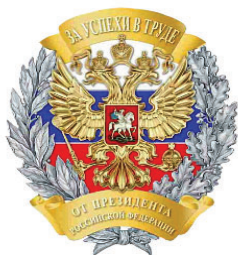


Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Оренбургский филиал федерального
государственного бюджетного
образовательного учреждения
высшего образования
Российский экономический университет имени
Г.В. Плеханова



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

***АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОБРАЗОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ***

***XX Международная научно-практическая
конференция***

Сборник научных трудов

Москва 2025

УДК 330.34:378.14
ББК 65.9(2)29
А 43

Редакционная коллегия:

Золотова Л.В., директор
Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, к.э.н., доцент

Портнова Л.В., младший научный сотрудник
кафедры финансов и менеджмента Оренбургского филиала
РЭУ им. Г.В. Плеханова, к.э.н., доцент

*Ответственность за ошибки, опечатки и неточности в
материалах несут авторы.*

Материалы печатаются в авторской редакции.

Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях: XX Международная научно-практическая конференция: сборник научных трудов. – Москва: ООО «Сфера», 2025. – 208 с.

Электронный сборник научных трудов содержит материалы XX Международной научно-практической конференции, проведенной 16 апреля 2025 года в Оренбургском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова. Освещены актуальные проблемы экономической деятельности и образования в России и странах ближнего зарубежья.

Сборник рассчитан на научных и практических работников, преподавателей высших учебных заведений, аспирантов, магистрантов и студентов.

© Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2025

ISBN 978-5-00186-206-2

Содержание

Секция 1

Социальная, гуманитарная и естественнонаучная парадигма экономической деятельности

Д. А. Ийманова Роль женщин-работниц в индустриальном развитии Совета и их социальное положение (1925-1930 ГГ.)	6
Л.В. Золотова, Л.В. Портнова Статистический анализ расходов населения региона	15
Р.Р. Магомедов Отражение в научной литературе возможных последствий вступления России в ВТО	20
Т.А. Реброва Социальные лифты и экономическое неравенство: барьеры и стимулы в современном обществе	24
В.Ф. Ремизова, Т.Г. Нестерова Графические аспекты номинации магазинов, кафе, ресторанов	27
О.Ю. Трунина Проблемы и важнейшие факторы развития внутреннего туризма в Оренбургской области	35
Г.Т. Чантурия Анализ устойчивого развития территорий на основе индекса устойчивого развития региона RSDI	40

Секция 2

Потребительский рынок: состояние, тенденции и перспективы развития

Э.В. Воронина Проблема фальсификации продовольственных товаров в Пермском крае	46
Н.И. Денисова, А.Ю. Штезель Инновации, применяемые в торговле	50
Ю.С. Лекарева Общие принципы расчета стоимости товара на Wildberries	55
М.М. Нуралиева Развитие экосистемы цифровой торговли: взаимодействие бизнеса, государства и потребителей	61
А.С. Позднякова Безопасность как основа потребительского рынка	65
Е. А. Швеи, Е. Н. Ковалева Оценка темпов развития потребительского рынка Смоленской области	70

Секция 3

Экономико-правовое регулирование предпринимательской деятельности

А.Ю. Макушина Экономико-правовое регулирование выхода субъектов малого предпринимательства Республики Узбекистан на мировую арену	77
Н.В. Пустотина, Е.А. Шурыгин Эффективность публично-правового воздействия на сферу государственных и муниципальных закупок	83
Б. Ш. Саттарова Роль налоговой политики в стимулировании предпринимательства в Узбекистане	89

<i>О.М. Смолякова Риски предпринимательства: факторы и маркеры критических изменений</i>	96
<i>А.В. Чешин Защита прав потребителей как вектор экономико-правового регулирования предпринимательской деятельности в России</i>	100

Секция 4

<u>Актуальные проблемы и современные тенденции в финансовом секторе страны и ее регионах</u>	107
<i>Е.В. Губанова Цифровая трансформация банковского сектора</i>	107
<i>А.Ю. Колодяжная Государственные ценные бумаги как элемент долговых обязательств федерального и регионального уровней</i>	112
<i>Е.В. Лаптева Статистический анализ конкурентной среды на рынке банкострахования</i>	117
<i>Н.Т. Талипова, У.М. Алиев Особенности развития финтех-индустрии в ведущих экономиках мира</i>	124

Секция 5

<u>Современное состояние и перспективы учета и контроля</u>	130
<i>М.С. Коське, И.В. Воюцкая, Ю.Г. Мишучкова Привлекательность бухгалтерской профессии: оценка текущего состояния</i>	130

Секция 6

<u>Актуальные тенденции управления современным предприятием</u>	135
<i>Н.А. Антипенко Развитие мониторинга финансовой безопасности компании с использованием аналитического инструментария в Республике Беларусь</i>	135
<i>И. В. Боровкова Искусственный интеллект и его влияние на развитие маркетинга (проблемы и перспективы)</i>	139
<i>Е.А. Григорьева Прогнозирование денежных потоков в целях принятия управленческих решений</i>	144
<i>В.Г. Дайнеко, Е.Ю. Дайнеко Формирование интеллектуального капитала для повышения инновационной активности современных предприятий</i>	149
<i>Т.В. Жукова Социально-психологические методы управления предприятием</i>	154
<i>М.М. Киреева Управление закупочной деятельностью предприятия</i>	158
<i>А.В. Мурава-Середа Анализ расчетов с поставщиками и покупателями на предприятии Колхоз (СПК) им. С.М. Кирова</i>	164
<i>Д.А. Сигида Влияние внешней среды на организацию с точки зрения социологии</i>	170
<i>В.С. Стародубцев Структура цифрового двойника управления предприятием</i>	174

Секция 7

Современные тенденции развития образования

180

М.Ю. Варавва Лингвистический ценз: дефицит ИТ-специалистов со знанием иностранных языков

180

Ю.Л. Загумёнов Отношение студентов неязыкового вуза к изучению иностранного языка

184

А.А. Снатенков, М.А. Вытнова Облачные технологии в системе образования

189

М. Я Ходжаева Киберугрозы, когнитивные риски и цифровая грамотность: новая реальность образования

193

Н.В. Шахназарова Формирование Soft skills - инновационный подход в образовании

198

Н. С. Шумилина Патриотическое воспитание студенческой молодежи на примерах подвигов героев-спортсменов

202

Секция 1

Социальная, гуманитарная и естественнонаучная парадигма экономической деятельности

УДК:94(575.1) “1925-1941”

Роль женщин-работниц в индустриальном развитии женщин-работниц в индустриальном развитии Совета и их социальное положение (1925-1930 гг.)

*Ийманова Д. А., профессор
“University of economics and pedagogy”
НВУЗ Андижан, Узбекистан*

Аннотация. На основе материала освещаются роль и социальное положение женщин Узбекистана в советский период 1925-1941 гг., их вовлечение в производство, работа по дальнейшему ускорению подготовки «общественно-политических активистов» для пропаганды политики Коммунистической партии архивные документы и источники.

Ключевые слова: женские кадры, общественная жизнь, равноправие, партия, центр, управление, общественная жизнь, местные кадры, штаб, аппарат, коммунистическая идеология, коммунистическая этика, шовинизм, авторитарный режим

Abstract. The role and social status of women in Uzbekistan in the Soviet period 1925-1941, their involvement in industry, the work to further accelerate the training of "socio-political activists" to promote the policy of the Communist Party are covered on the basis of archival documents and sources.

Keywords: female cadres, social life, equality, party, center, command-and-control, social life, local cadre, staff, apparatus, communist ideology, communist ethics, chauvinism, authoritarian regime

Советское правительство и Коммунистическая партия в начале XX века уделяли особое внимание вопросу женщин. Под влиянием индустриализации страны и нехватки рабочей силы стремились эффективно использовать труд женщин как дешёвую рабочую силу. Под воздействием пропаганды «идеи равенства» расширялось применение женского труда на рабочих местах, ранее занятых мужчинами. Широкое привлечение местных женщин к производству было необходимо прежде всего для укрепления экономической базы того времени. Архивные данные свидетельствуют о том, что успешное выполнение крупных задач, поставленных перед советским правительством и партией в

сфере экономического и культурного строительства, было возможно благодаря широкому привлечению женщин к этому процессу [1].

В общественно-политической жизни 1925 года пропаганда «проблемы освобождения женщин» занимала особое место. В связи с этим была разработана целая система «освобождения» женщин местных национальностей и обеспечения их «равноправия» с мужчинами во всех сферах. Советская власть определила перспективной задачей привлечение женщин, освободившихся от «паранжи», во все отрасли промышленности. С этой целью начался процесс пополнения рабочего класса за счет местных женских кадров [2]. Членам партии было внушено, что снятие паранджи их женами, дочерьми и другими членами семьи должно быть обязательным, чтобы они служили примером для беспартийных масс [3]. В массовой пропаганде подчеркивалось, что суть освобождения женщин должна быть объяснена четко, включая защиту молодых девушек от ранних браков и создание необходимых условий для их свободы. Одним из главных направлений всей партийной агитационно-пропагандистской работы было решение этих вопросов. При этом акцент делался не только на снятие паранджи, но и на устранение других форм женской зависимости [4].

С 1925 года женские клубы, появившиеся для расширения участия женщин в обществе, сыграли большую роль. При них начали функционировать курсы ликвидации неграмотности, библиотеки, консультационные центры для женщин и детей, медицинские отделения, юридические консультации, школы швейного дела, профессиональные училища, артели и другие учреждения [5]. В сельской местности открывались «крестьянские дома», где создавались «красные уголки», выполнявшие роль женских клубов [6]. Эти учреждения играли важную роль в борьбе против ранних браков несовершеннолетних девушек и насилия в отношении женщин. Сначала женщины работали в местах с низкой квалификацией и низкой оплатой труда, но позже, благодаря подготовке квалифицированных кадров в сфере образования, их число среди инженерно-технических работников стало расти. Значительно увеличилось и участие женщин в сельскохозяйственном труде.

Исследуемый период показывает, что резкий поворот в отношении к женщинам в условиях республики в рамках индустриализационной политики Союза начался после принятия резолюции «О работе среди женщин» на I съезде КП(б) Узбекистана в Бухаре (8 февраля 1925 года). В документе был заложен принцип «Ни одна организация, ни одно предприятие не должно существовать без женщин». Основными задачами партии в работе среди трудящихся женщин Узбекистана стали борьба с многоженством, браками с несовершеннолетними девушками и ношением паранджи [7]. Целью этих мер было, прежде всего, укрепление материальной базы советской власти, сформированной в 1925 году, повышение культурного уровня женщин, создание рабочих кадров из местных национальностей, а также усиление роли женщин в производстве и сельском хозяйстве [8]. Кроме того, для

распространения коммунистической политики среди женщин были организованы многочисленные краткосрочные курсы по подготовке «социально-политически активных» работников. Следует отметить, что в соответствии с указаниями центра подготовка активных руководящих кадров из женщин велась с классовых позиций, преимущественно за счёт неграмотных, не имеющих соответствующих навыков и опыта, а также выходцев из бедных семей. По состоянию на 1 января 1926 года на ташкентской швейной фабрике и ферганских текстильных предприятиях работали 1600 узбекских женщин. К концу 1926 года в 16 крупных женских артелях республики состояло 814 местных женщин, а к 1929 году их число увеличилось до 4258 в 50 артелях [9]. Заработная плата женщин на текстильных предприятиях варьировалась от 15 до 70 рублей [10]. Несмотря на эти меры, уровень вовлечённости женщин в производственные и хозяйственные задачи оставался недостаточным. По состоянию на 1 апреля 1927 года женщины составляли лишь 16,1% от общей численности работников предприятий и учреждений (из 104 399 работающих женщин 16 891 были заняты в этих сферах). Архивные данные свидетельствуют, что в феврале-марте 1927 года доля женщин в составе производственно-хозяйственных комиссий была ещё ниже — всего 9% [11].

Для развития народного хозяйства и культуры Узбекистана требовалось поднять на высокий уровень организаторскую работу среди грамотных, уважаемых в обществе и квалифицированных женщин из местного населения. Одной из важнейших задач того времени было привлечение работниц и крестьянок к деятельности в советах, профсоюзах, кооперативном строительстве, а также дальнейшее распространение и укрепление достигнутых успехов в этой сфере [12]. Подчёркивалась необходимость укрепления и развития работы среди женщин через проведение собраний делегатов, семейных вечеров, деятельность клубов и «красных уголков». Особое внимание уделялось взаимодействию с активистками, так как именно с их помощью партия могла устанавливать связь с беспартийной массой женщин и успешно продолжать начатую работу [13].

В 1925 году состоялся III съезд Советов Узбекистана, на котором Й. Охунбабаев выступил с докладом «О освобождении женщин». В принятом по этому вопросу решении съезда подчёркивалось, что необходимо в кратчайшие сроки продвигать работниц, батрачек и бедных женщин в советские, хозяйственные и кооперативные органы, а также создавать им необходимые условия для работы. Особое внимание следовало уделять женщинам из местного населения [14]. В целях выполнения указаний правительства о привлечении трудящихся к работе в государственном аппарате в 1925–1926 годах массово проводились собрания на волостном, уездном и окружном уровнях. Состоялись съезды работниц и крестьянок. К 1925 году в низовых органах советского аппарата Узбекистана работали 200 женщин. С февраля по ноябрь того же года на руководящие должности были назначены 110 человек, среди которых большинство составляли представители местных

национальностей [15]. Определённая часть из них была женщинами. За этот период в ЦИК УзССР было избрано 11 женщин, из которых 9 являлись узбечками. В первые годы советская администрация осторожно подходила к использованию женского труда, не привлекая женщин к вредным и тяжелым видам работ. Однако политика «уравнивания» женщин с мужчинами во всех сферах деятельности продолжала доминировать.

Вопрос отношения к женщинам в республике стал актуальным после принятия резолюции «О работе среди женщин» на I съезде Компартии Узбекистана (февраль 1925 года). С целью повышения «социальной активности» местных женщин в короткие сроки были проведены Всесоюзный съезд крестьянок Узбекистана (март 1925 года), два совещания заведующих женскими отделами (август 1925 года), I ташкентская конференция учительниц (апрель 1926 года), II совещание работников женских клубов и красных уголков Средней Азии (апрель 1926 года) и другие мероприятия [16]. С марта 1925 по март 1926 года количество женских клубов увеличилось с 11 до 32, а число их членов выросло с 920 до 3000 человек. В 1925 году женщины составляли 6,6% в составе советов Узбекистана, а 50% центральных и областных женских отделов были укомплектованы местными кадрами. В 1926 году привлечение женщин к выборам в советы приняло в Узбекистане беспрецедентный размах. Было организовано 425 предвыборных собраний с участием 30 395 женщин. Вся агитационная кампания включала материалы, касающиеся работающих женщин, а также вопросы вовлечения крестьянок и работниц в деятельность советов [17]. Советы активно пополняли свои ряды женщинами из местных национальностей, увеличивая число своих сторонников. Это стало возможным благодаря высокому чувству патриотизма, инициативности и энтузиазма среди узбекских женщин, которые верили, что социалистические идеи соответствуют интересам народа. Следует отметить, что женщины, назначенные на руководящие должности, имели низкий уровень образования и квалификации. В соответствии с директивами центра подготовка «активных руководящих кадров» осуществлялась исключительно за счет батрачек и бедных женщин, не обладавших грамотностью, специальными знаниями и навыками. Уровень грамотности среди женщин-колхозниц составлял всего 0,7%. Ситуация с обеспечением колхозов культурно-бытовыми учреждениями оставалась неудовлетворительной [18].

Советская политика по использованию женщин в качестве дешёвой рабочей силы привела к созданию 4 июня 1925 года Центральной комиссии по изучению труда женщин при ЦК УзКП(б) и Народном комиссариате труда УзССР. Центральная комиссия, изучая труд женщин, работающих в промышленности, установила, что в 1925 году в республике из 4680 рабочих (1600 из них – узбечки), то есть 9,7% составляли женщины. На 1 января 1926 года на предприятиях Узбекистана работало 1600 женщин. Это были в основном швейные предприятия в Ташкенте и текстильные фабрики в Фергане. В постановлении Организационного бюро ЦК ВКП(б) «О ближайших задачах

работы среди работниц, крестьянок и трудящихся женщин Востока» подчеркивалось усиление борьбы против реакционных элементов, сопротивляющихся освобождению женщин, необходимость активной пропаганды социалистического образа жизни среди женской части населения. Было отмечено, что среди местных женщин следует вести работу по следующим направлениям:

- Максимально привлекать их к партийному, советскому, профессиональному и кооперативному строительству;
- Развивать учреждения, способствующие равноправному участию женщин в общественной жизни наряду с мужчинами;
- Усиливать коммунистическую идеологическую работу среди работниц и крестьянок;
- Повышать квалифицированный труд женщин-работниц, широко привлекать их в сферы производства [19];

В марте 1925 года Среднеазиатское бюро ЦК РКП(б) приняло специальную резолюцию, в которой подчеркивалось, что неграмотность женщин является препятствием для хозяйственного и культурного развития республики, а ликвидация их неграмотности является задачей не только женских отделов, но и всех партийных организаций на местах, а также органов народного образования республики. Женщины, обучавшиеся в школах ликвидации неграмотности, имели особые привилегии: им разрешалось уходить с работы на два часа раньше при сохранении полной зарплаты. Медицинские консультации и детские сады первоначально обслуживали женщин, прошедших обучение в этих школах. В 1926–1927 годах в республике действовали 54 дошкольных учреждения, в которых воспитывались 2482 ребёнка [20]. Тем не менее, среди местных женщин сохранялась пассивность в обучении. В целях более широкого привлечения женщин к производству, подготовки из них квалифицированных рабочих и руководящих кадров началось активное развитие ремесленных училищ, фабрично-заводского обучения и рабочих школ. Однако из-за низкого процента женщин среди учащихся проблема набора студентов решалась административными методами. К концу 1926–1927 учебного года сеть женских школ первой ступени насчитывала 138 учебных заведений, в которых обучались 7843 ученицы из числа местных национальностей, в том числе в 58 узбекских школах – 1623 ученицы. Помимо этого, в смешанных школах учились 2098 девочек из местного населения. Доля детей школьного возраста (от 8 до 11 лет), охваченных обучением, составляла 27,8%, но среди девочек этот показатель достигал лишь 15% [21]. В 1927–1928 учебном году в ФЗУ обучались 165 женщин, что составляло 12,2% от общего числа учащихся. Кроме того, с 1927 года в Узбекистане начался процесс создания индустриально-технических школ. В тот же год всего 117 женщин из республики обучались в таких учебных заведениях. В 1927 году уровень грамотности местных женщин составлял 3,6%, а в сельской местности – лишь 1%. В связи с этим благодаря

движению «Хужум» было усилено внимание к этому вопросу, в результате чего в 1926–1927 годах число таких школ достигло 155, а грамотность получили 4605 женщин. Однако социальные факторы, такие как ранние браки, сопротивление семьи женскому образованию и другие причины, приводили к систематическому оставлению школ. В 1929–1930 учебных годах этот показатель достиг 30% в городах и 60% в сельской местности. В результате план советов по ликвидации неграмотности среди женщин не был выполнен.

