решения по предотвращению негативных последствий некорректных финансовых стратегий государственных учреждений Российской Федерации.

Кроме того, что нужно проводить систематическое обучение и повышение квалификации специалистов по финансовому менеджменту. Для более эффективного функционирования финансовой системы государственных учреждений необходимо ввести единые стандарты и рекомендации по разработке финансовых стратегий, а также внедрить систему обучения и аттестации специалистов по финансовому планированию⁴.

Однако также стоит разработать системы поощрения за повышение продуктивности работы государственных учреждений, в том числе за внедрение цифровизации, инноваций и оптимизацию финансовой деятельности.

Финансовая стратегия должна быть рассчитана на долгосрочную перспективу, включая в себя и стратегические задачи, и цели развития учреждения. Также необходимо повысить прозрачность бюджетных расходов, усилить механизмы общественного контроля и повысить ответственность за неэффективное использование бюджетных средств⁵.

Финансовые стратегии должны быть более гибкими и адаптивными к изменениям внешней среды и условиям современного мира, учитывая связь со стратегией цифровизации, инновационного развития и другими стратегиями государственных учреждений.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что ключевым фактором повышения эффективности работы государственных учреждений является решение проблем, связанных с формированием и реализацией финансовых стратегий. Внедрение современных инструментов управления, повышение прозрачности и подотчетности, а также создание эффективной системы мотивации – это основные направления, которые позволят улучшить финансовое состояние государственных учреждений и обеспечить их устойчивое развитие.

¹Исакова Н. Ю. Финансовая политика: теоретические аспекты формирования и реализации: учебное пособие / Н. Ю. Исакова, Е. А. Смородина, В. Б. Родичева и др.; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – 2022. – 220 с.

²Дождева Е.Е., Исаков И.А., Игнатов М.С. Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2023. – № 1-1. – С. 155-158.

³Пионткевич Н. С. Управление прибылью организации: теория и методология / Н. С. Пионткевич // Вестн. ВГУ. Серия 3: Экономика. Экология. 2015. № 4. С. 217–226.

⁴Дождева Е.Е., Харитонов П.С. Рейтинговая оценка при диагностике финансовой безопасности предприятий. // Экономические науки. 2022. № 210. - С. 94 – 96.

⁵Карпова Е. Н. Долгосрочная финансовая политика организации: учеб. пособие / Е. Н. Карпова, О. М. Кочановская, А. М. Усенко и др. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2022. 193 с. Карпова Е. Н. Долгосрочная финансовая политика организации: учеб. пособие / Е. Н. Карпова, О. М. Кочановская, А. М. Усенко и др. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2022. 193 с.

FINANCIAL STRATEGY OF STATE INSTITUTIONS IN THE RUSSIAN FEDERATION: PROBLEMS OF FORMATION AND IMPLEMENTATION

© 2024 Plakhina Victoria Sergeevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: viktoriaplakhina8443@gmail.com

© 2024 Prilutskaya Victoria Antonovna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: vikaprilutskiy@gmail.com

Keywords: government agencies, financial policy, financial resources, regulatory documents, Russian Federation.

The authors analyzed the features of the functioning of financial strategies in the Russian Federation in order to determine their role in society, as well as to identify the problem of their formation. The authors propose solutions to improve financial strategies in Russian government institutions.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economics, Associate Professor, Samara State University of Economics.

РОЛЬ СТЕЙКХОЛДЕРОВ В ФОРМИРОВАНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ЖКХ

© 2024 Полтавцев Сергей Михайлович*
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: alegriia15@yandex.ru

Ключевые слова: стейкхолдеры, заинтересованные стороны, развитие предприятия, устойчивое развитие, ЖКХ.

Статья посвящена анализу роли стейкхолдеров (заинтересованных лиц) в формировании устойчивого развития предприятия сферы ЖКХ. Выделены внутренние и внешние заинтересованные лица предприятий ЖКХ. К внутренним стейкхолдерами относятся сотрудники и руководство предприятия. К категории внешних заинтересованных лиц сферы коммунального хозяйства можно отнести жителей, инвесторов, правительственные органы, поставщиков, неправительственные органы и местные сообщества.

Понятие стейкхолдеров впервые было использовано автором Э.Фрименом в своей работе «Стратегический менеджмент: стратегия заинтересованных сторон»¹ в 1984. Понятием «стейкхолдер» обозначают заинтересованных сторон предприятия, осуществляющих с ним какие-либо взаимодействия. К стейкхолдерам могут относиться как отдельно взятые лица, группы лиц, так и юридические лица независимо от их размеров.

Если рассматривать стейкхолдеров в контексте развития предприятий сферы коммунального хозяйства, то можно отметить, что это все лица и организации, имеющие отношение к деятельности предприятия ЖКХ и заинтересованные в его успехе. Они играют важную роль в формировании устойчивого развития, так как влияют на принятие решений и стратегии предприятия.