17 мая 1929 года ЦК ВКП(б) принял постановление «О работе по ликвидации неграмотности», а в августе 1929 года последовало решение ЦИК УзССР, после чего борьба за грамотность активизировалась. С целью ликвидации неграмотности среди сельского населения было запланировано обучение грамоте 350 тысяч крестьян. В связи с этим началась мобилизация «двадцатипяти тысячников». В 1931 году в школах ликвидации неграмотности обучались 175900 женщин, а к 1933 году их число достигло 286400. Работающим женщинам предоставлялись льготы. В результате за первый пятилетний период грамотность получили 808000 женщин [22].

Привлечение женщин в органы государственного управления сыграло важную пропагандистскую роль благодаря I съезду работниц и крестьянок Узбекистана (сентябрь 1927 года) и Всесоюзному совету по работе среди женщин Востока и национальных меньшинств (1928 год). Однако многие активистки пожертвовали своей жизнью на пути к свободе и образованию. В 1927–1928 годах в республике более 2500 женщин были убиты своими отцами, мужьями и братьями [23]. Общество с трудом адаптировалось к изменению положения и статуса женщин. Противники женской свободы прибегали к самым радикальным мерам. Среди населения распространялись листовки, призывавшие мусульман ограничивать права женщин, бороться с новшествами в жизни, а также выступать против активистов и участников движения «Хужум» [24]. На столь трагическое развитие событий повлиял ряд социальных и исторических факторов:

Во-первых, общество, живущее по законам многолетнего уклада, религиозно-культурных и нравственных норм, а также социальных статусов полов, не было способно осознать «равенство женщин» и быстро измениться. Для изменения общественного сознания требовались время и усилия.

Во-вторых, административное давление, радикальные меры по освобождению женщин, их привлечение к общественной жизни, особенно поспешность и ошибки, допущенные в движении «Хужум», привели к негативным последствиям процесса и увеличили число женских смертей.

В-третьих, формирование новых гендерных отношений в Узбекистане, как и в других республиках бывшего Советского Союза, осуществлялось советским государством как доказательство преимуществ социалистического строя, который предоставил женщинам равные права во всех сферах общественной жизни. Реализация идей гендерного равенства была направлена на подтверждение справедливости нового общества.

В-четвертых, несмотря на то, что многие права и свободы женщин носили показной характер, в бытовом и общественном сознании сохранялись представления о предопределенности женской судьбы. Однако, несмотря на это, женщины активно вовлекались в экономическую и социальную жизнь. Благодаря движению «Хужум» женские отделы начали приобретать значение юридических учреждений. В результате представитель женского отдела принимал участие в судебных процессах в качестве защитника прав женщин и имел статус «народного заседателя». По мнению руководства Советского государства, привлечение женщин в общественное производство являлось основным фактором их фактического освобождения. Именно поэтому особое внимание уделялось широкому привлечению женщин к производству в сельской и городской местности. Основной сферой, где применялся женский труд, являлось сельское хозяйство. В 1927-1928 годах в Узбекистане было создано 30 сельскохозяйственных, земледельческих и других видов женских артелей.

В 1930 году 80% рабочей силы в сельском хозяйстве составляли женщины. При предприятиях была создана сеть детских учреждений, в которых воспитывались 91 тысяча детей [25]. Это создало возможности для матерей работать в производстве. Таким образом, была выполнена установка советской власти по привлечению женщин местных национальностей к общественному производству. Женские клубы и красные уголки также являлись одной из основных форм работы среди узбекских женщин и женщин из национальных меньшинств [26].

После 1930-х годов установление административно-командной системы управления в стране и отказ от демократических принципов также повлияли на вопрос женщин. Для их более широкого привлечения в промышленность организовывались различные соревнования. На XIII съезде РКП(б) Советы приняли постановление «О работе среди рабочих и крестьян», в котором особое внимание уделялось руководству партийных комитетов работой среди трудящихся женщин Востока, а также усилению их вовлеченности в производство, промышленность и партию [27]. В 1930 году доля национальных женщин-кадров в промышленности составляла 50,5%. К концу 1931 года доля узбекских промышленных рабочих выросла до 71,2%, но при этом доля женщин в промышленности снизилась и в абсолютных числах составила 48,4% [28]. Для усиления работы среди женщин была создана специальная фонда. Центральным комитетом в 1931 году была поставлена задача направить 330 женщин в промышленность, 60 – в транспорт, 40 – в строительные организации, 200 – в кооперативы и 4 – в профсоюзы, а всего 2800 женщин должны были занять руководящие должности.

Для продвижения женщин на руководящие должности и обеспечения их широкого участия в политической жизни также было уделено внимание созданию детских яслей и садов. В этот период существующие ясли принимали на постоянной основе 20 842 ребенка, а в сезон сельскохозяйственных работ –

более 115 000 детей. Детские площадки были созданы для более чем 226 000 детей [29]. В промышленных предприятиях за счет фондов общественного потребления организовывались дошкольные учреждения. Если в 1928 году насчитывалось 32 ясли, то к 1932 году их число достигло 2 282, и в них воспитывалось около 3 800 детей. В 1932 году в 576 детских садах воспитывалось более 27 000 детей [30]. Правительство Узбекистана уделяло особое внимание вовлечению женщин коренной национальности в промышленное производство, рассматривая этот процесс как единственный реальный путь решения задачи участия женщин в общественно-политической жизни. В 1932 году доля женщин-работниц во всей промышленности составляла 28,2%, из них представители коренных национальностей – 19,3% [31]. В целом, по сравнению с результатами Всесоюзных переписей населения, проведенных в 1926 и 1940 годах, за 13 лет доля женщин-работниц среди занятого населения в Узбекистане почти удвоилась и достигла 4,69% [32].

Чтобы повысить активность женщин в промышленном производстве, узбекские женщины осваивали различные отрасли народного хозяйства, получая среднее специальное образование в различных учебных заведениях. В 1937 году Ташкентский индустриальный техникум окончили 76 учащихся, из которых 39 были женщины. К 1930 году республиканская промышленность нуждалась в 385 работницах. Если в 1928 году в промышленности Узбекистана работали 2 194 женщины, составляя 15,1% от общего числа рабочих, то к 1 января 1933 года это число увеличилось до 11 063 человек, что составило 28,2% [33]. В результате вовлечения женщин в промышленность к 1940 году среди рабочих коренной национальности 40,7% составляли женщины. В промышленных предприятиях Узбекистана работали 20 000 женщин, из них 16 000 – узбечки. Все они освоили различные отрасли промышленности и работали как квалифицированные специалисты [34]. Однако специфика физического труда в промышленности, а также неспособность женщин полностью соответствовать требованиям промышленного производства привели к появлению ряда социальных проблем. Среди женщин-работниц участились различные заболевания, а также наблюдался массовый уход с промышленных предприятий из-за неудовлетворенности условиями труда. Коммунистическая партия, стремясь использовать женский труд для выполнения пятилетних планов развития народного хозяйства, тем не менее, снижала их статус в семье. Кроме того, заработная плата женщин была на 25-30% ниже, чем у мужчин, при этом требования к труду для женщин и мужчин были одинаковыми, что подтверждает указанное неравенство [35].

В заключение можно отметить, что советское правительство стремилось выполнить пятилетние планы развития народного хозяйства за счет труда узбекских женщин. В результате агрессивной политики коммунистической идеологии женщины были вовлечены в общественное производство, что повысило их социальную активность и позволило им осознать свою роль в

развитии общества. Однако этот процесс привел к отчуждению узбекских женщин от их национального, традиционного образа жизни. Тоталитарный режим не учитывал реальных возможностей местных женщин в сфере производства, привлекая их к тяжелому физическому труду. Несмотря на то что женщины составляли 50% народного хозяйства и боролись за равенство с мужчинами, они выполняли тяжелую работу и получали оплату на 25-30% ниже, что противоречило нормам и законам о защите труда. Хотя женщины фактически имели равные права с мужчинами в образовании, их профессиональная подготовка оставалась на низком уровне. В системе высшего и среднего специального образования уделялось недостаточное внимание подготовке специалистов среди местных женщин. Недоверие к их руководительским способностям также мешало раскрытию их потенциала. Стремление к выполнению количественных показателей по вовлечению женщин в общественное производство имело негативные социальные последствия. Советский режим не учитывал физиологические особенности женщин, их роль в воспитании будущего поколения и процесс самовоспроизводства общества. Деятельность, связанная с этим, была обесценена, а вовлечение женщин в производство рассматривалось как единственный путь их активизации в обществе.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1530-йизма жилд, 10-варақ.
2. ЎзР МА, 86-фонд, 2-руйхат, 27-йизма жилд, 4-варақ.
3. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1530-йизма жилд, 10-варақ
4. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1530-йизма жилд, 11-варақ
5. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1530-йизма жилд, 1-варақ.
6. История Узбекской ССР. Т.3. с. 377.
7. Ўзбекистон МА, 86-фонд, 2-руйхат, 27-йизма жилд, 4-варақ
8. Ўзбекистон МА, 86-фонд, 2-руйхат, 27-йизма жилд, 4-варақ
9. Аминова Р.Х. Октябрь и решение женского вопроса в Узбекистане.- Ташкент: 1975. – С.208.
10. Ўзбекистон МА, 86-фонд, 2-руйхат, 27-йизма жилд, 17-варақ
11. Ўзбекистон МА, Р-737- фонд, 1-руйхат, 227-йизма жилд, 43-варақ
12. ЎзР ПДА, 58-фонд, 14-руйхат, 1242-йизма жилд, 19-варақ
13. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1530-йизма жилд, 14-варақ
14. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1530-йизма жилд, 15-варақ
15. Бурхонов Баходир Муродович Ўзбекистон халқ хўжалигини рахбар ходимлар билан таъминлаш: таъриба ва сабоқлар (20-30 йиллар) -114 бет.
16. Н.Жўраева Ўзбекистонда хотин-қизларга муносабат. –Тошкент: 2013. А.Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси нашриёти. 23-бет
17. Ўзбекистон МА, 86-фонд, 2-руйхат, 26- йизма жилд, 42-варақ.
18. Ўзбекистон МА, 86-фонд, 2-руйхат, 27- йизма жилд, 7-варақ
19. КПСС в резолюциях. Ч.2. с. 89-90.
20. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1530-йизма жилд, 55-варақ
21. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1530-йизма жилд, 53-варақ
22. Н.Жўраева Ўзбекистонда хотин-қизларга муносабат. –Тошкент: 2013. А.Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси нашриёти. 23-бет.

23. К. Усмонов, М. Содиков. *Ўзбекистон тарихи (1917-1991)*. Т.: Шарқ. 2001, 115-б.
24. Х. С. Шукурова. *Социализм и женщины Узбекистана*. Т.: Узбекистан, 1970, с. 188-189
25. *История Узбекской ССР*. т.3, с. 551
26. ЎзР ПДА, 58-фонд, 3-руйхат, 1388-йизма жилд, 17-варақ
27. КПСС в резолюциях. Ч.2. с. 89-90.
28. ЎзР ПДА, 58-фонд, 7-руйхат, 907-йизма жилд, 54-варақ.
29. ЎзР ПДА, 137-фонд, 2-руйхат, 1776-йизма жилд, 58-варақ.
30. овет Ўзбекистони ишчилар синфи тарихи И.М.Мўминов таҳрири остида. – Тошкент: Фан, 1974. – 131 б.
31. Краткий статистический сборник. УзССР. 1936. – Ташкент, 1936. – С. 113.
32. Итоги Всесоюзной переписи населения 1959 г. Узбекская ССР. – Москва, 1962. – С.119-120.
33. Ульмасбаев Ш.Н. Промышленное развитие Советского Узбекистана – Ташкент: 1958. С 129.
34. История рабочего класса Узбекистана. -Т.1.-Ташкент: 1964. –С.286.
35. ЎзР ПДА, 137-фонд, 2-руйхат, 1776-йизма жилд, 19-варақ.

УДК 330.322

Статистический анализ расходов населения региона

Л.В. Золотова, к.э.н., доцент

Л.В. Портнова, к.э.н., доцент

Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Уровень расходов населения региона во многом определяет качество его жизни, а также влияет на структуру потребительского спроса. От того, какие группы товаров и услуг являются востребованными, во многом зависит структура производства, торговли и сферы услуг в регионе.

В статье проведен анализ структуры денежных расходов населения Оренбургской области. Дана оценка вариации денежных расходов населения региона во времени и пространстве.

Ключевые слова: Оренбургская область, население, денежные расходы, структура, динамика, вариация.

Abstract. The level of expenditure of the region's population largely determines its quality of life and also influences the structure of consumer demand. The structure of production, trade and services in the region largely depends on which groups of goods and services are in demand. The article analyzes the structure of monetary expenditure of the population of the Orenburg region. An assessment is given of the variation in monetary expenditure of the region's population over time.

Keywords: Russia, employment, platform-employed population, dynamics, forecast.

Расходы населения представляют собой важный экономический показатель уровня жизни. Направления расходов населения во многом

определяются размером полученных доходов и сложившейся социально-экономической ситуацией в регионе или стране в целом [1].

В условиях региональных экономических трансформаций, снижения уровня доходов и неравномерного распределения материальных благ, задача формирования адекватной экономической политики становится особенно актуальной. Оценка объема и структуры способствует выявлению ключевых проблем, таких как бедность, неравенство доходов и уровень жизни населения, давая основу для разработки рекомендаций по их снижению и улучшению социальной инфраструктуры в регионе.

Подобный анализ помогает в понимании того, как различные факторы, такие как уровень безработицы, инфляция, изменение налоговой политики и социальные программы, влияют на финансовое положение граждан. Основанный на данных наблюдений, опросов и массовых расчетов, статистический анализ служит надежным ориентиром для разработки эффективной социальной и экономической политики, направленной на улучшение качества жизни населения.

Актуальность данного исследования заключается в необходимости статистического анализа объема, структуры и динамики денежных расходов населения Оренбургской области, так как выявление тенденций в динамике этих показателей позволит обеспечить устойчивое развитие региональной экономики и повышение уровня жизни граждан.

Анализ структуры расходов населения позволяет сделать выводы о том, в каком направлении население реализует свои потребительские предпочтения.

Таблица 1

*Структура использования денежных доходов населения Оренбургской области**

Годы	Денежные расходы и сбережения всего, млн. руб.	Структура в процентах			
		Покупка товаров и оплата услуг	Обязательные платежи и разнообразные взносы	Приобретение недвижимости	Прирост финансовых активов
2013	444077,6	80,9	14,5	3,3	1,4
2014	497998,3	80,7	14,3	3,0	2,0
2015	550066,0	74,1	12,9	1,9	11,1
2016	529396,6	76,1	13,0	1,6	9,3
2017	541780,4	79,2	12,3	1,5	7,0
2018	552962,8	80,3	13,9	1,9	3,9
2019	576150,4	81,2	14,1	1,7	3,0
2020	578670,4	78,6	14,4	2,2	4,8
2021	615248,8	84,4	14,3	2,4	-1,1
2022	731423,2	85,4	14,0	2,4	5,7
2023	805952,2	80,8	13,8	2,2	3,2

*Составлено авторами по источнику [2]

На основании анализа данных таблицы 1 и рисунков 1, 2 можно сделать вывод, что в структуре использования денежных доходов населения

наибольший удельный вес как в 2013 г., так и в 2023 г. занимают расходы на покупку товаров и оплату услуг. Второй по значимости долей является часть расходов населения Оренбургской области на обязательные платежи и разнообразные взносы.