Исследование заинтересованных лиц в сфере развития предприятий ЖКХ имеет весьма актуальный научный интерес в связи с высокой значимостью коммунального хозяйства в формировании высокого уровня жизни населения городов.

Роль стейкхолдеров в производстве жилищно-коммунальных услуг рассмотрено в работе Смирнягина Н.С. Данный автор выделяет особую роль заинтересованных сторон в устойчивом развитии предприятия коммунальной отрасли². Этот же автор, углубляя свои научные изыскания в рассматриваемой области ана-

* Научный руководитель – **Яковлев Геннадий Иванович**, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, организации и стратегии развития предприятия, Самарский государственный экономический университет.

лизирует роль домохозяйств в формировании качества услуг, предоставляемых предприятиями ЖКХ³.

Роль взаимодействия стейкхолдеров рынка ЖКХ рассмотрена в трудах Волоха И.А. В данной работе автор анализирует особенности взаимодействия между собой заинтересованных сторон, которые могут воздействовать на устойчивость развития самого предприятия⁴. Роль общественного участия в формировании, потреблении оценивании услуг ЖКХ исследует автор Власова Н.Ю. По мнению данного автора общество, выступает как один из ключевых стейкхолдеров предприятия, работающего в жилищно-коммунальном секторе позволяя тем самым организации осуществлять устойчивое развитие.

Рассматривая существующих стейкхолдеров предприятий ведущих свою хозяйственную деятельность в отрасли ЖКХ, можно отметить что на сегодняшний день можно выделить две большие группы таких заинтересованных лиц: внешние и внутренние. К внутренним стейкхолдерами относятся сотрудники и руководство предприятия. Сотрудники заинтересованы прежде всего в стабильности развития предприятия, что открывает им возможность рассчитывать на регулярную оплату труда и достойные условия ведения трудовой деятельности. Менеджмент предприятия же в свою очередь рассчитывает на эффективность реализуемых управленческих решений, направленных на реализацию стратегии устойчивого развития.

К категории внешних заинтересованных лиц сферы коммунального хозяйства можно отнести жителей, инвесторов, правительственных органы, поставщиков, неправительственные органы и местные сообщества.

Жители, выступая в роли стейкхолдеров, в качестве своего ключевого фокуса интересов обозначают качественное и доступное жилищно-коммунальное обслуживание, доступность и прозрачность тарифов, а также комфортные условия проживания. Инвесторы заинтересованы в прибыльности вложенных инвестиций, стабильности развития предприятия, а также прозрачности финансовой отчетности.

Правительственные (государственные) и регуляторные органы заинтересованы в том, чтобы жилищно-коммунальные предприятия обеспечивали должный уровень социального благополучия населения, при этом минимизируя риски для экологии региона. Поставщики товаров и услуг для предприятий ЖКХ заинтересованы в возможности регулярных и стабильных поставок, а также в регулярной оплате своих услуг.

Неправительственные органы обладают такими интересами как обеспечение экологической безопасности, минимизация возможных рисков возникновения экологических катастроф и их последствий, а также в обеспечении защиты прав потребителей и улучшении условий их жизни.

Роль стейкхолдеров в формировании устойчивого развития предприятия сферы ЖКХ заключается в достижении ряда определенных аспектов, среди которых можно выделить: создание диалога и доверия, разработка стратегии устойчивого развития, контроль за реализацией стратегии, мониторинг и отчетность, а также повышение осведомленности.

¹ Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston, 1984.

² Смирнягин, Н. С. Роль стейкхолдеров в производстве жилищно-коммунальных услуг / Н. С. Смирнягин // Russian Economic Bulletin. – 2022. – Т. 5, № 3. – С. 193-199. – EDN YNUZYJ

³ Смирнягин, Н. С. Роль домохозяйств в формировании теоретико-методологических подходов к качеству жилищно-коммунальных услуг / Н. С. Смирнягин // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2022. – № 3. – С. 290-304. – DOI 10.15593/2224-9354/2022.3.20. – EDN MOLZUE

⁴ Волох, И. А. Взаимодействие основных участников рынка жилищно-коммунальных услуг / И. А. Волох // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. – № 5(89). – С. 87-89. – EDN TBHKZR

THE ROLE OF STAKEHOLDERS IN FORMING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES ENTERPRISES

© 2024 Poltavtsev Sergey Mikhailovich*

Postgraduate student

Samara State University of Economics

E-mail: alegriia15@yandex.ru

Keywords: stakeholders; interested parties; enterprise development; sustainable development; housing and communal services.

The article is devoted to the analysis of the role of stakeholders in the formation of sustainable development of the enterprise in the housing and communal services sector. Internal and external stakeholders of the enterprises in the housing and communal services sector are identified. Internal stakeholders include employees and management of the enterprise. The category of external stakeholders in the housing and communal services sector includes residents, investors, government bodies, suppliers, non-governmental bodies and local communities.

* Scientific adviser – **Yakovlev Gennady Ivanovich**, Doctor of Economics, Professor of the Department of Economics, Organization and Enterprise Development Strategy, Samara State University of Economics.

ГЕНЕЗИС РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО НАЛОГА В РОССИИ

© 2024 Поселеннова Кристина Алексеевна *

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Kristina-poselennova@mail.ru

Ключевые слова: генезис, курортный сбор, туристический налог, эксперимент, правительство, туристская инфраструктура, ставка.

Автором определены основные этапы становления и развития туристического налога в Российской Федерации. По результатам проведенного анализа функционирования курортного сбора в РФ выявлены положительные и отрицательные последствия. Оценена возможность введения туристического налога в РФ с 2025 года как одно из значимых направлений развития туристической отрасли.

Туризм является одним из перспективных секторов развития и поддержания экономики государства, настолько, что даже многие государства используют его для наполняемости бюджетов разных уровней. В нашей стране туризм является ключевой отраслью экономики. Правительство заинтересовано в развитии туризма в нашей стране, поэтому 29 июля 2017 года был принят Федеральный Закон № 214-ФЗ «О проведении эксперимента по развитию курортной инфраструктуры в Республике Крым, Алтайском крае, Краснодарском крае и Ставропольском крае».

В разных странах мира курортный сбор или туристический налог используют уже давно. Например, туристы, посещающие Италию или Францию, платят налог за использование инфраструктуры, что дает местным властям возможность развивать и поддерживать курорты и туристические места своей страны. Введение же данного сбора в России стало актуальной темой в последние несколько лет и только продолжает набирать оборот. Это происходит в связи с ростом спроса на внутренний туризм, благодаря чему государство начало уделять особое внимание развитию и поддержке внутреннего туризма¹.

Развитие внутреннего туризма является одной из важных задач государства, так как способствует экономическому росту регионов. Так, сбор может стимулировать местные власти к созданию новых туристических маршрутов, улучшению сервиса и привлечению инвестиций в инфраструктуру. Курортный сбор может помочь не только в решении экономических проблем региона, но и в устранении социальных проблем. На пример, часть средств можно направлять на охрану

* Научный руководитель – **Дождева Елена Евгеньевна**, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет.

окружающей среды и восстановление природных ресурсов. Это особенно актуально для популярных курортов, где массовый туризм негативно сказывается на экологии².

Курортный сбор уплачивался совершеннолетними гражданами, которые находились в гостиницах или санаториях не меньше 24 часов. Этот сбор перечислялся в бюджет организациями, предоставляющими гостиничные и временные жилищные услуги. Однако сбор использовался не во всех регионах России. Его сумма рассчитывается следующим способом:

Сумма курортного сбора = (Количество дней фактического проживания – День заезда) * Размер курортного сбора

Также, на федеральном уровне установлен перечень лиц, освобожденных от выплаты курортного сбора (ч. 1 ст. 7 Федерального закона от 29.07.2017 N 214-ФЗ). В частности, к таким лицам относятся:

- Дети, подростки до 18 лет;
- Лица, проходящие военную службу;
- Лица с инвалидностью и их сопровождающие;
- Лица пенсионного возраста;
- Сотрудники организаций, занимающихся развитием курортов и туризма;
- Лица, проходящие оздоровление в санаториях или других медицинских учреждениях.

По результатам проведения эксперимента был проведен анализ, который выявил следующие положительные и отрицательные последствия введения курортного сбора³.

Положительные и отрицательные последствия введения курортного сбора в России

Положительные последствия	Отрицательные последствия
Регионами будет получен дополнительный доход, который может использоваться для развития, модернизации и внедрения инноваций в сфере обслуживания	Отсутствия лояльности туристов и многих туроператоров к данному сбору;
	Вероятность ухода спроса на туризм с отечественного рынка;
	Появление государственных и муниципальных затрат для введения данного сбора;
	Вероятность появления теневого сбора и снижение точности в ведении подотчетности сбора, в связи с недоработкой данного эксперимента;
	Неучтенность всех незащищенных слоев населения в списке льгот;

Источник: Кудряшов А.М. Последствия введения курортного сбора на территории России//Проблемы современной науки и образования, 2017.

Курортный сбор действовал до 31 декабря 2022 года. После завершения срока действия данного эксперимента, в июне 2024 года по результатам анализа эффективности было принято решение, что с 2025 года курортный сбор будет преобразован в туристический налог, а его введение будет распространено на все регионы России.

Так, был подписан закон Президентом Российской Федерации, в соответствии с которым НК РФ дополнен новой главой 33.1 «Туристический налог» (п. 83 ст. 2 Федерального закона от 12.07.2024 № 176-ФЗ, далее – Закон № 176-ФЗ).

Туристический налог сохранит в себе все плюсы курортного сбора, а именно регионами будет получен дополнительный доход в бюджет региона, для развития туристической инфраструктуры и поддержки местной экономики.