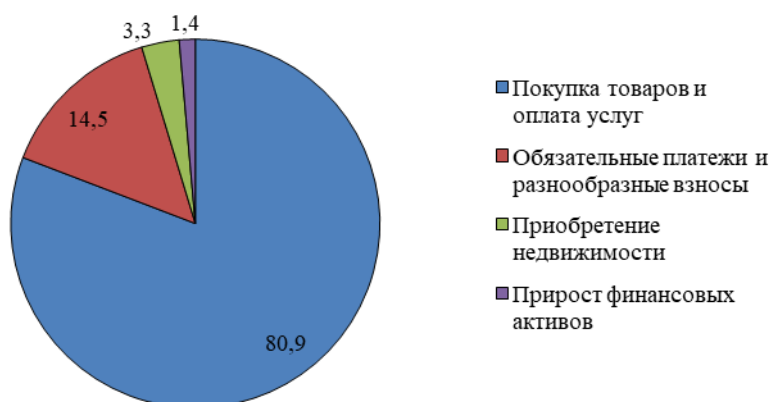


Рисунок 1 – Структура использования денежных доходов населения Оренбургской области за 2013 год

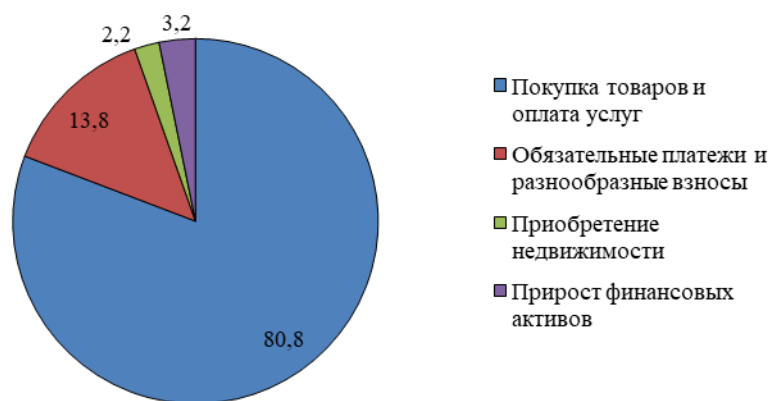


Рисунок 2 – Структура использования денежных доходов населения Оренбургской области за 2023 год

Наименьший удельный вес в структуре расходов занимают расходы на приобретение недвижимости и прирост финансовых активов.

Сравнение данных рисунков 1 и 2 позволяет отметить, что в 2023 г. по сравнению с 2013 г. в исследуемой структуре произошли следующие изменения:

- увеличилась доля расходов на прирост финансовых активов;
- незначительно снизилась доля расходов на покупку товаров и оплату услуг, а также на обязательные платежи и разнообразные взносы;
- наблюдалось снижение доли расходов населения на приобретение недвижимости.

По данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что с 2013 по 2023 годы наблюдаются ежегодные приросты денежных расходов населения Оренбургской области по сравнению с базисным 2013 годом.

Таблица 2

Динамика денежных расходов населения Оренбургской области с 2013 по 2023 гг. **

Годы	Денежные расходы и сбережения всего, млн. руб.	Абсолютный прирост, млн. руб.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной
2013	444078	-	-	-	-	-	-
2014	497998	53920,7	53920,7	112,1	112,1	12,1	12,1
2015	550066	105988,4	52067,7	123,9	110,5	23,9	10,5
2016	529397	85319,0	-20669,4	119,2	96,2	19,2	-3,8
2017	541780	97702,8	12383,8	122,0	102,3	22,0	2,3
2018	552963	108885,2	11182,4	124,5	102,1	24,5	2,1
2019	576150	132072,8	23187,6	129,7	104,2	29,7	4,2
2020	578670	134592,8	2520,0	130,3	100,4	30,3	0,4
2021	615249	171171,2	36578,4	138,5	106,3	38,5	6,3
2022	731423	287345,6	116174,4	164,7	118,9	64,7	18,9
2023	805952	361874,6	74529,0	181,5	110,2	81,5	10,2

**Рассчитано авторами по источнику [2]

Расчет средних величин динамики показал, что в среднем за 2013-2023 гг. денежные расходы населения Оренбургской области увеличивались на 36187,5 млн. руб. или на 6,1% ежегодно.

Для оценки вариации денежных расходов населения региона во времени рассчитаны ряд показателей, результаты таковы, что размах вариации между максимальным и минимальным значением суммы расходов населения Оренбуржья в 2023 году по сравнению с 2013 годом составил 361874 млн. руб.

По итогам расчёта среднего квадратического отклонения можно сказать, что за 2013-2023 гг. в среднем индивидуальные значения сумм расходов за каждый год отличались от их среднего значения за период на 98126,2 млн. руб.

Коэффициент осцилляции, рассчитанный по данной совокупности составил 61,9%. Это означает, что относительная колеблемость крайних значений признака была большой.

Значение коэффициента вариации - 16,8%. Так как это значение не превышает значение 33%, можно подтвердить то, что данная совокупность однородна и среднее значение ей присуще.

Кроме того, совокупность считается достаточно однородной, так как коэффициент вариации попадает в интервал 10–20%. Это свидетельствует о равномерности развития явления во времени.

На рисунке 3 изображены уравнения трендов в динамике денежных расходы населения Оренбургской области.

По данному графику (рис.3) видно, что несколько трендов наиболее точно описывают тенденции в динамике денежных расходов населения – экспонента и полином.

Наибольший коэффициент аппроксимации R^2 и наименьшая ошибка прогноза дают основание сделать выбор в пользу полиномиальной модели:

$$y(t) = 3172,8t^2 - 10151t + 498930 \quad (1)$$

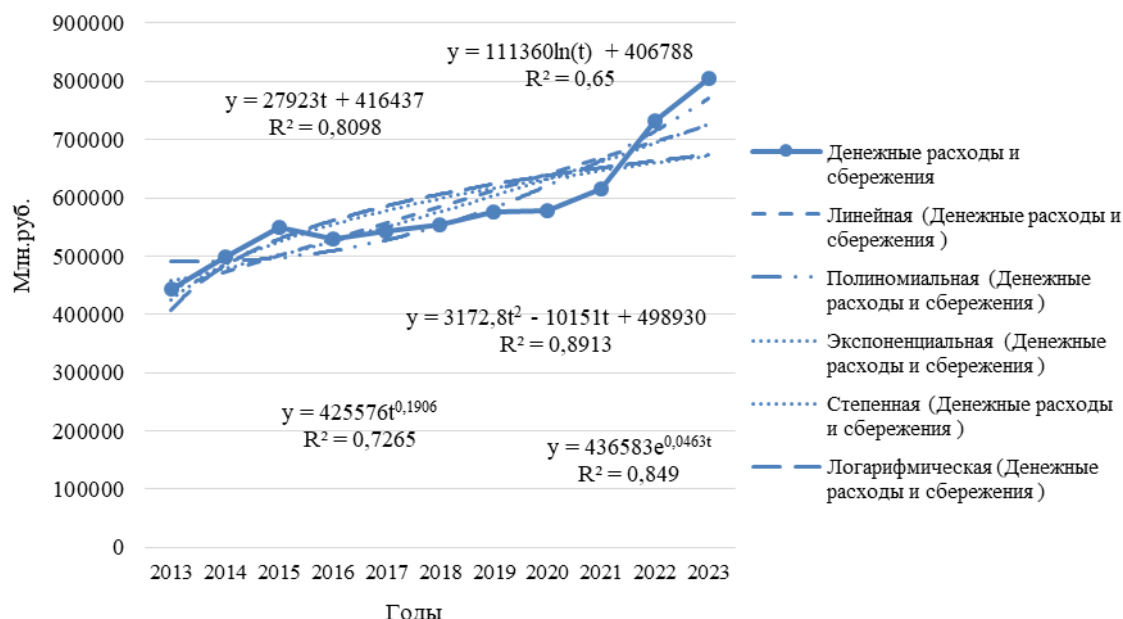


Рисунок 3 – Тренды в динамике денежных расходов населения Оренбургской области

Интерпретация параметров тренда (1) такова: сумма денежных расходов населения Оренбургской области в период 2013-2013 гг. снижалась ускоренно, со средним ускорением 6345,6 млн.руб. в год за год, среднее за весь период снижение суммы расходов составило 10151 млн. руб. в год, средняя сумма расходов на середину периода была равна 498930 млн. руб.

Анализ вариации денежных расходов населения во времени, выявление и характеристика основной тенденции развития дают основание для прогнозирования [3].

Таблица 3

Прогноз денежных расходов населения Оренбургской области на 2024-2026 гг.

Год прогноза	Нижняя граница прогноза	Точечный прогноз	Верхняя граница прогноза
2024	777444,7	834001,2	890557,7
2025	839099,1	903170,2	967241,3
2026	906931,1	978684,8	1050439

Результаты прогнозирования позволяют отметить, что в динамике денежных расходов населения на предстоящие три года будут наблюдаться тенденции роста.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Золотова Л.В., Портнова Л.В. Основные тенденции социально-экономического развития Оренбургской области в современных условиях // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9. № 4 (33). С. 154-158.
2. Официальный сайт Оренбургстата. Режим доступа: <https://56.rosstat.gov.ru/> (дата обращения 25.03.2024).

УДК 339.5

Отражение в научной литературе возможных последствий вступления России в ВТО

*Р.Р. Магомедов, д.и.н., профессор
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Оренбургский государственный педагогический университет, Россия*

Аннотация. В настоящей статье проанализированы публикации, вышедшие в свет до вступления России в ВТО в 2012 году, которых показаны возможные последствия вступления России в ВТО для обеспечения продовольственной безопасности страны и национальной экономики в целом. Отмечено, что все авторы членство в этой организации рассматривают как фактор интеграции России в мировую экономику, развития инновационной активности и повышения ее конкурентоспособности.

Ключевые слова: Россия, ВТО, либерализация мировой торговли, АПК, продовольственная безопасность

Annotation. This article analyzes publications published before Russia's accession to the WTO in 2012, which show the possible consequences of Russia's accession to the WTO for ensuring the country's food security and the national economy as a whole. It is noted that all the authors consider membership in this organization as a factor of Russia's integration into the global economy, the development of innovation activity and increasing its competitiveness.

Keywords: Russia, WTO, world trade liberalization, agriculture, food security

После обретения РФ государственного суверенитета в начале 90-х годов прошлого столетия новые руководители страны твердо решили интегрировать ее в военно-политическую и экономическую пространство Запада. После долгих десятилетий отчуждения и противостояния Россия своим приоритетом во внешней политике объявила стать частью Европы, какой она исторически и являлась. Одним из направлений сдвига национальной экономики в мировую экономику политики и деловые круги России видели в получении ею статуса полноправного члена Всемирной торговой организации (далее – ВТО). Путь вхождения России в эту международную организацию был долгим и тернистым – целых 18 лет, с 1993 по 2011 год. 22 августа 2012 года она стала 156-им членом ВТО. К этому времени восемь государств – бывшие республики СССР были присоединены к этой организации.

Отметим, что она была создана 1 января 1995 года для установления общих принципов международной торговли.

Санкционная война между Россией и коллективным Западом после начала СВО в Украине вновь актуализировала вопрос о целесообразности пребывания нашей страны ее в рядах. В этом вопросе четко определились два подхода. В частности, директор Института проблем глобализации М. Делягин объясняет многомиллиардными убытками членство России в ВТО. Свои аргументы в пользу ухода из этой организации приводят депутаты Государственной Думы от КПРФ и «Справедливой России» (2023 год). Однако официальные представители власти указывают на пользу от сохранения Россией членства ВТО. Сошлемся на мнение постоянного представителя России в этой международной организации Н. Платонова. В частности, в своем интервью «РИА Новости» он довел до сведения обывателей о невыгоде для России уход из ВТО. «Если в контексте возможного выхода из ВТО оценивать непосредственно торговые аспекты, то следует признать, что минусов от этого шага было бы значительно больше, чем плюсов. Оставаясь в ВТО, Россия может доводить свою точку зрения до других участников и способствовать принятию тех решений, которые отвечают нашим интересам», — подчеркнул российский представитель [9]. Н. Платонов также указал на то, что экономия на взносах не компенсирует уход из организации до лучших времен, так как вернуться на прежних выгодных для России условиях станет невозможным. На примере позитивных изменений экспортной составляющей сельскохозяйственной продукции он продемонстрировал выгоду для России членство в ВТО. На аналогичных позициях находятся Министерство иностранных дел и Министерство экономики РФ.

Изучение истории вступления России в ВТО показывает, что этот процесс был не простым, требующим взвешенного подхода в оценке очевидных выгодных перспектив от статуса равноправного партнера организации. Эта проблема стала дилеммой в спорах сторонников и противников приобретения Россией членства ВТО. Сторонами дискуссий являлись представители власти, деловых кругов. В стороне от этой проблемы не осталось и научное сообщество. Для доказательства этого укажем на обширный список научных сообщений, зарегистрированный в электронной библиотеке eLibrary.ru. В перечне исследований, выводимом поисковой системой, мы находим работы, которые раскрывают содержание проблемы, заявленной в названии настоящей публикации. Для показа возможных последствий для России от вступления в ВТО остановимся на анализе работ, вышедших в свет до принятия страны в эту международную организацию, до лета 2012 года. Из-за ограниченных исследовательских возможностей в рамках данного сообщения мы проведем анализ лишь небольшого количества опубликованных работ для решения поставленной задачи — показать возможные последствия вступления России ВТО в оценке научной литературы.

Обращают внимание публикации, в названии которых отражена рассматриваемая нами научная тема — последствия вступления России в ВТО [1, 3, 4, 6, 8]. С.И. Мшанецкий в вводной части своей работы указывает на то,

что решение вопроса о вступлении России в ВТО является важнейшим для национальной экономики. Он считает, что аргументы, приводимые оппонентами дискуссий о последствиях членства нашей страны в ВТО, свидетельствуют об отсутствии «полной информации об этой организации и самом процессе присоединения» [8, с. 131]. На примере США и Евросоюза автор показывает положительную роль либерализации мировой торговли, снятие протекционистских ограничений национальных правительств в этой сфере для решения приоритетных социальных задач – создание новых рабочих мест, борьба с безработицей, снижению стоимости телекоммуникационных услуг и т.д. С.И. Мшанецкий считает, что Россия также имеет очевидные выгоды решения вопроса в пользу вступления в ВТО. «Открытие рынков заставит отечественные предприятия модернизировать производство и повысить конкурентоспособность продукции. Россия в этом плане наиболее динамично развивающаяся страна» [8, с. 131]. Он указывает на то, что членство в ВТО не угрожает России потерей государственного суверенитета, не предполагает «полной либерализации доступа на рынок». В работе Ю.А. Головина и А.В. Дан-Чин-Ю рассматриваются политико-экономические аспекты присоединения России к ВТО. На основе сравнения варианта вступления России в ВТО и альтернативных ему механизмов реформирования внешнеторговой политики авторы приходят к выводу о выборе в пользу этой международной организации. Предпочтение ВТО они объясняют тем, что Россия получает потенциальную возможность для эффективного участия в формировании международного политико-правового поля, а «не прочие неосозаемые и трудно прогнозируемые экономические выгоды...» [3, с. 30-31]. В статье присутствует обобщающий вывод о том, что «чем быстрее Россия вступит в ВТО, тем больше шансов, что она сможет играть какую-либо роль в выработке правил международной торговли» [3, с. 31]. Проблемам и перспективам вступления России в ВТО посвящена работа А.Е. Анилова. Заслуживает внимания приводимые автором очевидные преимущества, которые получит Россия от членства в этой международной организации. Это – снижение импортных пошлин, как благо для потребителей, получение широкого доступа к иностранным технологиям, стимулирующим модернизационные процессы, улучшение качества банковской и страховой системы, а также повышение эффективности законодательной системы России. В то же время, ссылаясь на мнение экспертов, он называет совокупность причин, способных сделать выбор в пользу невступления России в ВТО. Доводы, приводимые в возможность такого сценария развития событий в отношении этой международной организации, автор видит в отсутствии сильной национальной банковской системы, полноценной инновационной системы, неизбежное повышение тарифов, в частности на газ и электроэнергию. В то же время А.Н. Анилов убежден в том, что вступление нашей страны в ВТО необходимо и станет благом для ее экономики [1, с. 224].

В перечне работ, отражающих проблемы и перспективы вступления России в ВТО, мы находим работы, в которых решается научная проблема «Продовольственная безопасность России и ВТО». Эта тема нашла широкое освещение на страницах периодического издания «Никоновские чтения», учредителем которого является Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий – Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства [2, 5, 7, 10, 11, 12]. Анализ этих публикаций показывает, что ни один из авторов не подвергают сомнению курс правительства на вхождение в ВТО. Так И.В. Щетинина уверена, что «... в условиях глобализации необходимость вступления России не подлежит сомнению» [12, с. 146]. А.А. Семенов также признает, что целесообразность вступления в эту международную торговую организацию «... почти никем не оспаривается...» [10, с. 66]. Каждый из них, оценив последствия рисков этого шага, предлагает свои собственные рекомендации по развитию сценария вхождения в ВТО, которые, по мнению И.В. Щетининой, позволят «повысить конкурентоспособность АПК России, обеспечить продовольственную безопасность в условиях глобализации экономики и вступления в ВТО» [12, с. 143]

Таким образом, проведенный нами обзор по научной проблеме, обозначенной в названии настоящей статьи, показывает, что в исследуемый период наблюдается значительный задел в изучении проблем и перспектив вступления России в ВТО. Заслуживает внимания тот факт, что ни один из авторов публикаций не подвергает сомнению ожидаемую выгоду для национальной экономики от этого шага.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Анилов А.Э. Проблемы и перспективы вступления России в ВТО // *Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания*. 2011. № 7. С. 220-224.
2. Бондаренко В.В. Проблемы обеспечения продовольственной безопасности России при вступлении в ВТО // *Никоновские чтения*. 2003. № 8. С. 437-439.
3. Бородина В. Всемирная торговая организация (ВТО) – благо или зло для России // *Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева*. 2009. № 18. С. 43-48.
4. Головин Ю.А., Дан-Чин-Ю Политико-экономические аспекты присоединения России к ВТО // *Вестник социально-политических наук*. 2007. № 7. С. 28-31.
5. Гольшев М.Е. Продовольственная безопасность России на пороге в ВТО // *Никоновские чтения*. 2003. № 8. С. 68-69.
6. Емельянова Е.А. Должна ли Россия вступать в ВТО? Вступление России в ВТО как неотъемлемый элемент участия в процессах глобализации // *Российское предпринимательство*. 2000. № 12-. С. 14-18.
7. Манджиева Д.А. Проблемы продовольственной безопасности региона с позиции вступления России в ВТО // *Никоновские чтения*. 2003. № 8. С. 76-78.
8. Мианецкий С.И. Плюсы присоединения России к ВТО // *Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета*. 2005. № 4 (36). С. 131-134.
9. Постпред при ВТО объяснил, почему России невыгоден выход из организации [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ria.ru/20240325/vto-1935564523.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения 31.03.2025).

10. Семенов А.А. Вступление России в ВТО и продовольственная безопасность // Никоновские чтения. 2003. № 8. С. 64-66.

11. Чистяков Ю.Ф. Развитие зернового экспорта и продовольственная безопасность страны в условиях предстоящего вступления в ВТО // Никоновские чтения. 2011. № 16. С. 143 -145.

12. Щетинина И.В. Продовольственная безопасность и последствия вступления России в ВТО // Никоновские чтения. 2011. № 16. С. 140-143.

УДК 338

Социальные лифты и экономическое неравенство: барьеры и стимулы в современном обществе

*Т.А. Реброва, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье анализируется взаимосвязь между социальными лифтами и экономическим неравенством. Рассматриваются барьеры, ограничивающие вертикальную мобильность, и стимулы, способствующие ее развитию. Выделяются ключевые аспекты, такие как доступ к образованию, дискриминация, влияние социальной политики и культурных установок. Приводятся примеры из разных стран, демонстрирующие эффективность социальных лифтов. Сделан вывод о необходимости системных изменений для повышения социальной справедливости и устойчивого развития общества.

Ключевые слова. Мобильность, стимулы, экономика, население, политика, качество жизни.

Annotation. The article analyzes the relationship between social lifts and economic inequality. The barriers limiting vertical mobility and the incentives contributing to its development are considered. Key aspects such as access to education, discrimination, and the impact of social policies and cultural attitudes are highlighted. Examples from different countries are given to demonstrate the effectiveness of social elevators. The conclusion is made about the need for systemic changes to enhance social justice and sustainable development of society.

Keywords. Mobility, incentives, economy, population, politics, quality of life.

Экономическое неравенство остается одной из главных социальных проблем XXI века. Согласно данным Всемирного экономического форума, разрыв между бедными и богатыми продолжает увеличиваться, несмотря на активные попытки государств и международных организаций выровнять социально-экономические условия. Социальные лифты, которые должны способствовать вертикальной мобильности, зачастую работают недостаточно эффективно, особенно в обществах с высоким уровнем экономического расслоения [1].

Социальная мобильность – это способность индивидов или групп перемещаться по социальной иерархии. Она зависит от множества факторов: уровня образования, экономической политики, культурных особенностей и

уровня доступности ресурсов. Однако в условиях усиления глобальных неравенств социальные лифты часто сталкиваются с многочисленными барьерами.

Цель данной статьи – подробно рассмотреть барьеры и стимулы, влияющие на социальную мобильность, и предложить рекомендации для их преодоления.

Социальные лифты – это механизмы, позволяющие индивидам улучшать свое социальное положение. Они обеспечивают мобильность в рамках общества, снижая значимость стартовых условий, таких как происхождение, социальный статус родителей или регион проживания [2].

К основным видам социальных лифтов относятся:

1. Образование.

Образование – один из важнейших социальных лифтов. Доступ к качественному школьному и высшему образованию позволяет индивидам развивать навыки, повышающие их конкурентоспособность на рынке труда. Например, в странах Скандинавии высокий уровень доступности образования положительно коррелирует с социальной мобильностью.

2. Профессиональная деятельность.

Карьерный рост – один из наиболее очевидных способов социального продвижения. Здесь важна не только квалификация, но и возможность трудоустройства в высокодоходных секторах экономики.

2. Социальная политика.

Государственные программы социальной поддержки, такие как пособия, квоты на трудоустройство и доступ к здравоохранению, играют роль компенсаторных механизмов, выравнивающих стартовые условия для менее привилегированных групп.

3. Культурные установки.

Социальные лифты также зависят от общественных норм и ценностей. Например, культура меритократии, где успех определяется исключительно заслугами, стимулирует мобильность, тогда как патриархальные или кастовые системы существенно ограничивают возможности.

Экономическое неравенство выражается в разнице уровня доходов, качества жизни и доступа к ресурсам между различными слоями населения. Оно порождается следующими причинами:

- концентрация капитала. Богатство накапливается у небольшой группы населения, что ограничивает доступ к ресурсам для большинства. Согласно отчету Oxfam за 2023 год, 1% самых богатых людей владеют 46% мирового богатств;

- неравенство в доступе к образованию и здравоохранению. В странах с низким уровнем социальных инвестиций разница в уровне жизни между богатыми и бедными растет из-за отсутствия равных стартовых возможностей [3].

5. Технологическая трансформация. Автоматизация и цифровизация приводят к сокращению низкоквалифицированных рабочих мест, усиливая разрыв между высокооплачиваемыми профессионалами и остальной частью населения.

Последствия экономического неравенства включают:

- усиление социальной напряженности и рост протестных движений.
- ухудшение качества жизни для беднейших слоев населения.
- замедление экономического роста, вызванное снижением потребления

[4].

Эффективность социальных лифтов снижается из-за множества факторов:

1. Неравномерный доступ к ресурсам. В странах с высоким уровнем экономического неравенства качественное образование, медицинское обслуживание и другие важные ресурсы остаются привилегией состоятельных групп.

2. Гендерное и этническое неравенство. Согласно исследованию Всемирного банка, женщины и этнические меньшинства часто сталкиваются с дискриминацией на рынке труда и в образовательных институтах, что ограничивает их мобильность.

3. Социальный капитал. Отсутствие связей и социальных сетей у беднейших групп усложняет доступ к высокооплачиваемым профессиям и престижным учебным заведениям.

4. Региональные различия. Внутренние миграции, характерные для развивающихся стран, часто приводят к перенаселению городов, где конкуренция за ограниченные ресурсы усиливает социальные барьеры.

Для повышения эффективности социальных лифтов необходимы целевые меры:

1. Инвестиции в образование. Увеличение финансирования государственных школ, предоставление стипендий для малообеспеченных студентов и внедрение современных образовательных технологий могут существенно повысить доступность качественного образования.

2. Реформы на рынке труда. Государства должны стимулировать создание рабочих мест с достойной оплатой труда, обеспечивать равный доступ к трудоустройству и защищать права работников.

3. Прогрессивное налогообложение. Введение налоговых льгот для среднего класса и повышение налогов для сверхбогатых может способствовать выравниванию доходов.

4. Культурные изменения. Пропаганда равенства возможностей, преодоление гендерных и этнических предрассудков и повышение общественного доверия к меритократии играют важную роль в формировании справедливого общества.

В мировой практике есть несколько моделей социальных лифтов:

1. Скандинавская модель. Страны Скандинавии демонстрируют высокие показатели социальной мобильности благодаря доступному

образованию, прогрессивной налоговой системе и эффективным социальным программам.

2. Сингапурская модель. Сингапур внедрил систему, которая поощряет предпринимательство и предоставляет равные возможности для профессионального роста.

3. Американская модель. Несмотря на образ "страны возможностей", социальные лифты в США сталкиваются с барьерами, такими как неравномерное финансирование школ и рост стоимости высшего образования.

Обобщая вышеизложенное, можно сказать, что социальные лифты являются важным инструментом для снижения экономического неравенства. Однако их эффективность зависит от множества факторов, включая доступность ресурсов, наличие барьеров и стимулов, а также культурные особенности. Для повышения социальной мобильности необходимы системные реформы в сфере образования, труда и социальной политики. Только через устранение барьеров и создание условий для равных возможностей возможно формирование справедливого общества, где каждый индивид имеет шанс на успех.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Реброва Т.А. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса региона на примере Оренбургской области// Век качества. 2023. № 2. С. 104-113
2. Piketty T. Capital in the Twenty-First Century. Cambridge: Harvard University Press, 2014.
3. Всемирный банк. "Социальная мобильность и неравенство: вызовы современности". 2023.
4. OECD. "Economic Inequality and Social Mobility Report". Paris: OECD Publishing, 2023.
5. Фридман М. Капитализм и свобода. Москва: Издательство Новое время, 2006.

УДК 81'33

Графические аспекты номинации магазинов, кафе, ресторанов

В.Ф. Ремизова, к.п.н. доцент

Т.Г. Нестерова, к.п.н. доцент

Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Современные названия магазинов, кафе, ресторанов – эргонимы – отличаются высокой степенью новизны, креативности, оригинальности. Цель данного исследования, проведённого в рамках креативной лингвистики, – определить креативные графические техники, применяемые для создания современных эргонимов. В результате анализа установлено, что к креативным техникам относятся приёмы работы с несуществующими в языке графическими знаками, использование знаков в нетипичных ситуациях, употребление неязыковых символов.

Ключевые слова: креативная языковая техника, креативная лингвистика, графические знаки, орфографические знаки, пунктуационные знаки.

Abstract. Modern names of shops, cafes, and restaurants – ergonyms – are characterized by a high degree of novelty, creativity, and originality. The purpose of this research, conducted within the framework of creative linguistics, is to identify creative graphic techniques used to create modern ergonyms. As a result of the analysis, it was found that creative techniques include techniques for working with graphic signs that do not exist in the language, the use of signs in atypical situations, and the use of non-linguistic symbols.

Keywords: creative language techniques, creative linguistics, graphic signs, spelling marks, punctuation marks.

Названия магазинов, кафе, ресторанов – результат процесса номинации, которая изучается в ономастике. Ономастика обращается к именованию только имён собственных, номинация других слов относится к лексикологии в целом [1]. Даже беглый взгляд на современные эргонимы (названия организаций) позволяет увидеть необычное использование букв, графических знаков, отклонение от норм использования языка, появление новых лексических единиц, оперирование стилистическими приёмами и языковой игрой [2]. Все эти явления являются предметом изучения креативной лингвистики, в категориальный аппарат которой вошло понятие креативной лингвистической (языковой) техники. На данный момент для обозначения способов создания новых образов при помощи языка используются разнообразные термины: «техника», «метод», «стратегия», «тактика», «приём» [3]. Все они относятся к инструментарию, описывающему порождение новизны, неожиданные результаты, возникающие в процессе творческой речевой деятельности.

Цель данной работы – определить креативные графические техники, применяемые для создания современных эргонимов.

Примечания. 1. В настоящей работе мы используем термин «графика» в обоих значениях. Первое – узко лингвистическое, обозначающее систему знаков для фиксирования звучащей речи на письме. Второе – широкое, образованное от греческого слова *graphikos* (писать и/ или рисовать), оно включает любые знаки – собственно графические, орфографические и пунктуационные. Графика, орфография, пунктуация – важнейшие средства оформления текста. 2. В работе написание эргонимов приближено к тому, как они выглядят на вывесках: использованы те прописные буквы, графические и другие знаки, которые присутствуют на оригинальных вывесках; цвет и типографский шифр не воспроизводятся.

Материалом исследования послужили названия магазинов, оптик, кафе, ресторанов в двух городах РФ – Сочи и Оренбурге, список которых был сформирован методом случайной выборки.

Проведём анализ полученного материала.

Буква ъ, которую мы сейчас называем твердым знаком, и которая в современном алфавите действительно является только знаком и не передает никаких звуков, в славянской письменности, созданной в IX веке Кириллом и Мефодием, соответствовала гласной фонеме. В раннем средневековье этот знак использовался как указатель пробела между словами (в предложениях слова не разделялись), в дальнейшем, вплоть до реформы орфографии 1918 г., являлся конечным элементом слов после согласных. Примечательно, что разделительной функции в конечной позиции буква ъ (ер) не выполняла, а была «немым», непронизносимым гласным элементом: считалось, что для красоты, гармоничности, сбалансированности письменного текста слова должны заканчиваться на букву, обозначающую гласную фонему. На улицах Оренбурга мы можем видеть сохранившиеся с начала XX века надписи на коммерческих постройках (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Дореволюционные эргонимы с ъ (ер) в Оренбурге

В современном лингвотворчестве, направленном на создание аттрактивных эргонимов, часто используется техника, оперирующая элементами графики, изменившими своё значение. В исследуемом материале такой приём встречается в эргонимах Оренбурга. Некоторые названия магазинов обнаруживают явную связь с орфографией, бытовавшей до 1918 года. Например, известный ресторан «Гофмань», напрямую связанный с пивоваренным заводом, основанном в 1873 году. После смерти основателя завода купца Антона Клюмпа его владельцем стал Егор Гофман, потомственный пивовар из Германии, решивший приехать в Оренбург после того, как прочитал объявление в одной из мюнхенских газет о вакансии на пивоваренном предприятии в далёком российском городе. Е. Гофман успешно руководил предприятием долгое время, вплоть до 1920 года, когда завод был национализирован. Оренбургский пивоваренный завод начиная с дня своего открытия и до нынешнего момента никогда не прекращал свою работу, а в 2003 г. была основана торговая марка «Гофмань», название которой сохраняет

дореволюционную орфографию по вполне понятной причине: именно так в оригинале писалось имя второго владельца завода. Поэтому использование дореформенной буквы «ер» в названии ресторана – дань традиции, прямая отсылка к истории, связь с прошлым. Этот эргоним выполняет аккумулялирующую функцию, связанную с хранением накопленной в самом названии информации о предшествовавших временах.

Названия кафе, ресторанов, магазинов – безусловно, результат мотивированной номинации: они создаются людьми в основном из готовых языковых знаков (абсолютно новые лексические единицы довольно редки), при этом существующий лингвистический материал может подвергаться модификации. Пример номинации, мотивация которой очевидна, – сеть магазинов в Оренбурге «Строгановъ», торгующих мясом, в названии которых присутствует имя графа Строганова, вдохновившего своего повара на создание блюда бефстроганов, получившего известность во всём мире, напрямую ассоциируется как с мясными кушаньями, так и с ретрографией.

Немотивированное использование дореформенной буквы ѣ (er) наблюдается в таких эргонимах, как «Спивакъ» (магазин косметики в Оренбурге), «Изюмъ» (кафе в Оренбурге). Эти заведения назывались с явной претензией на оригинальность, но они не вызывают исторических ассоциаций, поэтому выполняют только функцию привлечения внимания.

Из собственно графических (т.е. связанных с буквами) креативных техник образования эргонимов следует выделить смешение знаков двух буквенных систем – кириллицы и латиницы. В российских городах часто встречаются названия кафе, ресторанов, магазинов, написанных только латиницей. Например, «BARVILLA», «SOBACHKA», «STYLIST» (Оренбург). Но использование в одном названии разных алфавитов – это особый номинативный приём. Например, оптика «VIЖY», кафе «ШампуpоFF» (Оренбург), «MOREКОФЕ» (г. Сочи).

В креативных номинативных графических техниках используются и диакритические знаки, добавляемые к букве и изменяющие произношение фонемы, обозначенной такой модифицированной литерой. В русском языке есть две буквы, при написании которых используются диакритики – ё и й. Буква й (и краткая) состоит из буквы и со знаком бreve (кратка) над ней. Буква ё имеет в своём написании надстрочный диакритический знак, называемый диаресисом. И хотя диаресис часто опускается, он присутствует в эргонимах «КЛЁВО», «КЛЁВОЕ МЕСТО» (г. Сочи). Другие диакритические знаки в русской графике не используются.

Название магазина «SHĚLK» (г. Сочи) образовано транслитерацией слова «шелк» (shelk), а не «шёлк» (sholk). Для того чтобы как-то приблизить полученное слово к изначальному слову «шёлк», создатели названия поставили над буквой е диакритический знак макрон, указывающий на долготу звука, обозначенного буквой. Оппозиция долгота / краткость звуков не характерна для русской фонетики, тем не менее, магазин получил своё название при помощи

именно такого креативного написания. Название этого магазина – использование приёма редкой для русского языка креативной номинативной техники, которую можно обозначить как употребление диакритических знаков, отсутствующих в русском алфавите.

При записи звучащего текста может использоваться особый знак – знак ударения или акцент. Стоит отметить, что в русском языке акцент многие исследователи считают не графическим диакритическим знаком (т.е. связанным с написанием букв), а небуквенным орфографическим (т.е. связанным с правописанием). В русскоязычных текстах такой знак в основном отсутствует, за исключением учебных материалов для младших школьников и иностранцев, изучающих русский язык. Следовательно, можно предположить, что акцент не будет встречаться в эргонимах. Однако языковое творчество приводит к неожиданным новообразованиям: «ЮГÁ КОСМЕТИК». Словосочетание образовано по нехарактерной для русского языка, но свойственной английскому языку модели: существительное в атрибутивной функции + существительное. Первое существительное «юг» в литературном русском во множественном числе не используется. Но в профессиональных жаргонах распространено употребление название сторон света (север, юг) во множественном числе. Чтобы не прочитать «юга косметик» (с ударением на первую гласную), был поставлен знак ударения: «ЮГÁ КОСМЕТИК». Этот эргоним представляет собой результат слияния нескольких креативных техник: использование транслитерации английского слова, эквивалент которого есть в русском языке (косметикс вместо косметика); нетипичный для русского языка порядок слов; употребление формы и произношения слова, свойственного профессиональным жаргонам, оперирование такими орфографическими / диакритическими знаками, которые крайне редко присутствуют в письменных текстах.

В большинстве современных алфавитов существуют два способа написания букв – большего и меньшего размера. Буквы большего размера называются прописными или заглавными, меньшего – строчными. Прописные (заглавные) буквы употребляются в двух совершенно различных функциях: для выделения определённых отрезков текста и выделения отдельных слов в тексте. Верному употреблению прописных букв посвящены целые разделы орфографических справочников и учебников.