При внедрении туристического налога были учтены все минусы курортного сбора. В отличие от которого, налог будет оплачиваться вместе со стоимостью проживания. В чеке будет отдельно указана ставка и сумма налога. Налог будут считать от суммы, оплаченной гостем за номер согласно ставке. В иных услугах налог не предусмотрен. Сумма налога на доход и НДС в расчет включена не будет. В расчетных документах для гостя должна быть отражена сумма налога в отдельной строке. Такой способ взимания налога поможет поддержанию прозрачности сбора, что со своей стороны поможет избежать становления теневого сбора и выплат, а также повысит доверие граждан к налоговой системе⁴.

Туристический налог рассчитывается следующим образом:

Туристический налог = Стоимость проживания (без учета самого налога и НДС) * Налоговая ставка

Налог не оплачивается с сумм, оплаченных гостями-льготниками. По сравнению с курортным сбором список льготников был расширен. Кроме прочего был добавлен список федеральных льготников – в п. 83 ст. 2 закона от 12.07.2024 № 176-ФЗ. Весь список льгот туристического налога перечислен в ч. 2 ст. 418.4 НК РФ. Для освобождения от налога используются копии подтверждающего документа. Так же, власти города сами смогут расширить перечень льготников.

Таким образом на смену курортного сбора придет туристический налог. Налог вступит в силу с 1 января 2025 года. Право на принятие решений о взимании туристического налога будет предоставлено местному управлению. В 2025 году максимальная ставка составит 1%, а до 2029 года она будет ежегодно увеличиваться с 1% до 5%. Минимальная сумма налога составит 100 рублей в сутки. Каждый город сможет устанавливать ставку самостоятельно, но она не должна превышать максимальные значения, указанные в Налоговом кодексе: 1% в 2025 году, 2% в 2026, 3% в 2027, 4% в 2028 и 5% с 2029 года. У города будет возможность установить разные ставки с учетом сезона и звезд отелей. В несезон налог можно будет снизить до нуля. Минимальный налог будет рассчитываться как 100 Р умноженные на количество суток проживания гостя.

В России внедрение туристического налога предполагает ряд перспектив. Проанализировав ситуацию, можно предположить, что:

- В регионах вырастут дополнительные доходы, которые можно использовать как поддержку туристической отрасли, а также в развитии инфраструктуры, бла-

гоустройства территорий. Вот несколько примеров предполагаемого дохода от введения туристического налога: в Сочи собранные средства от туристического налога могут составить несколько сотен миллионов рублей ежегодно, в Алтайском крае можно получить дополнительного дохода около 300-400 млн рублей в год, а прогноз Санкт-Петербурга – до 1 млрд рублей и более;

- Туристические услуги смогут улучшить свои качества;

- При направлении на соответствующие программы налог может повлиять в лучшую сторону на развитие более устойчивых форм туризма, которые можно направить на сохранение природы и культурного наследия;

- Введение налога способствует развитию конкуренции между регионами в туристической отрасли, за счет того, что регионы смогут самостоятельно управлять размером налога, что привлечет дополнительных туристов;

- В отличие от курортного сбора туристический налог будет восприниматься туристами более лояльно, за счет неявности налога⁵.

Подводя итоги приходим к выводу, что Закон о курортном сборе, существующий до 31 декабря 2022, нуждался в значительной доработке. К моменту принятия решения о замене курортного сбора туристическим налогом, правительством были учтены и устранены ряд минусов. После введения туристический налог станет инструментом для развития туризма в России. Его эффективность будет зависеть от того каким образом будут использованы средства, полученные от сбора туристического налога, а также от общественного мнения. Анализируя элементы налога, можно сказать, что туристический налог более социально-ориентирован и регионально-ориентирован, чем курортный сбор.

¹ Новиков С. А. Курортный сбор как инструмент развития туризма в России // Молодой ученый. — 2019. — №34. — С. 125-132.

² Солдатова С.Э., Тишук М.О. Перспективы курортного сбора в России // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. 2018. № 2. С. 52—60.

³ Кудряшов А.М. Последствия введения курортного сбора на территории России // Проблемы современной науки и образования, 2017.

⁴ Генезис финансовой системы в России // РИНЦ – Дождева Е.Е., Зелина К. Р. Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2023. – № 2-1. – С. 345-348. – DOI 10.46554/ScienceXXI-2023.09-2.1-pp.345. – EDN DDYLOH.

⁵ «Экономика туризма» — авторы: В. А. Григорьев, Н. Н. Кузнецова.

THE GENESIS OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST TAX IN RUSSIA

© 2024 Poselennova Kristina Alekseevna*

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Kristina-poselennova@mail.ru

Keywords: genesis, resort fee, tourist tax, experiment, government, tourist infrastructure, rate.

The author defines the main stages of the formation and development of the tourist tax in the Russian Federation. According to the results of the analysis of the functioning of the resort fee in the Russian Federation, positive and negative consequences were identified. The possibility of introducing a tourist tax in the Russian Federation from 2025 as one of the most important areas of the tourism industry is assessed.