Имена собственные, к которым относятся эргонимы, выделяются с помощью прописных букв независимо от того, находятся ли эти слова в тексте или служат вывеской. В действительности эргонимы пишутся с использованием и прописных, и строчных букв: («Дон Кихотзе», «Старик Хинкалыч», «Шмотки», «Дружба» (г. Сочи), «Хлебница», «Игротей» (Оренбург), и только заглавных: «ХАЧАПУРИЯ» (г. Сочи), «АВТОКОРЕЕЦ» (Оренбург). Написание слов с прописных букв в таких эргонимах, как «Дон Кихотзе», «Старик Хинкалыч», вполне оправдано, т. к. они имеют в своём составе антропонимы, которые всегда начинаются с заглавных элементов. Что

касается использования только прописных букв в названиях магазинов, кафе, ресторанов, то это можно рассматривать не только как графический, но и типографский приём увеличения размера букв для привлечения внимания.

Однако прописными буквами часто выделяется второе слово эргонима, представляющего собой словосочетание: «Дом Хлеба», «Волшебная Лавка» (Оренбург), «Красное&Белое» (г. Сочи, Оренбург). Безусловно, такое написание противоречит правилам русской орфографии, скорее всего, это влияние английского языка, где в названиях, заголовках все слова начинаются с заглавных букв.

Для симметрии написания названия не только начальные, но и конечные элементы слова могут быть заглавными: «ШампуроFF», «ДонаджеP», «Золотая коронаА» (Оренбург).

Использование прописных букв внутри слова приводит к созданию креативных окказионализмов (креатем, по другой терминологии [4]), например: «СобоЛёК», «проводОК», «ШуруПыч», «ЕвроОбувь» (Оренбург), «МОРЕмонта» (г. Сочи). Выделение конечного элемента ОК в названиях магазинов воспринимается не как уменьшительно-ласкательный суффикс, а как слово ОК, служащее выражением одобрения, согласия: «проводОК», «теремОК». Написание «ШуруПыч» создаёт впечатление, что в названии магазина присутствуют два слова, которые порождают юмористический эффект. В эргониме «МОРЕмонта» сочетание прописных и строчных букв задаёт языковую игру по типу гаплогии, где пропуск слога во втором слове кажется незаметным. Таким образом, использование букв разного начертания является приёмом, ведущем к созданию креативных эргонимов.

В названиях магазинов, кафе, ресторанов можно встретить амперсанд – знак, замещающий соединительный союз, соответствующий русскому «и» во многих европейских языках, т. к. один знак пишется быстрее и занимает меньше места, чем слова «and, und, et». Этот символ был даже зафиксирован в английском алфавите в начале XIX века как последняя буква и назывался *and, per se and*, отсюда и произошло название этого знака. В русском правописании амперсанд не употребляется, написание союза «и» не требует многих усилий. Поиск новых средств воздействия на потребителя приводит создателей новых эргонимов к использованию «экзотических» графических элементов, в частности, амперсанда: «Красное&Белое» или «К&Б» (г. Сочи, Оренбург), «СЧАСТЬЕ & РАДОСТИ», «Grill&Wine», «МЯСО & ЛАВАШ», «ВКУС & АТМОСФЕРА» (Оренбург). Примечательно, что такие названия, как «Grill&Wine», «Красное&Белое» или «К&Б» написаны без пробелов.

Креативный потенциал несёт в себе и такой небуквенный знак, как апостроф ('). После реформы орфографии 1918 года он употреблялся как разделительный знак (под'езд, об'яснение), но через 10 лет после объявления реформы был заменён на твёрдый знак. Апостроф в номинативном творчестве служит средством остроумной языковой игры. Так, название ресторана в г. Сочи «ГРИЛЬЯЖ» заставляет предполагать, что данное заведение

общественного питания специализируется на кондитерских изделиях. Однако с другой стороны здания ресторана обнаруживается вывеска на латинице с английскими словами, напоминающими по произношению «грильяж», разделёнными апострофом: «GRILL'AGE» (можно перевести: «гриль'возраст/эпоха/ период»). Оригинальное разделение транслитерированного слова даёт иное представление о блюдах, подаваемых в этом ресторане.

В настоящее время апостроф используется при транслитерации иноязычных имён, уже содержащих этот элемент, ставящийся там, где пропускается буква или звук. В именах, содержащих д' или л' (французские, испанские, итальянские), отпадение конечного гласного перед гласным в другом слове называется элизией. Иноязычные слова, перенесённые в имена собственные, могут сохранять графические элементы оригинальной орфографии. Например, французское слово *l'etoile* (звезда), состоящее из артикля и существительного, послужило основой для названия российской торговой сети «Л'ЭТУАЛЬ», продающей парфюмерию и косметику.

В ирландских антропонимах наблюдается явление разделения апострофом приставки и корня (приставка *O'* означает «из», соответствует русским суффиксам, характерным для образования фамилий). Название бренда «O'STIN» и, соответственно, сети его магазинов претендует на указание на иностранное происхождение; вообще название вымышленное, нечастый случай эргонимов, использующих несуществующие лексические единицы.

Свойственные другим языкам графические знаки используются при номинации магазинов, кафе, ресторанов для создания «иноязычного» эффекта и языковой игры.

В фокус нашего внимания наряду с графическими знаками попал дефис, причисляемый к орфографическим знакам. Дефис выглядит как небольшая чёрточка, пишется между словами, пробелом не отделяется; дефисное написание указывает на целостность лексической единицы: «КУРТКА-ЦЕНТР», «BURJUA-DECOR» (Оренбург), «ЧИТАЙ-ГОРОД» (Оренбург, Сочи). Не будем указывать на нарушение правил орфографии в данных названиях, поскольку предметом рассмотрения в настоящей работе являются знаки, при помощи которых пишутся эргонимы. Дефис на вывесках некоторых магазинов выглядит скорее, как большая декоративная точка. Но дефисное написание слов является результатом особого лингвокреатива, и если в приведённых названиях употребление дефиса более-менее понятно, то эргоним «О - ДЖИНС» не поддаётся логическому осмыслению, однако вывеска магазина выглядит вполне привлекательно.

Пунктуационные знаки редко используются в эргонимах по причине того, что служат для оформления письменного текста, а не его отдельных элементов. Они могут быть отдельными словами, словосочетаниями и даже предложениями, но традиционно принято, что названия магазинов, кафе, ресторанов должны быть короткими. Кафе, название которого состоит из предложения, известно жителям всей страны, даже если они и не являются

поклонниками фастфуда, – «Вкусно – и точка». Появление названия этой сети предприятий быстрого питания вызвало бурю отрицательных отзывов. Дело в том, что оно содержит сложносочинённое предложение, части которого по правилам русского языка должны соединяться запятой, но ни в коем случае не тире. Данный эргоним должен бы выглядеть так: «Вкусно, и точка» или как два предложения: «Вкусно. И точка».

Из пунктуационных знаков следует отметить кавычки, которые используются в текстах, но не на вывесках, если, конечно, слово не употреблено в переносном смысле. Например, «Белоснежка» «Фантазия» (Оренбург) (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Использование кавычек в эргонимах

Креативные окказионализмы появляются в результате совмещения языковых и неязыковых графических знаков. Так, название кафе «O2» (Оренбург) представляет собой сочетание буквы О и цифры 2. А в эргониме «Семь+Я» слово представлено как сочетание двух лексических элементов, начинающихся с прописных букв, соединённых математическим символом сложения.

В современных эргонимах учитываются новые веяния. Так, повсеместное использование электронной почты привело к тому, что названия стали выглядеть как электронные адреса: «AUTODOC.RU», «BODY-PIT.RU» (Оренбург). Необходимо отметить, что точка в данных образованиях является не языковым пунктуационным знаком, а знаком, принятым в программировании для указания полного имени домена.

Таким образом, анализ названий магазинов, оптик, кафе, ресторанов показал, что номинация означенной группы эргонимов происходит при помощи креативных графических техник. В самом общем виде эти техники можно свести к использованию несуществующих в современном русском языке букв, нехарактерных для русского языка или редко используемых диакретических знаков, свободное оперирование различными алфавитами (кириллицей и латиницей), прописными и строчными буквами, орфографическими и пунктуационными знаками, неязыковыми символами.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ремизова В.Ф., Нестерова Т.Г. Современные профессии и должности: номинативные и рекогнитивные аспекты // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях: сборник XVIII Международной научно-практической конференции, Оренбург, 12 апреля 2023 года / Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. – Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью "Сфера", 2023. – С. 26-32.
2. Бутакова Екатерина Сергеевна Лингвистическая креативность в томской эргонимии // Вестник Томского государственного педагогического университета (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2013. Вып. 3 (131). С. 146-152.
3. Лингвистика креатива-1: Коллективная моногр. / под общей ред. проф. Т.А. Гридиной. – 2-е изд. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2013. – 369 с.
4. Шаховский, В. И. Креатемы как индикатор бесконечных потенциалов языкового развития / В. И. Шаховский // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2(3). – С. 162-171. – EDN SVYYEN.

УДК 338.48

Проблемы и важнейшие факторы развития внутреннего туризма в Оренбургской области

О.Ю. Трунина, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В развитие внутреннего туризма в России за последние пять лет наблюдается тенденция увеличения, он становится достаточно популярным и является хорошей альтернативой при выборе тура выходного дня. В статье рассмотрены факторы, влияющие на развитие внутреннего туризма Оренбургской области. Дана оценка конкурентоспособности туризма в регионе.

Ключевые слова: Внутренний туризм, Оренбургская область, факторы развития, культура отдыха, транспортное развитие.

Abstract. In the development of domestic tourism in Russia over the past five years, there has been a tendency to increase, it is becoming quite popular and is a good alternative when choosing a weekend tour. The article examines the factors influencing the development of domestic tourism in the Orenburg region. An assessment of the competitiveness of tourism in the region is given.

Keywords: Domestic tourism, Orenburg region, development factors, recreation culture, transport development.

Внутренний туризм - это миграция людей по территории страны проживания с туристскими целями.

Для активного развития внутреннего туризма в Оренбургской области необходимо осуществлять определенные меры государственной поддержки. Прирост прибыли возможно ожидать в результате осуществления льготного кредитования, выделение грантов на обустройство пляжей, создание

кемпингов. В перспективе развития ожидается увеличение внутреннего туризма в два раза в структуре ВВП [1, с. 129].

В 2023 году объем услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию и сопутствующих им услуг в России по сравнению с 2019 годом увеличился на 106,1 млрд. руб. или на 59% и достиг 285,9 млрд. рублей. Общее количество туристских поездок по России в 2023 г. составило 164,9 млн.

Наибольшая часть поездок пришлась на Центральный федеральный округ – 50,7 млн. поездок. В 2023 году жители нашей страны были самыми частыми посетителями Москвы (12% от общего числа внутренних туристов, обслуженных туристическими компаниями). Особенности природно-ресурсного потенциала Оренбургской области как степного региона влияют на развитие туризма на ее территории. Оренбургская область - регион с климатом, подходящим для развития различных видов рекреационной деятельности. В Оренбургской области работают 11 туроператоров, 35 уполномоченных гидов и экскурсоводов, гостей принимают более 260 отелей, гостиниц и хостелов, 18 санаториев.

В 2024 году Оренбургскую область посетило более 1,2 млн туристов, что на 100 тысяч больше, чем в предыдущем году. Это свидетельствует о растущем интересе к Оренбуржью со стороны туристов [3, с. 81].

Водные ресурсы играют важную роль в развитии туризма Оренбургской области. Туристско-рекреационные зоны, такие как Ириклинская, Димитровская и Сорочинская, формируются и развиваются на их основе, становясь значимыми туристическими объектами региона.

Исследование спроса на туристические услуги в городе Оренбурге показало, что значительная часть клиентов предпочитает отдых внутри страны, что свидетельствует о наличии высокого потенциала для развития внутреннего туризма. Преимущества внутреннего туризма неоспоримы, во время путешествия по родному краю нет необходимости менять денежные средства на иностранную валюту и можно общаться на родном языке.

На развитие внутреннего туризма в регионе влияют различные факторы, которые можно классифицировать и представлены в таблице 1.

Несомненно, внутренний туризм обладает рядом преимуществ. Во-первых, путешественники используют национальную валюту и родной язык, что упрощает коммуникацию и расчеты. Во-вторых, организация поездок по стране проживания значительно проще, так как туристические фирмы хорошо знакомы с местными ресурсами и могут легче договориться с отелями и транспортными компаниями.

Однако, развитие внутреннего туризма в отдельных регионах может сталкиваться с определёнными проблемами. В качестве примера рассмотрим Оренбургскую область.

Таблица 1

Факторы, сдерживающие развитие внутреннего туризма в Оренбургской области

Фактор	Составляющие части
Проблема средств размещения	Недостаточное количество средств размещения, ориентированных на массового туриста; высокая цена проживания; изношенный материальный фонд ряда гостиниц; распространение «теневых» гостиниц.
Транспортная проблема	Высокая стоимость билетов на авиа и железнодорожный транспорт, отсутствие необходимой инфраструктуры для путешествий автотранспортом.
Слабый интерес инвесторов к индустрии туризма	Длительная окупаемость затрат.
Низкий уровень «культуры отдыха»	Нанесение ущерба окружающей среде, некорректная манера поведения путешествующих лиц.
Низкий уровень сервиса	Низкая заработная плата; несоответствие навыков, получаемых специалистами в учебных заведениях, требованиям, предъявляемым работодателями.
Слабое продвижение турпродукта внутри области	Отсутствие информации о возможностях отдыха в Оренбургской области; Слабая реклама и продвижение туристских продуктов, недостаточное использование новых технологий, отсутствие единого портала <u>туруслуг</u> .
Неравномерное развитие туризма	На создание комплексного туризма работают не все районы области.

В настоящем исследовании будут проанализированы действия, направленные на минимизацию или нейтрализацию негативного воздействия указанных факторов на развитие туристической отрасли [2, с. 90].

Недостаток номерного фонда на территории Оренбургской области решается путем привлечения господдержки в виде федеральных субсидий на инвестиционные проекты в сфере туризма. В 2024 году Оренбургская область получила от Минэкономразвития России субсидию на продвижение отрасли туризма и гостеприимства в структуре национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Сумма составила 52,5 млн. рублей [4, с. 165].

Транспортная проблема также решается. Правительством Оренбургской области утверждено Постановление от 29 декабря 2018 года № 916-пп «Об утверждении государственной программы «Развитие транспортной системы Оренбургской области». Кроме того, с сентября 2023 года ведется реконструкция аэропорта «Оренбург». Планируется, что общая площадь здания составит более 23 000 кв. м. Пропускная способность на внутренних авиалиниях - не менее 600 пассажиров в час, на международных линиях - не менее 400 пассажиров в час, что позволит увеличить поток туристов.

Уровень «культуры отдыха» на территории Оренбургской области мы оцениваем, как высокий. Для жителей различных регионов и действующих на их территории туристических фирм демонстрируется культурный уклад жителей данного региона, обычаи и гостеприимство. Складываются и правила поведения туристов при посещении объектов и культурных территорий. В данный период времени туристская отрасль испытывает недостаток в

квалифицированных кадрах подготовленных в соответствии с требованиями, предъявляемыми к туристической деятельности. Значимость работодателей в данной сфере очень велика, именно они могут четко и ясно определить требования для подготовки специалистов в данной сфере. Средние и мелкие предприятия размещения могут заключать долгосрочные договоры о сотрудничестве с учебными заведениями.

В результате отсутствия осведомленности о местах внутреннего туризма наблюдается снижение в продвижение туристских услуг региона. Необходимо проводить продвижение услуг в средствах массовой информации и на интернет платформах. Для планирования собственного отдыха у туристов недостаточно информации, а туристические агентства не заинтересованы в продвижении услуг на территории собственного региона из-за их низкой маржинальной прибыли. В регионе необходимо проводить рекламные кампании по продвижению данных услуг и оптимизировать работу в туристической отрасли с применением новых технологий и применением адаптированных приложений, разработанных для подбора туристического пакета. Для развития туризма на территории Оренбургской области необходимо разрабатывать туристические маршруты, которые затрагивают достопримечательности региона. В Оренбургской области появляются новые туристические продукты, например, «Горизонты открытий», «По Аксаковским местам» и пр., новые маршруты для путешествий, расширяются возможности для отдыха. Этого удалось добиться благодаря комплексной работе, эффективному взаимодействию органов власти и бизнеса, участием региона в различных проектах и программах.

На развитие внутреннего туризма нашего региона влияют определенные факторы, которые представлены в таблице 2.

Внутренний туризм нашего региона и его влияние на развитие Оренбургской области оказывает как положительное, так и отрицательное влияние. Положительное влияние можем отследить при увеличении туристского потока в связи с увеличением доходов населения. И, наоборот, при низком уровне доходов и уменьшении количества свободного времени уменьшится и количество поездок, а также продолжительность поездки и сумма потраченных в путешествии денег.

Оренбургская область располагает богатейшими природными ресурсами и ландшафтами, что открывает широкие возможности для развития внутреннего туризма. В регионе создаются условия для всех видов туристической деятельности, в том числе в районах, где ранее она не была развита.

Особое внимание уделяется детскому и подростковому туризму, направленному на познание родного края и получение ярких впечатлений. Для этой категории путешественников разработаны специальные программы с включением активных развлечений, таких как конные прогулки и дельтапланеризм.

Развитие массового внутреннего туризма является перспективным направлением. Доступность цен на туры при одновременном увеличении их количества позволит стимулировать экономическую активность. Массовый туризм станет драйвером занятости населения, привлечет инвестиции в туристическую сферу и увеличит налоговые поступления от этой отрасли.

Таблица 2

Классификация факторов, влияющих на развитие внутреннего туризма в Оренбургской области

Наименование фактора	Комментарий
Экономические	– темпы экономического роста – уровень экономического развития области – уровень развития туриндустрии – достигнутый уровень внутреннего туристского потока – уровень цен на туристские услуги – уровень развития инфраструктуры – уровень доходов населения
Социальные	– степень урбанизации – уровень благосостояния населения – уровень культуры, здоровья, доходов, познавательной активности – количество свободного времени – свобода перемещения по территории области, безопасность – развитие технических достижений
Культурные	– культурно-исторический потенциал: памятники архитектуры, музеи, собрание произведений искусства, этнические особенности региона
Природные	– разнообразные климатические зоны – разнообразные природные ландшафты
Экологические	– степень чистоты или загрязненности природной среды, воздуха, воды и т.п.

Таким образом, Оренбургская область должна стать привлекательным туристским регионом для своих жителей. Для этого есть все предпосылки, так как Оренбургская область обладает богатой историей, культурой и уникальной природой. Для популяризации отдыха на территории Оренбургской области необходимо обеспечить, в первую очередь, наличие туристического продукта по доступной цене с высоким качеством.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дулова, К. А. Перспективы развития экологического туризма как формы экологического просвещения (на примере Оренбургской области) / К. А. Дулова // *Современные тенденции развития науки и технологий*. – 2016. – № 2-2. – С. 127-130. – EDN VOZUCH.
2. Здвижков, А. В. Выявление негативных факторов, отрицательно влияющих на развитие туризма в Оренбурге и Оренбургской области / А. В. Здвижков // *Шаг в науку*. – 2019. – № 3. – С. 90-92. – EDN GJBKRQ.
3. Савинкова, А. С. Развитие туризма в Оренбургской области / А. С. Савинкова // *Сборники конференций НИЦ Социосфера*. – 2015. – № 33. – С. 80-83. – EDN UAGWID.
4. Трунина, О. Ю. Совершенствование государственной политики и поддержки

малого предпринимательства / О. Ю. Трунина // Социально-экономическое развитие регионов России: тенденции, проблемы, перспективы: Сборник научных трудов III Всероссийской научно-практической конференции, Оренбург, 26 сентября 2022 года. – Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью "Сфера", 2022. – С. 164-169. – EDN QSIBQA.

5. Трунина, О. Ю. Факторы развития регионов России / О. Ю. Трунина // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях: Сборник научных трудов XVI Международной научно-практической конференции, Оренбург, 21 апреля 2021 года. – Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью "Сфера", 2021. – С. 60-67. – EDN NKUCOH.

УДК: 332.1, 311

Анализ устойчивого развития территорий на основе индекса устойчивого развития региона RSDI

*Г.Т. Чантурия, старший преподаватель,
"Негосударственное образовательное частное учреждение высшего
образования «Московский университет «Синергия»", Москва, Россия*

Аннотация. Экономическая и политическая нестабильность, создающая новые вызовы устойчивому развитию регионов Российской Федерации, требует создания подходов к оперативному и качественному анализу эффективности реализации региональной политики в области устойчивого развития. В статье проведен анализ уровня устойчивого развития субъектов РФ на основе индекса устойчивого развития регионов RSDI. Подход адаптирован под Российские реалии. Дана оценка развития регионов на основе шести индексов, включающих в себя более десяти показателей.

Ключевые слова: региональное развитие, региональная экономика, устойчивое развитие, развитие территорий, региональная политика Российской Федерации

Abstract. Economic and political instability, which creates new challenges to the sustainable development of the regions of the Russian Federation, requires the creation of approaches to the operational and qualitative analysis of the effectiveness of the implementation of regional policy in the field of sustainable development. The article analyzes the level of sustainable development of the subjects of the Russian Federation based on the RSDI index of sustainable development of regions. The approach is adapted to the Russian realities. The assessment of regional development is based on six indexes, which include more than ten indicators.

Keywords: regional development, regional economy, sustainable development, territorial development, regional policy of the Russian Federation

В условиях неопределенности, вызванной нестабильной политической и экономической обстановкой в стране и в мире, закономерно возникает вопрос,

каким образом должны осуществляться оценка и анализ устойчивости территориального, а, в контексте данного исследования, регионального развития?

Объект исследования – устойчивое развитие субъектов РФ. Предмет исследования – индексы RSDI, характеризующие эффективность ведения хозяйственной деятельности субъектов РФ в части устойчивого развития территорий.

На основе анализа научных работ, предлагающих те или иные подходы и методы анализа устойчивости развития территории (Овчаров А.О., Алферова Т.В., Тарасова О.С. [1], Сорокина Н.Ю. [2], Алехин Е.И. [3], Фомин М.В., Смирнов О.О., Ведищева Е.В., Дрейзис Ю.И., Копырин А.С., Гринчель Б.М., Назарова Е.А., Климчук В.В., Анаева З.К., Юрина В.С., Бородин С.Н., Павельев С.А., Гамидуллаева Л.А., Грошева Е.С., Белоградова О.А., Шевченко Д.Н. [4], Nania Rahma, Akhmad Fauzi, Bambang Juanda, BambangWidjojanto [5]), к приоритетным методам исследования целесообразно отнести индексный и индикаторный методы, так как именно они позволяют в достаточной степени исследовать взаимосвязь разрозненных характеристик региональной экономики и однозначно определить эффективность ведения хозяйственной деятельности в регионе.

Для анализа устойчивого развития региона нами выбран индекс устойчивого развития региона RSDI. Этот метод позволяет анализировать широкий спектр факторов, позволяя, при этом, быстро получать результаты оценки. Последовательность этапов работы с информацией представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Последовательность этапов работы с данными

Разберем пошагово каждый из представленных в таблице этапов:

Шаг 1 – Сбор статистических данных. Сводится к поиску информации и её приведению в формат, приемлемый для дальнейшего осуществления расчетов. В качестве временных рамок для наблюдений была выбрана среднесрочная перспектива – 5 лет. Таким образом, анализировались данные с 2017 по 2022 год включительно.

Шаг 2 – Определение переменных и индексов. На основе подобранных статистических данных осуществляется расчёт индексов, способствующих объективной оценке уровня того или иного показателя. Кроме того, применение индексов также способствует упрощению итогового расчёта, так как позволяет

получить сводное значение нескольких переменных в разрезе всего периода наблюдения.

Применялись индексы, расчет которых производился независимыми учеными или статистическими службами РФ: индекс человеческого развития (HDI), индекс Джини (GI). А также ряд индексов, расчёт которых осуществлялся самостоятельно: индекс экономического роста (IEGR), индекс безработицы (IUNP), индекс бедности (IPOV), индекс качества окружающей среды (IEQI).

Шаг 3 – Нормализация. В классическом случае предполагалось определять значения индексов при помощи формулы:

$$Ind_u = \left(\frac{u_i - u_{minimum}}{u_{maximum} - u_{minimum}} \right)$$

Где: u_i – текущее значение переменной;

$u_{minimum}$ – минимальное значение переменной за рассматриваемый промежуток времени;

$u_{maximum}$ – максимальное значение переменной за рассматриваемый промежуток времени.

Предполагается, что при помощи подобных вычислений можно получить индекс, в достаточной степени отражающий фактическое состояние исследуемого явления. Тем не менее, в случае с экономическими показателями регионов Российской Федерации, было обнаружено, что минимальные значения показателей зачастую являются значениями, полученными в заключительном временном отрезке, на основании которого ведется исследование – данных 2022 года. Таким образом, значительному количеству переменных неизбежно присваивалось значение 0.

Подобное значение, в целом, допустимо и может говорить о низком качестве явления (неблагоприятные экологические условия для IEQI или крайне низкие темпы экономического роста для IEGR и т.д.), тем не менее, в нашей работе применение подобных значений не представлялось возможным, так как наличие нуля в формулах нивелировало возможность определения геометрического значения RSDI. В результате, для нормализации индексов была использована формула:

$$Ind_x = \frac{x - \bar{x}}{\sigma}$$

Где: x – текущее значение переменной;

$\bar{x}$ – среднее значение переменной за рассматриваемый промежуток времени;

σ – среднее квадратическое отклонение

В свою очередь, среднее квадратическое отклонение рассчитывалось как квадратный корень из дисперсии, по формуле:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\Delta x_1^2 + \Delta x_2^2 + \Delta x_3^2 + \Delta x_4^2 + \Delta x_n^2}{n}}$$

Шаг 4 - Расчёт арифметического значения RSDI – расчёт осуществлялся с помощью метода линейной скользящей средней, по формуле:

$$RSDI_a = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_n}{n}$$

Где: x_i – значение данных за период i

n – количество периодов, включенных в расчёт

Шаг 5. Расчёт геометрического значения RSDI – применяется для определения геометрического значения $RSDI_g$:

$$RSDI_g = \sqrt[6]{IEQ * HDI * EQI * IPOV * GI * IUNP}$$

В последствии, сопоставление значений $RSDI_a$ и $RSDI_g$ позволит визуально сопоставить схожесть результатов расчётов и оценить общую корректность проводимого исследования.

Шаг 6. Расчёт сводного значения RSDI – Осуществлялся при помощи метода линейной скользящей средней, на основании результатов, полученных при расчёте $RSDI_a$ и $RSDI_g$.

Шаг 7. Составление итогового рейтинга. В данном случае последовательно составлено 3 рейтинга, на основании общего значения RSDI арифметического, геометрического и сводного.

Шаг 8. Визуализация полученных результатов при помощи диаграмм и таблиц. Визуальное отображение проведенного исследования представлено в таблицах и рисунках ниже.

Так как количество регионов, рассматриваемых в нашем исследовании, достаточно велико, для лучшего визуального анализа полученных результатов, целесообразно воспользоваться диаграммой. К примеру – лепестковой, так как в случае с классическими графиками, размер изображения будет весьма неудобным.

Диаграмма была построена при помощи инструментов Microsoft Excel. Как видно из диаграммы, несмотря на разные методики получения итоговых значений RSDI (арифметическое, геометрическое, сводное), результаты показывают весьма симметричную картину, что говорит о высокой степени достоверности каждого из вариантов подсчёта.

На основании проведенного исследования, видится целесообразным ранжировать регионы в соответствии с набранными в рейтинге баллами (табл.1).

Хотя большинство регионов показывает в той или иной степени стабильное развитие, имеются регионы, явно отстающие. Интересен факт, что ни регионы-аутсайдеры, ни регионы-лидеры не являются напрямую взаимосвязанными с территориальной точки зрения, что говорит о необходимости более детального анализа каждого из таких регионов.

Таблица 1

Степень устойчивости развития регионов в соответствии со сводными значениями рейтинга

	Сводный индекс ниже 0,5	Сводный индекс в промежутке от 0,5 до 0,6	Сводный индекс выше 0,6
Степень устойчивости развития	Неустойчивое развитие	Стабильное развитие	Устойчивое развитие

Важно отметить, что при определении значений индексов, шкала распределения значений была незначительно увеличена для избежания ситуаций, когда индексы могли показывать значения 0 и 1, что негативно сказалось бы на расчёте и могло привести к некорректным результатам исследования.

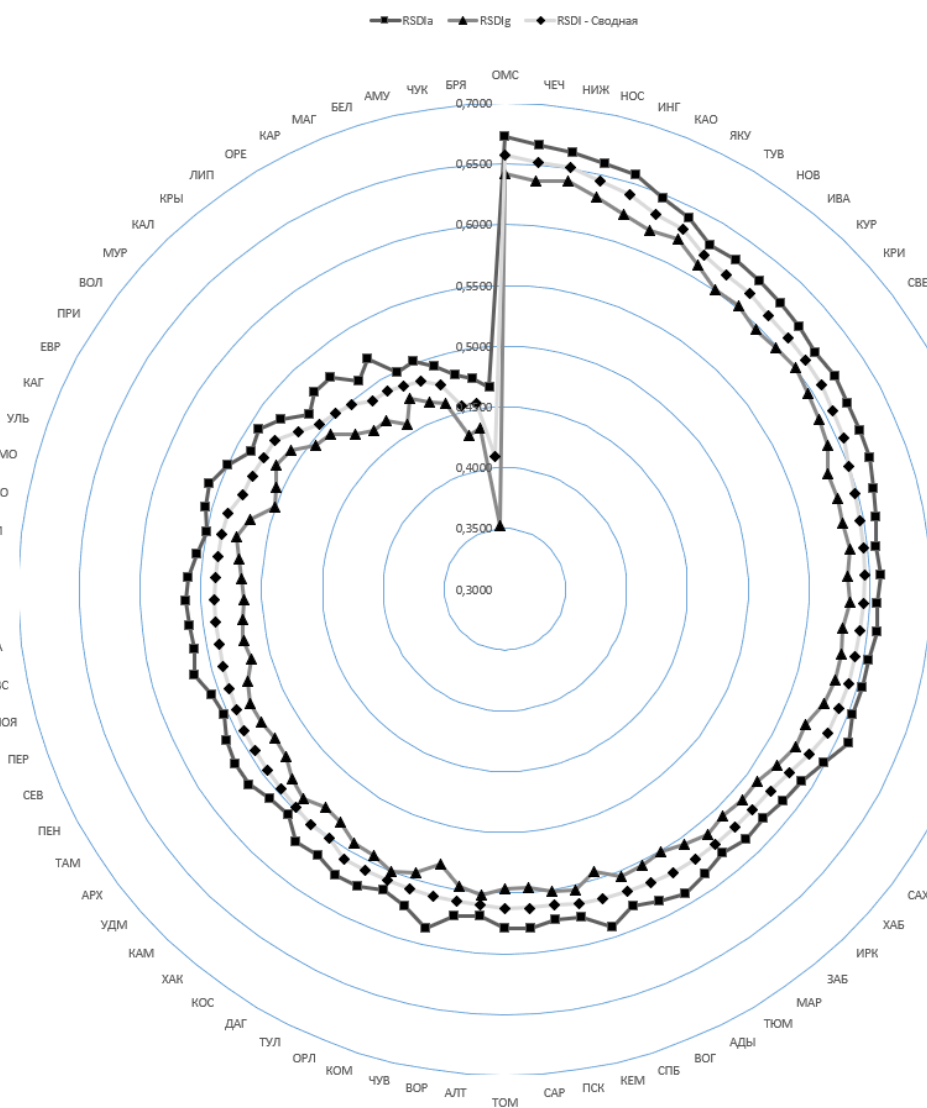


Рисунок 2 – Диаграмма с результатами индексирования показателей устойчивого развития регионов РФ

Также, при проведении исследования, возможно введение дополнительной методики расчета RSDI, основанной на энтропии Шеннона. Хотя, как видно из диаграммы (рисунок 2) в нашем случае, подобной необходимости не возникло и полученные результаты выглядят релевантными.

Также актуален вопрос с тем, как корректнее считать индекс качества окружающей среды. В нашем исследовании, за основу для его расчета были взяты данные о расходах на охрану окружающей среды по субъектам Российской Федерации, выраженные в миллионах рублей. И, хотя подобный подход является очень удобным с точки зрения расчёта, он, тем не менее, не даёт исчерпывающего понимания о качестве экологической обстановки в регионе.

В заключение нельзя не упомянуть о факторе экономической безопасности, никак не включенном в текущий расчёт. В связи со спецификой сегодняшних экономических и политических событий, видится корректным его включение в структуру индикаторов устойчивого развития региона как отдельного индекса.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Тарасова, О. С. К вопросу об оценке устойчивости региональных экономических систем / О. С. Тарасова // Экономика. Профессия. Бизнес. – 2024. – № 3. – С. 114-122. – DOI 10.14258/epb202445. – EDN EDUOOA.
2. Сорокина, Н. Ю. Оценка устойчивости социально-экономического развития региона с позиций интегрального подхода / Н. Ю. Сорокина // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2015. – № 4(82). – С. 92-100. – EDN UHCGOP.
3. Алехин, Е. И. Об определении критериев устойчивого развития / Е. И. Алехин // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2012. – № 4(48). – С. 7-14. – EDN PINURV.
4. Сбалансированное развитие территории: подходы к определению и оценке / Л. А. Гамидуллаева, Е. С. Грошева, О. А. Белогорова, Д. Н. Шевченко // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2022. – № 3(43). – С. 25-41. – DOI 10.21685/2227-8486-2022-3-2. – EDN WJKLDE.
5. Development of a composite measure of regional sustainable development in Indonesia / H. Rahma, A. Fauzi, B. Juanda, B. Widjojanto // Sustainability. – 2019. – Vol. 11, No. 20. – P. 5861. – DOI 10.3390/su11205861. – EDN BYHXXA.

Секция 2

Потребительский рынок: состояние, тенденции и перспективы развития

УДК 339

Проблема фальсификации продовольственных товаров в Пермском крае

*Э.В. Воронина, к.х.н., доцент
Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Обеспечение населения безопасными и качественными продуктами питания является стратегической целью обеспечения продовольственной безопасности страны. В статье рассмотрено современное состояние фальсификации пищевых продуктов в Пермском крае. Охарактеризованы основные виды выявленных нарушений при производстве продуктов питания производителями на территории Прикамья.

Ключевые слова: Россия, Пермский край, продовольственные товары, фальсификация

Abstract. Providing the population with safe and high-quality food products is a strategic goal of ensuring food security of the country. The article examines the current state of food falsification in the Perm region. The main types of violations identified in the production of food products by manufacturers in the Kama region are characterized.

Keywords: Russia, Perm region, food products, falsification

Пищевая промышленность играет главную роль в обеспечении населения безопасными, качественными и доступными продуктами питания [1,2]. Центром пищевой промышленности Прикамья является город Пермь, на территории которого работают предприятия, производящие мясную, молочную, мукомольную, алкогольную, кондитерскую и хлебопекарную продукцию. Крупные предприятия пищевой промышленности расположены в Кунгуре, Краснокамске, Чайковском, Лысьве, Кудымкаре, Нытве, Чернушке и Верещагино.

В условиях современного рынка потребительские предпочтения играют важную роль. Необходимо отметить, что население Урала знает многих пермских производителей и воспринимает продукцию, которую они выпускают, как местную, «уральскую». Социологическое исследование, проведенное агентством «СВОИ» в 2020 году показало, что 85% жителей Пермского края покупают продукты питания местных производителей.