* Scientific adviser – **Dozhdeva Elena Evgenievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics.

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК ВИД ТУРИЗМА

© 2024 Потапов Александр Евгеньевич
аспирант

Самарский государственный экономический университет
E-mail: potapov_alex23@mail.ru

Ключевые слова: туристский рынок, деловой туризм, сектор делового туризма, МICE-направление.

В статье определена роль туризма в экономике страны, истоки формирования такого направления туризма как деловой, представлены трактовки понятия «деловой туризм» и элементы, его формирующие.

Сфера туризма в настоящее время является неотъемлемой частью экономики во всем мире и для многих ведущих стран является ключевой с точки зрения финансовых показателей. Данная отрасль напрямую влияет на развитие экономики в странах и регионах, является отражением благосостояния граждан, а также служит индикатором стабильности и степени развития общества.

Сектор делового туризма – относительно свежее направление в отрасли туризма. Впервые о нем, как о самодостаточном прибыльном виде туризма, заговорили в 80-е годы XX века в Европе и США.

Туризм, как отдельный сегмента рынка экономики в Российской Федерации начинается в 90-х годах. Начинают формироваться самостоятельные виды и направления туризма. Наиболее востребованными и распространенными видами туризма определяются: познавательный, событийный, рекреационный.¹

С развитием рыночной экономики начинает активно развиваться отрасль «делового» туризма. В настоящий период времени деловой туризм как самостоятельная отрасль, на территории нашей страны выполняет множество задач. Ключевыми задачами субъектов Российской Федерации является развитие регионов, как привлекательного туристского направления и продвижение территории.² Такая задача поможет развивать рынок деловых путешествий. Особую актуальность приобретает развитие конгрессного сегмента.

Самарская область является одним из ведущих и динамично развивающихся регионов в стране. В последние годы на ее территории ведется активное привлечение инвестиций, открываются новые производства и промышленные центры. Тем самым создаются новые рабочие места и формируются комфортные условия жизнедеятельности населения. Параллельно создаются благоприятные условия для установления деловых связей, бизнес-коммуникаций, формируется поток деловых туристов и создаются условия для развития индустрии встреч в регионе.³ Субъекты туристского рынка, объекты инфраструктуры считают индустрию де-

лового туризма одной из самых привлекательных и ключевых с точки зрения долгосрочного планирования и собственных бизнес-стратегий.⁴

В настоящий момент истоки формирования направления делового туризма не просто. В качестве первых деловых туристов можно считать первых путешественников, первооткрывателей, торговцев. Все они, отправлялись в далекий путь реализовывая и выполняя функции и бизнес задачи. В настоящее время направление выросло, многократно расширив спектр своих возможностях.

В профессиональной литературе теоретические аспекты делового туризма имеют довольно разнообразные определения. Поэтому на сегодня нет основной четко сформулированной версии.

Рассматривая отчеты Международной ассоциации делового туризма, можно выявить, что 79% финансового оборота индустрии деловых командировок приходится на Европейскую часть регионов мира. Основной поток деловых туристов приходится с Западной Европы, в том числе с каждым годом растет спрос в странах БРИКС: Китай, Индия и Россия.

О.Г. Чимитдоржиева определяет сферу делового туризма как «совокупность социальных, экономических и политических взаимоотношений, которые могут возникнуть в процессе рабочей поездки делового туриста».⁵

В деловом туризме не обойтись, без довольно свежей, иностранной аббревиатуры «MICE». В понятие MICE входит целый комплекс определений. Все они напрямую или косвенно связаны с проведением бизнес-поездок, организации мероприятия для компании. Оно является многофункциональным в сфере делового туризма и появилось в 80-е годы прошлого столетия.

Meetings – корпоративные встречи и приемы бизнес-делегаций. К ним можно отнести: тренинги командного взаимодействия, семинары, мастер-классы, бизнес-визиты.

Incentives – мотивационные поездки для сотрудников (поощрительные туры для сотрудников).

Conferences – семинары, совещания, конференции, международные форумы.

Events and Exhibitions – создание и участие в выездных корпоративных конгрессах выставках, событиях, мероприятиях. Например, юбилей компании, профессиональный праздник.⁶

Хоть и все приведенные выше термины имеют общее значение, но их суть существенно разная и каждое направление несет в себе разные смыслы, цели и задачи. Каждый сегмент включает в себя разные аспекты для организации деловой поездки. Ключевыми в деловом туризме являются: конференции и встречи, на них базируются деловые поездки, а такие виды как: мероприятия, выставки, ярмарки являются дополняющими в деловых поездках.

На сегодня MICE-туризм является одним из наиболее презентабельных направлений ведущих мегаполисов: Барселона, Стамбул, Париж, Берлин, Франкфурт, Прага, Лондон, Москва и Санкт-Петербург. Безусловно, развитие делового туризма в России является перспективным направлением в виду большого количества предложений и форматов от территорий. Наша страна является настолько многогранной с точки зрения проведения бизнес-миссий, встреч, конференций.

Каждое направление пользуется уникальным спросом, а тот или иной регион нашей страны может реализовать и удовлетворить самые смелые запросы от клиентов.

В современном туризме существует один из популярных терминов «MICE, индустрия встреч» он успешно закрепился как в профессиональной среде, так и среди потребителей услуг. Этот термин в нашей стране начал использоваться в начале 2000-х годов. Его используют как отдельное направление в деловом туризме, что говорит о его многогранности. В этот же период свою деятельность начала Ассоциация бизнес-туризма (ABT-ASTE Russia), которая заявила о возможности развития делового направления в России на туристском рынке.

В справочнике по туризму под деловым туризмом понимается «туристское путешествие с деловыми целями без получения доходов во время командировки».

Из этих двух определений можно выявить еще одну характерную черту деловой поездки – это отсутствие возможности получать доход или прибыль участникам поездки. Но в противовес этому: во время поездки сотрудниками выполняются прямые профессиональные обязанности. Основной мотивацией таких поездок служит – участие в конференциях, ярмарках и выставках, совмещающая с отдыхом и экскурсионно-познавательным видом туризма.

Деловые и бизнес-поездки совершаются туристами с абсолютно разными целями и задачами. Чаще всего такие поездки объединяет профессиональная среда, и служебные цели по указанию работодателя или собственной инициативе работника.

Ниже приведен список возможных целей для осуществления поездки в другой регион или страну:

1. Причастность к международным конгрессам для обмена опытом с коллегами из профессиональной среды.
2. Организация закрытого выездного мероприятия для компании: семинара, мастер-класса или совещания для знакомства с новой продукцией, празднования юбилея, обучения сотрудников.
3. Организация международных переговоров для расширения целевой аудитории на рынке, поиска новых инвесторов и партнеров.
4. Организация обучения сотрудников отдела компании, чтобы увеличить навыки и компетенции в профессиональной среде.

Существует корпоративный и межкорпоративный бизнес-туризм. Их разница в том, что в первом варианте поездки предусматриваются для коллектива до 200 человек, а во втором – события могут быть как межрегиональные, так и международные, где задействованы люди от 1000 человек. Большие мероприятия планируются заранее и вносятся в календарный график на год вперед.

С помощью таких организованных мероприятий и поездок компания-заказчик открывает для себя новые горизонты развития, может отследить потребности своей целевой аудитории в других городах, познакомиться с новыми партнерами, коллегами и инвесторами. С помощью большего притока туристов – это помогает усилить эффективность экономического положения в регионе.

Направлений и классификаций бизнес-туризма неисчислимо количество. Исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод, что деловой туризм является одним из ведущих секторов, который помогает продвигать туризм на рынке, укреплять национальную экономику и повышать туристский поток в регионах и городах. Деловой туризм имеет не малое количество терминов, общих по значению с классическим туризмом, так и индивидуальные особенности и понятия.

¹ Гранкина, С. В. Современное состояние туристского рынка Самарской области / С. В. Гранкина // Грани гостеприимства : Материалы I Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), Казань, 01 января – 31 января 2023 года. – Казань: Издательство «Познание», 2023. – С. 27-31.

² Гранкина, С. В. Инвестиционный бренд самарской области / С. В. Гранкина, А. А. Леликова // Молодежные исследования и инициативы в науке, образовании, культуре, политике : Сборник материалов XIV Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Биробиджан, 25–26 апреля 2019 года. – Биробиджан: Издательский центр ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», 2019. – С. 936-941. – EDN FQBRQZ.

³ Гизатуллина, О. М. Социально-экономическое развитие Самарско-тольяттинской агломерации / О. М. Гизатуллина, С. В. Гранкина // Вестник СамГУПС. – 2017. – № 3(37). – С. 19-27. – EDN YNSJEO.

⁴ Устина, Н. А. Анализ тенденций развития регионального туристско-рекреационного кластера в Самарской области / Н. А. Устина, С. В. Гранкина, А. А. Карлина // Вестник Самарского муниципального института управления. – 2021. – № 2. – С. 35-46. – EDN MRBOIM.

⁵ Чимитдоржиева, О. Г. Развитие форм эффективного управления рынком делового туризма. Современная экономика: проблемы и решения, в. 4, р. 33-40, 18 апр. 2015.

⁶ Гранкина, С. В. Рынок событийного туризма в Самарской области / С. В. Гранкина, К. Г. Туркина // 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. 126-130. – EDN ASICKN.

BUSINESS TOURISM AS A TYPE OF TOURISM

© 2024 Potapov Alexander Evgenievich
Postgraduate student
Samara State University of Economics
E-mail: potapov_alex23@mail.ru

Keywords: tourist market, business tourism, business tourism sector, MICE destination.

This article defines the role of tourism in the country's economy, the origins of the formation of such a direction of tourism as business, and presents interpretations of the concept of «business tourism» and the elements that form it.