Большую роль в продвижении продукции пермских производителей сыграл проект «Покупай Пермское», который реализуется Пермской торгово-промышленной палатой. Пермяки считают, что наличие логотипа «Покупай пермское» на продукте означает свежесть (43%) и высокое качество (41%) [3].

В 2023 году Прикамье заняло 4 место в России по производству масла сливочного и вошло в топ-10 лидеров России по производству куриного яйца. Рост производства молока в Пермском крае составил 6,9% и превысил средние показатели по стране 5,6%. Мощности предприятий для его переработки в Пермском крае значительно превышают объемы производства [4].

Продукция пермских производителей реализуется и на зарубежных рынках. Территориальная структура экспорта представлена странами СНГ, Азии и Африки. За рубеж поставляются в настоящее время кондитерские изделия, молокосодержащие продукты, сырные продукты, безалкогольная продукция, а также органическая продукция, в частности, семена льна, микрозелень, продукция из дикоросов.

Контроль ситуации по обеспечению качества, безопасности и прослеживаемости пищевой продукции на территории Прикамья осуществляет Управление Роспотребнадзора по Пермскому краю в виде плановых и внеплановых проверок, а также путем взаимодействия с территориальными органами Роспотребнадзора и Россельхознадзора. Особое внимание уделяется исследованиям показателей идентификации продукции.

В первом полугодии 2024 года сотрудниками Роспотребнадзора было проведено 640 проверок и 230 профилактических визитов предприятий, связанных с производством и реализацией молочной продукции. Нарушения выявлены у 15,6% хозяйствующих субъектов [5].

Проведенный анализ типов нарушений позволил сделать выводы о том, что чаще всего производители не соблюдали санитарно-гигиенические требования к производственному процессу и условиям хранения молочных продуктов; к срокам проведения ремонтных работ в помещениях; к проведению медицинских осмотров работников; к исходному сырью и маркировке выпускаемой продукции.

В 2024 году исследовано качество и безопасность 2829 проб молочной продукции, при этом нестандартными оказались 2,8%. По данным Управления Роспотребнадзора по Пермскому краю в 2023 году удельный вес нестандартных проб данной продукции составил 3,2%. Полученные данные свидетельствуют о тенденции улучшения качества молочных продуктов.

Ниже рассмотрим некоторые случаи фальсификации молочной и мясной продукции пермскими производителями, выявленные специалистами Роспотребнадзора и Россельхознадзора на территории Прикамья в 2024 году.

В ходе мониторинга информационной системы ФГИС «ВетИС» компонента «Меркурий» были выявлены нарушения со стороны производителя ООО «Ильинская коровка». При оформлении производственного ветеринарного сертификата на сливочное масло в производственной

транзакции было указано, что на выработку 0,597 т сливочного масла и 14,4 т обезжиренного молока использовано 16,2 т пастеризованного молока. Такого количества недостаточно для производства данного объема продукции, потому что для производства 1 кг сливочного масла в среднем требуется использовать 22,6 кг молока. Использование меньшего количества исходного сырья приводит к нарушению жирового баланса и выпуску фальсифицированной молочной продукции с заменителем молочного жира.

Сливочное масло данного производителя было реализовано в социальные учреждения Пермского края. Из обезжиренного молока выработан йогурт, который реализован предприятием ООО МК «Вектор Альфа» (г.Березники).

В ходе мониторинга выявлено 9 деклараций на производимую молочную продукцию, которые оформлены на основании протоколов испытаний лаборатории, отсутствующей в списке аккредитованных лиц на сайте Федеральной службы аккредитации.

Молочная продукция, произведенная из исходного сырья, которого явно недостаточно для такого объема, была выявлена в ноябре 2024 года. Масло сливочное, сухое молоко, сырный полуфабрикат и дегидрированный порошок на молочной основе в количестве 4500 тонн были выработаны в ООО «Кант» из 30 тонн обезжиренного сырного зерна и сыра «Тильзитэр-НТ» и отправлены на реализацию в Рязань и Санкт - Петербург. При проверке нахождения предприятия по адресу, заявленному в маркировке, молочные цеха не были обнаружены. Документы не существующего предприятия были аннулированы. Информация передана в правоохранительные органы.

Факты фальсификации были выявлены и при производстве мясной продукции.

Так, в августе 2024 года ходе мониторинга системы ФГИС «ВетИС» компонент «Меркурий» выявлены нарушения правил при организации работы по оформлению электронных ветеринарных сопроводительных документов (ВСД) ООО «Мицар». Было установлено оформление ВСД на выработку 27,7 т охлажденной говядины, изготовленной из 19,43 т охлажденного бескостного отруба говядины. В соответствии со среднестатистическими нормами отходов и потерь при холодной обработке мяса для производства 10 кг охлажденной говядины требуется 10 кг бескостной говядины. Недостаточный объем исходного сырья не обеспечивает его прослеживаемость и безопасность в ветеринарно-санитарном отношении. Выработанная говядина была реализована в СПК «Мясница» для производства замороженной и охлажденной говядины. Далее продукт поступил в розничные сети Перми для реализации потребителю.

Выявлены факты фальсификации пищевых продуктов и в крупных торговых сетях на территории Пермского края. В ходе мониторинга системы ФГИС «ВетИС» компонент «Меркурий» в ООО «Большая Семья» была обнаружена подмена говядины более дешевой свининой.

Так, 2 июля 2024 года был оформлен ВСД на выработку 1,2 кг пасты карбонары, в котором указано наименование «готовая продукция из говядины»,

а в качестве исходного сырья использована продукция с наименованиями «ветчина» и «бекон». Выработанная продукция поступила в розничную сеть ООО «Большая Семья» в Перми.

Анализ данных, полученных в ходе контрольно-надзорных мероприятий, позволяет сделать выводы, что наиболее часто при производстве молочной и мясной продукции пермские производители нарушают следующие законы и правила:

- закон РФ от 14.05.93 N 4979-1 «О ветеринарии»;
- ветеринарные правила организации работы по оформлению ветеринарных сопроводительных документов;
- порядок оформления ветеринарных сопроводительных документов в электронной форме и порядок оформления ветеринарных сопроводительных документов на бумажных носителях;
- ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»;
- Федеральный закон от 02.01.2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».

Для выявления фальсификации надзорное ведомство использует системы «Меркурий» и «Честный знак», а также искусственный интеллект. Информационные системы Россельхознадзора располагают огромным массивом данных, которые обеспечивают доказательную базу для привлечения к ответственности за фальсифицированную или просроченную продукцию.

При обнаружении фальсифицированной продукции специалисты Россельхознадзора аннулируют ветеринарные сертификаты производителя, затем передают собранную информацию в краевой Роспотребнадзор и МВД России с целью прекращения оборота продукции неизвестного происхождения.

С целью борьбы с фальсифицированной продукцией на потребительском рынке в информационной системе «ВетИС» в 2023 году Россельхознадзор запустил новый модуль компонента «Меркурий». Он отслеживает массовую долю жира и белка в молочной продукции при оформлении производственных транзакций в партиях сырья и продукции. В случае отсутствия таких данных оформление электронных ВСД система блокирует.

Приведенный в данной статье обзор позволяет сделать выводы о том, что Управление Россельхознадзора по Кировской области, Удмуртской Республике и Пермскому краю уделяет пристальное внимание противодействию производству и обороту фальсифицированных продуктов питания и проводит активную работу по выявлению и пресечению ее реализации.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Воронина Э.В. Качество продуктов питания как основа воспроизводства человеческого капитала. В книге: Сфера обращения в системе воспроизводства, Пермь, 2017.- – С.171-188.
2. Паршин Д.С., Воронина Э.В. Менеджмент качества продуктов питания: проблема фальсификации молочных консервов. В сборнике: Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях. Материалы

международной научно-практической конференции. Под ред. Насретдинова И.Т., 2016. С. 40-42.

3. Покупай пермское [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://permtpp.ru/projects/prodvizhenie-mestnykh-proizvoditeley/pokupay-permskoe/> (дата обращения 12.01.2025)

4. Пермский край к 2030 году планирует увеличить производство молока на 23% [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://milknews.ru/index/moloko/perm-vypusk-moloko.html> (дата обращения 12.01.2025)

5. Роспотребнадзор изъял в Прикамье почти 200 кг контрафактной молочной продукции [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://echoperm.ru/news/261/175674/> (дата обращения 12.01.2025)

УДК 338.1

Инновации, применяемые в торговле

Денисова Н.И., доцент, канд. техн. наук,

Штезель А.Ю., доцент, канд. экон. наук

Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Краснодар, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены основные пути решения проблем потребительского рынка с использованием различных инновационных методов: внедрение цифровых технологий, которые не только повышают эффективность работы предприятия, но и в значительной мере способствуют повышению конкурентоспособности предприятия.

Актуальность темы обуславливается необходимостью быстро адаптироваться к меняющимся условиям рынка, в том числе внедрению различного рода инноваций, которые модернизируются чуть ли не каждый день.

Ключевые слова: спрос, потребительский рынок, цифровые новшества, роботы, автоматизация, диджитализация.

Annotation. The article discusses the main ways to solve the problems of the consumer market using various innovative methods: the introduction of digital technologies that not only increase the efficiency of the enterprise, but also significantly contribute to increasing the competitiveness of the enterprise. The relevance of the topic is determined by the need to quickly adapt to changing market conditions, including the introduction of various kinds of innovations that are being upgraded almost every day.

Keywords: demand, consumer market, digital innovations, robots, automation, digitalization.

Каждый из нас ежедневно участвует в формировании рынка потребительских товаров и услуг, который всегда очень чутко реагирует на изменения в экономике, геополитике. Эти изменения происходят на

потребительском рынке достаточно быстро. В настоящее время потребительский рынок находится на стадии развития, но в то же время внешние факторы на мировом рынке, такие как перемены политического и экономического характера, заставляют рынок постоянно меняться и подстраиваться под условия внешней среды [1, с.383].

В последнее время заметно изменился потребительский спрос, повысились требования к культуре обслуживания, качеству товаров. Потребности клиентов непрерывно развиваются, и это вызывает необходимость адаптироваться и пересматривать стратегии, с тем, чтобы повысить лояльность потребителей [2, с.19].

Падение реального спроса на потребительские товары в России отмечается на 3,4%, хотя номинально продажи выросли благодаря инфляции.

Основными проблемами потребительского рынка выступают сокращение населения и снижение их доходов, а также уход с рынка ряда брендов, сокращение продаж в ряде категорий, рост себестоимости и повышение чувствительности покупателей к цене.

Возможными решениями данных проблем могут быть: трансформация ассортимента, создание локальных брендов, СТМ, изменение ценовой политики, применение развивающихся цифровых технологий, которые на сегодняшний день являются реальной тенденцией.

Последние годы показали, что цифровизация стала частью многих отраслей экономики и жизни простых граждан. Это наиболее заметно в разнице поколений; молодое поколение стремится упростить жизнь, автоматизировать процессы, зная, что результат будет не хуже, а даже лучше - и это при маленьких энергетических затратах.

Появление цифровых трансформаций в обыденных сферах деятельности человека абсолютно очевидно. За прошедшие два, а то и три десятка лет, технологии беспредельно развивались. Понадобился один десяток лет, чтобы люди перешли от неудобной, крупной в руках раскладушке, до тончайших смартфонов, которые смогли собрать в себе абсолютно всё, максимально оптимизировав жизнь человека [3].

Всё что когда-то велось в бумажном виде, любые бухгалтерские отчеты, накладные, прочая документация - в наше время представлена в электронном виде. Сейчас мы можем заметить, как многие розничные и оптовые предприятия отказываются от бумажной документации - например, X5 Group совсем недавно решили перейти на электронные транспортные накладные [2, с.16]. Это позволяет предотвратить множество ошибок из-за человеческого фактора, например, потерю и порчу документов. Электронный формат всегда позволит в удобный момент распечатать любой документ.

Каждое новое появление технологического новшества, что VR-очки, нейросеть, «умная» техника, проходит через этап скептицизма и «принятия» обществом. Однако сейчас можно заметить, что люди открыты ко всему новому, поскольку пришли к выводу об удобстве применения инноваций.

Сейчас стабильность бизнеса выражается в своевременном прогнозировании рыночных требований, успешной рекламе и внедрению инноваций.

Эффективность инноваций подтверждена высокими финансовыми показателями многих предприятий, в частности, это можно увидеть, изучив план-стратегию по внедрению цифровых трансформаций и роботизации в розничные сети, сопоставив это с показателями выручки и статьей расходов.

В случае, если применение цифровых новшеств привело к торможению процесса и, вследствие, к низким показателям выручки, необходимо разработать ситуационный план. Неиспользование современных инструментов бизнес-процессов в первую очередь ведет к проигрышу в конкурентной борьбе, так как существенно затрудняются и замедляются процессы, влияющие на рентабельность предприятия, а также, ухудшается впечатление покупателей [4].

Цифровизация во многом упростила сбор и хранение данных о покупателях. Ритейлерам необходимо четко изучать спрос и потребление на рынке, даже предугадывая следующий шаг покупателей - для того, чтобы выделяться в конкурентной среде и занимать лидирующие места по продажам. Карты лояльности и камеры видеонаблюдения являются эффективными инструментами для сбора данных о потребительских предпочтениях, их истории покупок, демографических данных [3].

Для аналитики полученных данных, можно использовать искусственный интеллект - правильно заданные команды позволят ритейлеру сэкономить время и деньги, получив актуальную и своевременную статистику по продажам. Помимо этого, искусственный интеллект можно модернизировать, дополнив базовые команды дополнительными.

Например, ИИ мог бы делать выводы о полученных данных, сверяя их с экономической ситуацией в стране, тем самым, давая ритейлеру подробный план-стратегию, какие меры необходимо предпринять, чтобы не потерять прибыль [4]. Необходимость в применении подобных методов подтверждается нестабильностью в ценовом сегменте, это ярко заметно на примере «взрывного» роста цен на яйца и сливочное масло, с которым люди столкнулись в 2024 году. Подобные стратегии относятся к «технологиям персонализации».

Каждый ритейлер знает, что недостаточно предлагать и продавать товары – первое, о чем должен подумать продавец - «Что хотят люди?» и только после этого заниматься разработкой своего бизнеса или нового продукта.

В 2024 году для предпринимателей есть множество способов прослеживать интересы потребителей. Переход от офлайн продаж к онлайн продажам, интеграция бизнеса в интернет, маркетплейсы, сервисы доставки, мобильные приложения - все это позволяет не только отслеживать предпочтения потребителей, но и стимулировать их на покупки, отправляя уведомления о скидках, новых предложениях и так далее. Главное преимущество такой торговли для покупателей - это удобство и доступность [5].

Мобильные приложения - это огромное поле для творчества маркетолога и рекламщика, поскольку четких инструкций нет ни у кого. Например, потребителям можно отправлять уведомления о брошенных товарах в корзине, или магазины одежды, такие как «Lamoda» публикуют в своем мобильном приложении интересные статьи, подборки образов с полноценными фотосессиями - по желанию покупателя, он может приобрести элементы образа полностью или один из его элементов, будь то обувь, аксессуары, верхняя одежда. Это работает по похожей схеме и с продажей мебели, и с предметами декора. Красивая картинка и приятное описание к ней мотивируют покупателей на совершение покупки.

Тем самым, медленно переходя к самому главному, с чего началась цифровизация, абсолютно радикально поменяв большую часть законов ритейла, необходимо уточнить, что внедрение онлайн продаж не уменьшило ценности офлайн-продаж. Онлайн продажи дали больше выбора, как для предпринимателей, так и для покупателей, которые по достоинству оценили онлайн продажи.

Это удобство покупок, своевременность доставки в любое время и в любом месте, применение кэшбека, промокодов, а самое важное для современного поколения - экономия времени. Если раньше, при традиционном ведении бизнеса, была возможность открыть магазин, а потом в целях «расширения» появлялась возможность доставки - то на сегодняшний день у предпринимателей есть второй выбор, по которому они могут пойти.

Начинающие предприниматели в начале своего пути могут осуществлять доставку по всему миру и только по достижению хорошей выручки позволяют себе открыть магазин для офлайн-продаж. Подобная стратегия популярна у кондитеров, а также людей, которые зарабатывают, изготавливая товар своими руками, своего рода «ремесленники» - мыловары, создатели ароматических свеч, вязальщики. От онлайн продаж они медленно переходят к оборудованию своего арендуемого уголка, или даже полноценному магазину.

Роботизация и автоматизация операционных процессов. Именно роботизация, в последующем исходя из цифровизации, собирает вокруг себя большое количество споров и мнений. Люди рисуют будущее с роботами - они и восхищаются людьми, и пугаются. Далеко не все страны готовы к роботизации в силу своего технологического уровня и подготовленности населения к цифровым трансформациям [4].

Большая часть оптовых систем и складов уже перешла на WMS - Warehouse Management System. Как система автоматизации складских операций она показала себя достойно, выполняя множество задач и давая легкий доступ контроля должностным лицам над процессами склада. Имея интуитивно понятный интерфейс, а также интеграцию с RFID-метками, автоматизация складских процессов ускоряет обработку заказов и точность инвентаризации, исключая ошибки человеческого фактора. Помимо этого, WMS система позволяет управлять сотрудниками, назначая им задачи. В эпоху доступа к

любым данным в интернете, компании должны иметь возможность выбора поставщиков, даже с учетом имеющейся конкуренции.

Роботизация неполно используется в розничных торговых сетях. Однако она полностью завладела другой стороной торговли – складами [2]. Использование роботов в рознице существенно упростило бы работу персонала. Роботы могут выдерживать долгие нагрузки, работать без перерывов круглыми сутками. Снижая трудозатраты, роботы занимаются рутинной и в своем роде «неквалифицированной» работой - открывая новые возможности для персонала, который может заняться более важными и сложными задачами.