СОДЕРЖАНИЕ

Региональная экономика

Гранков О.Р. Основные факторы, влияющие на объем потребления водных ресурсов городскими потребителями	3
Мустафина Л.А. Сглаживание пространственной неоднородности с использованием проектных инструментов на субрегиональном уровне	8
Пискунов В.А. Идентификация рисков и угроз экономической безопасности строительной компании.....	13
Репина Е.Г., Пищулин Д.А. Оценка эффективности реализации национальных проектов в регионе (на примере Самарской области).....	18
Тарасова Т.М. Анализ внешней и внутренней среды предприятия как элемент идентификации рисков и угроз экономической безопасности.....	23
Халимуллина Д.И. Структура и основные составляющие национальных и федеральных проектов как инструментов реализации государственной политики	28

Педагогические науки и психология

Горшкова А.А., Савченко О.Г. Роль спорта в развитии общества и социализации индивида	33
Капустина Л.В., Баканова И.Г. Особенности обучения иностранным языкам студентов со специфическими языковыми потребностями	37
Никитина И.Н. Формирование переводческой компетенции на занятиях по иностранному языку в экономическом вузе	41
Перцевая Е.А. Работа с текстом при обучении иностранному языку студентов неязыкового вуза в больших группах	44
Петрянина О.В. Особенности использования программ цифрового перевода и онлайн-словарей в преподавании иностранных языков в вузе	48
Стадник Е.С. Значение корпоративных ценностей: создание успешной организационной культуры	53
Франтасов Д.Н. Использование современных информационных технологий в образовательном процессе университета	57
Щербаков Е.С., Пудовкина О.Е. Личностно ориентированный подход в системе профессионального образования учащихся	62

Социологические науки и политология

Балашова Е.В. Выражение гендерной идентичности через моду	67
Бордакова С.А. Японская анимация: благоприятное влияние на подростков.....	73
Фурочкин Е.В. Меры поддержки детей с задержкой развития в современной России	77

Ходыкин А.В. Трудности измерения уровня дохода респондентов в массовых телефонных опросах.....	81

Филологические науки и языкознание

Белякова О.В. Англоязычный лингвокультурный сценарий «Training»: структурно-семантические особенности номинативных единиц.....	86
Ефремова Ю.И., Анисимова А.Н. Реальность повседневной жизни в творчестве С. Довлатова	90
Козлова О.Д. Медиатехнологии и избирательный процесс	96

Исторические науки

Мальцева В.А. Участие России в реализации мирных инициатив в XX веке.....	101
Юсупова С.Н. Использование символа «адамова голова» в форменной одежде Российской императорской армии	106

Экономические науки и менеджмент (А – П)

Абзалимова Р.Р. Взаимосвязь понятий мотивации, вовлеченности и удовлетворенности сотрудников	111
Айзатуллин И.Ф. Трансфер технологий в инновационной модернизации национальных экономических систем.....	116
Алборов Я.З. Риски цифровизации фирм и их минимизация в условиях русской экономики	120
Александров А.А. Формирование аналитической информации для диагностики финансового состояния предприятия	124
Александрова А.О. Использование вероятности заданного отклонения для оценки риска инвестиционного портфеля	130
Анохин Е.С. Конкурентное положение АВТОВАЗа в условиях китайской экспансии	134
Архипова О.А., Шеянова Е.М. Проблемы налогообложения субъектов малого предпринимательства России и возможные пути их решения.....	139
Безрукова А.А. Правовые аспекты противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, в Российской Федерации.....	144
Бережная В.А. Сравнительная характеристика налоговых систем Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки	150
Борзых А.А., Сараева М.Е. Проблемы налогообложения предприятий	155
Борисова Д.Е. Персонализация как часть стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций в современном аптечном ритейле	159
Бортник А.О. Развитие лидерских качеств в студенческом сообществе высших учебных заведений.....	165
Васькова Ю.И. Предпосылки перехода предприятий на полный цикл производства.....	170

Гайнутдинов В.Р. Понятие рынка жилой недвижимости в мировой экономике	174
Галеева Д.Д. Банковская конкуренция и ее особенности в России	178
Гао Лупин. Классификация моделей международной торговли	184
Гладких Т.В. Роль транснациональных корпораций в процессе глобализации мировой экономики	189
Глушинская В.С. Мировые товарные рынки на современном этапе (на примере мирового рынка жемчуга)	193
Городецкова А.А. Санкционные риски для российской банковской системы: адаптация и стратегии выживания	197
Давлетов К.Р. Финансовый менеджмент в госкорпорациях России в условиях турбулентности	201
Демидов В.В. Исследование угроз функционирования предприятия на рынке грузовых перевозок	206
Дубков В.А. Оценка импортозависимости в автомобильной промышленности России	211
Егоров Д.Н. Управление рисками как инструмент успеха проекта	217
Едранова К.П. Совершенствование валютного контроля в современных условиях	221
Жгуттов С.И. Ключевые показатели инвестиционной деятельности предприятий	226
Жичкин Ю.В., Чернов И.С. Профилактика преступлений на потребительском рынке как фактор экономической безопасности	231
Жнякин Д.М. Генезис финансовой и налоговой систем на примере древнегреческой экономики	237
Заикин В.К. Роль искусственного интеллекта в налогообложении	243
Золотухин Е.И. Мерчандайзинг в онлайн-среде	247
Зурначян Ф.Б. Место налоговой оптимизации в налоговом консалтинге	251
Зыкова М.Е., Файрукшина А.А. Цифровизация налогового контроля в Российской Федерации	257
Изевлина А.А., Новицкая А.А., Космиров С.В. Мотивация как функция менеджмента	262
Казakov А.В. Роль спортивных мероприятий в развитии территориального брендинга	268
Калита А.Д. Экологические риски предприятий нефтегазового комплекса	273
Карпова П.А., Дождева Е.Е. Анализ актуального состояния и проблем налоговой системы Российской Федерации	277
Кириллова Л.К. Омниканальный маркетинг: факторы формирования и перспективы развития	283
Кирина Ю.А. Управление бизнес-процессом «Привлечение депозитов» в коммерческом банке	290
Климанова К.И., Репницина А.А. Проблемы налогового регулирования в РФ	295
Кнырева Э.Г. Учетно-аналитическое обеспечение управления финансовыми результатами организации	301
Кожухова В.В. Методика оценки и мониторинга регионального экологического риска	305
Коржова Г.А. Современный потребитель и его влияние на деятельность компаний на рынке	309

Корнилова К.А. Особенности некоммерческого сектора в рыночной экономике России.....	313
Корчашкина Д.Д., Головачева Л.Н. Прогрессивная ставка налогообложения доходов физических лиц: перспективы применения в РФ.....	318
Котельников Д.М. Необходимость смены экономической парадигмы при проведении Центральным банком РФ денежно-кредитной политики	323
Кривоногов А.М. Проблемы учета распределения прямых затрат на готовую продукцию в пивоваренном производстве	327
Куликова А.А. Проблемы и перспективы социального медиамаркетинга.....	332
Курбатов А.А. Анализ развития инфраструктуры фондового рынка РФ	336
Курганов И.Д. Анализ взаимосвязи в объеме торгов криптовалют и индексов акций в рамках мирового финансового рынка	341
Литовченко В.А. Примеры зарубежных моделей государственного регулирования потребительского поведения	346
Макеева А.Е. Проблемы и перспективы развития кредитных отношений в России в современных условиях.....	350
Мальшева К.В. Методы и роль импортозамещения в обеспечении экономической безопасности страны	354
Манзар К.В. Маркетинговая стратегия и современные способы продвижения	359
Маринин И.А. Инструменты и методы управления инновациями в нефтегазодобывающей отрасли.....	364
Мжаванадзе А.Э. Цифровизация динамической модели ценообразования.....	368
Мирзоев Н.С. «Зеленая» экономика и ее влияние на развитие аграрной сферы	372
Михалева М.И. Эволюция методологии экономического анализа предпринимательских структур	377
Михалева О.Л. Налоговая реформа упрощенной системы налогообложения	382
Мокеева Л.А., Рябов Е.Н. Маркетинговое продвижение спортивного питания.....	386
Назаров М.А., Митусова О.Н. Проблемы и направления совершенствования планирования закупочной деятельности организации.....	389
Негашев Л.В. Развитие корпоративной культуры, направленной на формирование норм и ценностей, способствующих улучшенной сплоченности команды, сотрудничеству и взаимопониманию	395
Олейникова Т.И. Маркетинговые коммуникации и их влияние на лояльность клиентов	401
Павлова К.С. Особенности изменения механизма уплаты НДС при применении упрощенной системы налогообложения	406
Пименова Е.М. Прибыль в экономике предприятия: сущность и подходы к интерпретации	411
Плахина В.С., Прилуцкая В.А. Финансовая стратегия государственных учреждений в Российской Федерации: проблемы формирования и реализации.....	416
Полтавцев С.М. Роль стейкхолдеров в формировании устойчивого развития предприятия сферы ЖКХ.....	420
Поселеннова К.А. Генезис развития туристического налога в России.....	423
Потапов А.Е. Деловой туризм как вид туризма.....	428

Научное издание

**НАУКА XXI ВЕКА:
АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

*Сборник научных статей
XIII Международной
научно-практической конференции*

Самара, 23 сентября 2024 года

Выпуск 2, часть 1

ISBN 978-5-00176-207-2



9 785001 762072 >

*Материалы представлены
в авторской редакции*

Формат 60×84/16. Печ. л. 27,25. Электронные текстовые данные (3,96 Мб).

<http://si.sseu.ru/nauchnaya-deyatelnost/arhiv-materialov-1>.

ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».
443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.