Роботизация во многом пугает трудоспособное население, ведь встает социальный вопрос «конкуренции» на трудовом рынке. Однако на этот вопрос легко ответить, имея определенные знания. Наличие роботов на предприятиях открывает новые вакансии на рынке труда, поскольку за роботами необходим уход, устранение неполадок и на крайний случай - простой контроль над выполнением работы.

При всех преимуществах применения роботизации, в реальности данная разработка весьма проблематична и является дорогостоящей, оттого не все предприниматели могут ее себе позволить. Помимо первоначальных значительных финансовых вложений, существует не маленький шанс столкнуться с поломками, которые будут создавать простои работы и требовать очередных финансов на ее решение. Как и любая технология, роботизация имеет свои недостатки.

Устойчивость бизнеса заключается в своевременном получении качественной информации и быстрой адаптации к изменениям. Меняются покупательские интересы, меняются торговые помещения, меняются тренды и требования потребителей. Применение старых технологий, и более того, намеренный отказ в пользу современных новшеств, т.е. инноваций - нерационально.

Условия современного розничного рынка существенно отличаются от прошлых лет - в соответствии с этим, меняются и методы воздействия. А точнее, способы привлечения и удерживания покупателей, методы контроля над процессами, происходящие в распределительных центрах, в конечном счете, меняются функции и задачи персонала, так и методы контроля за ним.

И как вывод, можно подчеркнуть, что инновации и последующие разработки применения роботов поставят следующий вопрос в необходимости живого персонала, поскольку роботизация в розничной деятельности позволила живому персоналу уделить внимание на решение более легких и важных задач.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Штезель А.Ю., Денисова Н.И., Ярченко Д.В. Потребительский рынок на сломе эпох: матрица, перезагрузка. XIX МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЛЕХАНОВСКИЕ ЧТЕНИЯ В МОНГОЛИИ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В МОНГОЛИИ И РОССИИ Улан-Батор, 14 апреля 2023 г. с. 382-389

2. X5 переходит на электронные транспортные накладные [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru/news/x5-perehodit-na-elektronnye-transportnye-nakladnye/> (Дата обращения: 12.12.2024).

3. Технологии цифровизации в России – настала эпоха перемен <https://center2m.ru/digitalization-technologies> (Дата обращения: 12.12.2024).

4. Технологии всему голова. Топ-10 технологий в ритейле, которые набирают популярность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: tekhnologii_vsemu_golova_top_10_tekhnologiy_v_riteyle_kotorye_nabirayut_populyarnost (Дата обращения: 12.12.2024).

5. Какие технологии внедряют ритейлеры в 2024 году: 4 основных направления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://korusconsulting.ru/blog/tekhnologii/kakie-tekhnologii-vnedryayut-riteylery-v-2024-godu-4-osnovnykh-napravleniya/> (Дата обращения: 12.12.2024).

УДК 339.13

Общие принципы расчета стоимости товара на Wildberries

*Ю.С. Лекарева, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Каждый день на платформу заходят новые игроки. При выходе на Wildberries с продажами, необходимо изучить его минусы, чтобы быть готовым к любым проблемам заранее. Торгуя на Wildberries, вы принимаете правила игры маркетплейса. Высокие результаты продаж на Wildberries являются результатом детальной работы, в том числе и предварительной. Необходимо осознавать специфику площадки, анализировать риски и оценивать конкурентов.

Ключевые слова: Интернет-магазин, товар, цена, стоимость, риски, себестоимость.

Abstract. Every day new players enter the platform. When entering Wildberries with sales, you need to study its disadvantages in order to be prepared for any problems in advance. Trading on Wildberries, you accept the rules of the marketplace game. The high sales results at Wildberries are the result of detailed work, including preliminary work. It is necessary to be aware of the specifics of the site, analyze the risks and evaluate competitors.

Keywords: Online store, product, price, cost, risks, cost.

Маркетплейсы сейчас открыты для всех новых продавцов, нет никаких барьеров для входа. Это гораздо проще, чем запустить собственный интернет-магазин или открыть офлайн-точку продаж.

Для сокращения возможных рисков необходимо учесть несколько важных моментов:

1. Товар не должен быть сезонным, важно чтобы товар продавался всегда, вне зависимости от времени года, дождя и снега, жары и холода. Выходить на

Wildberries с сезонными товарами могут себе позволить только опытные поставщики. Начинать с такого товара точно не стоит.

2. Посмотреть загруженность ниши и количество конкурентов. Заходить в нишу можно, если там не больше 10 тысяч карточек товара. Ниша, в которой 50-100-150 тысяч карточек товаров считается перегруженной и высококонкурентной, там новичку будет сложно.

3. Смотрим на процент выкупа товара у конкурентов через приложения аналитики, которое можно установить на компьютер. Если видим маленький процент выкупа, значит по товару много возвратов, возможно он не качественный.

4. Проверяем отсутствие монополистов в нише, то есть на первой странице по запросу товара должны быть представлены разные продавцы, а не один.

5. Смотрим на не однотипность товара, чтобы была возможность найти и завести новую модель, другого размера или другого цвета. [5, с. 277]

Самозанятость подходит только для товаров собственного производства, все приобретенные товары мы обязаны перепродавать как ИП. Для нашего стартапа целесообразна регистрация в форме ИП по упрощенной системе налогообложения, до 300 тыс.руб. дохода 6%, свыше 300 тыс.руб. +1%.

Самое сложное при работе на Wildberries это следить и успевать за обновлениями, правилами и новостями площадки. Они буквально меняются каждый день. Каждый день меняются тарифы на логистику, меняется работа личного кабинета, ужесточают систему штрафов.

Как минимизировать риски?

- Финансовые риски – не теряйте основной источник дохода.
- Маркетинговые риски – начинайте с проверенных товаров.
- Юридические риски – не нарушайте законодательство.
- Компетентностные риски – выходить на маркетплейсы с поддержкой опытных наставников.

Все ошибки Wildberries ложатся на вас, как на продавца. Главное, что здесь необходимо знать: для Wildberries важно не разочаровывать покупателя и доставлять товары в срок. Если продавец вызвался хранить товары у себя, он должен организовать бесперебойную упаковку и доставку товаров до склада или до клиента. Если продавец начнет опаздывать, Wildberries может заблокировать для продавца этот способ работы на какое-то время или даже выставить штраф. А за высокую скорость действуют поощрения. Если привезти заказ раньше, чем пройдет 36 часов, то за каждый сэкономленный час Wildberries снизит комиссию с продажи на 0,25%. И наоборот: если доставить товар позже 36 часов с момента заказа, маркетплейс увеличит процент. Для каждой категории товара действует своя ставка комиссии. Она периодически меняется. Актуальную информацию можно проверить в разделе «Комиссия, логистика и хранение».

Ответственность за доставку покупателям, возвраты товара и переупаковку при схеме FBW берет на себя Wildberries. Продавцу нужно лишь заполнить в личном кабинете формы с характеристиками товара, коробов, в которые товары упакованы, про всю поставку целиком и привезти продукцию на склад. Дальше все делает маркетплейс.

При работе с импортными товарами надо быть готовым ко всем сопутствующим рискам: срыву сроков поставки из-за задержки товаров на таможне, дополнительным расходам на оплату склада временного хранения, корректировке таможенной стоимости товара. Чтобы обезопасить поставку от рисков, рекомендуем обращаться к таможенному представителю.

Wildberries поощряет частые поставки, минимум 2 поставки в месяц и лучше на разные города, для повышения индекса локализации, для охвата большинства регионов. Склад и город продавец выбирает сам по тарифу, он разный. Самое дорогое размещение товара конечно в Москве около 70 рублей за единицу, а уже в Туле, которая тоже не так далеко от Москвы логистика составляет 40 рублей за единицу.

Количество товара для закупа продавец выбирает самостоятельно исходя из бюджета и востребованности товара и скорости его продаж.

Чтобы рассчитать стоимость продукции, продавцы могут воспользоваться специальной формулой, выведенной под стандарты Wildberries (ЮНИТ экономика). Оптимальная цена по этой формуле включает в себя закупку, стоимость логистики на склады маркетплейса, скидки, упаковка и упаковочные материалы, процент возврата, налоговые отчисления, маржа.

Сколько комиссии берет Wildberries на все категории товаров представлено в таблице 1.

Таблица 1

Фрагмент расчета комиссии Wildberries на все категории товаров

Категория	Предмет	Склад WB, %	Склад продавца - везу на склад WB, %	Склад продавца - везу самостоятельно до клиента, %	Склад продавца - везу самостоятельно до клиента экспресс, %
1	Игры (цифровой контент)	9,5	9,5	9,5	7,5
2	Цифровые видеокурсы	9,5	9,5	9,5	7,5
3	Цифровые аудиоучебники	9,5	9,5	9,5	7,6
4	Цифровые коды	9,5	9,5	9,5	7,5

Часто цены у продавцов на Wildberries ниже, чем в интернет-магазинах. Это происходит потому, что у них меньше издержек: не нужно платить за домен и хостинг, нанимать дизайнера и разработчика, арендовать склад и тратить деньги на рекламу.

Wildberries берет все это на себя, а взамен устанавливает комиссию: она меньше той суммы, которую можно потратить на свой сайт. Получается, что себестоимость одного и того же товара на маркетплейсе будет ниже, чем в интернет-магазине. При той же надбавке клиент сможет купить его дешевле.

Невысокая цена привлекает посетителей. Чтобы заинтересовать еще больше клиентов, Wildberries просит продавцов устанавливать скидки, поэтому в карточке товара обычно указаны две цены: до скидки и после. Чтобы не ошибиться при установке цены и не работать в минус, надо формировать ее последовательно.

Сначала нужно определить цену, по которой потребитель купит товар, то есть рассчитать себестоимость, добавить к ней прибыль продавца, комиссию маркетплейса и налог, а затем прибавить к ней сумму скидки. В таком случае скидка не повлияет на цену продажи: вы рассчитаете цену заранее, а скидку добавите сверху.

Цена продажи, как правило, состоит из пяти элементов:

- ☐ оптовая цена покупки или стоимость производства товара;
- ☐ затраты на упаковку и доставку;
- ☐ комиссия Wildberries;
- ☐ налог;
- ☐ наценка продавца, на которой он зарабатывает.

Есть два простых способа определить цену товара, которые помогут сделать первые продажи и не оказаться в минусе.

Если у вас свое производство или нет возможности менять закупочную стоимость — например, сменить поставщика, — можете сначала оценить, сколько денег хотите получить с продажи товара, а затем добавить эту сумму к себестоимости. При расчете цены товара ориентируемся на две вещи: сколько стоит товар в рынке и сколько хотим заработать. [2, с. 455]

Допустим, джинсы оптом можно купить за 700 рублей. Чтобы их продать, я трачу деньги: на доставку, упаковку, печать штрих кодов и бирки. По моим расчетам, на одну пару уходит 300 рублей. Значит, за 1000 рублей я продам их в ноль.

Хотим заработать с каждой пары по 700 рублей — теперь их цена $1000 + 700 = 1700$ рублей.

Но нужно учесть, что отдадим 25% от выручки Wildberries в качестве комиссии и заплачу налоги: 6% по УСН «Доходы». Итоговая цена с учетом 31%, которые придется отдать, — $1700 / 0,69 = 2464$ рублей.

Если вы продаете неуникальный товар, при расчете своей наценки нужно смотреть на цены конкурентов и стараться оставаться в рынке. Покупатели могут по-разному воспринимать цену, и это скажется на продажах: если товар дешевле аналогичных — возможно, он бракованный или некачественный. А если дороже — наверное, продавец хочет обмануть.

Если вы можете менять закупочную стоимость товара — например, заказать его у другого поставщика, — можете посмотреть цены конкурентов на похожий продукт и установить близкую.

Есть один параметр, на который нужно обратить внимание при анализе цены, — это маржинальность. Маржинальность показывает отношение маржи — прибыли продавца — к выручке — розничной цене продажи. Ее считают так: Есть один параметр, на который нужно обратить внимание при анализе цены, — это маржинальность. Маржинальность показывает отношение маржи — прибыли продавца — к выручке — розничной цене продажи. [1, с. 80]

Чтобы работать в плюс, нужно следить, чтобы маржинальность не падала ниже 25%. Лучше, если она будет больше 30%: так можно уверенно расти и быть готовым к непредвиденным ситуациям — например, обнаружению бракованных товаров.

Товары с маржинальностью выше 50% найти трудно. Обычно такую прибыль приносят продукты с невысокими продажами или товары из Китая, но их могут долго доставлять.

Стоимость товара можно рассчитывать самостоятельно — в таблицу, которая поможет определить цену продажи и посчитать маржинальность. нужно ввести переменные и указать размер комиссии.

Размер комиссии, стоимость хранения и доставки со склада Wildberries можно рассчитать с помощью специального калькулятора в личном кабинете продавца. Для этого нужно перейти в раздел «Аналитика» → «Комиссия и тарифы на услуги» и перейти на вкладку «Калькулятор тарифов».

В калькуляторе расписано, во сколько обойдутся хранение и перевозка товара. Опытные поставщики составляют свои таблицы или используют более сложные сервисы. На старте этих данных обычно нет. [4, с. 223]

При выходе на Wildberries нового маркетплейса важно правильно рассчитать цену товара на Wildberries

В себестоимость товара нужно закладывать расходы на доставку, упаковку и маркировку, комиссию Wildberries и налог.

□ Чтобы товар приносил деньги, нужно следить, чтобы его маржинальность оставалась выше 25%, в идеале — выше 30%.

□ Скидки нужны, чтобы подниматься выше в списке товаров и участвовать в акциях.

□ Если розничная цена или скидка слишком высокие на уровне цен других продавцов, клиенты могут перестать доверять продавцу.

□ Акции привлекают трафик и помогают продавцам продавать больше.

Чтобы не уйти в минус во время акций, нужно к цене продажи добавить сумму скидки.

Примерная совокупность элементов формирования цены при выходе с маркетплейсом на площадку Wildberries представлена в таблице 2.

Таблица 2

Пять элементов цены продажи на Wildberries

Элементы	Удельный вес в общем объеме
1. Оптовая цена покупки или стоимость производства товара	35%
2. Затраты на упаковку и доставку	22%
3. Комиссия Wildberries	12%
4. Налог	6%
5. Наценка продавца, на которой он зарабатывает	25%
Итого	100%

Сервисы аналитики позволяют проанализировать продажи и внести корректировку в работу маркетплейса. В разделе «Аналитика» есть бесплатные отчеты: данные в них обновляются ежедневно.

В таблице 3 представлены примерные совокупные издержки при создании маркетплейса на Wildberries.

Таблица 3

Совокупные издержки при создании маркетплейса на Wildberries

Постоянные издержки проекта	Переменные издержки проекта
Комиссия Wildberries	Заработная плата
Доставка	Доставка до склада
Хранение	Упаковка
Налог	Маркировка
Закупка товара	Фотосессии
Расходы на оформление статуса самозанятый или ИП и получение сертификатов на товар	Замена поврежденной упаковки
Обучение	Реклама и SEO-продвижение
Регистрация личного кабинета	Самовыкупы

В таблицу достаточно вставить свои значения — после этого можно будет увидеть маржинальность продукта. Комиссия Wildberries — это комиссия с каждого проданного товара. Доставка — это стоимость доставки одной единицы товара. Налог 6% — сколько придется заплатить налога при продаже одного товара. [3, с. 50]

Анализировать итоги продаж на Wildberries можно также с помощью разных сводных таблиц, предлагаемых сервисом аналитики площадки. Чтобы не запутаться с расчетами, можно воспользоваться специальным калькулятором в личном кабинете продавца. Для этого нужно перейти в раздел «Аналитика» → «Комиссия и тарифы на услуги» и перейти на вкладку «Калькулятор тарифов».

Чтобы товары не потерялись на складе и работникам Wildberries не пришлось сверять их по номеру штрих кода вручную, советуем наклеивать этикетки на ровные поверхности упаковки, без сгибов. Этикетки нужно

наклеивать на ровные поверхности упаковки, иначе штрих код может не считаться.

По правилам Wildberries на этикетках нельзя указывать цену. На маркетплейсе часто проводятся акции, цена меняется — да и сам продавец может поднять ее или снизить. Сотрудники Wildberries не станут переклеивать ценники на этикетках, а если покупатель получит товар с другой ценой, он может подумать, что его обманули.

Как и в любом бизнесе, работа на Wildberries связана с рисками. Вопреки расхожему мифу, здесь не получится заработать легкие деньги на перепродаже товаров с низкой маржинальностью при небольшом бюджете. Такая стратегия могла сработать, когда маркетплейс только запустился и среди продавцов не было конкуренции. Высокие результаты продаж на Wildberries являются результатом тщательной работы, в том числе и аналитической. Необходимо осознавать специфику площадки, анализировать риски и оценивать конкурентов. Эта площадка плохо подойдет тем, кто желает сделать бренд узнаваемым: оригинальный подход и имидж товарной марки не являются для покупателей Wildberries определяющими факторами при выборе продукта. Придется сократить ассортимент: избавиться от товаров с низкими показателями оборачиваемости и оставить только флагманы — Wildberries заинтересован продвигать продавцов с высоким рейтингом и продажами. Если грамотно проанализировать спрос, на Wildberries можно продавать даже автомобильные запчасти. Начать продавать на Wildberries можно с любым бюджетом — нижней планки нет. Главное, чтобы у вас был товар, который вы готовы продать, и время для того, чтобы организовать эту работу.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Агаркова, Л.В. Пути улучшения финансовых результатов предприятия / Л.В. Агаркова, И.М. Подколзина // Экономика. Бизнес. Банки. – №2 (11). – 2023 – С. 79 – 84.
2. Акатова, А. С. Увеличение прибыли как важный фактор развития предприятий / А. С. Акатова, Ю. А. Козлова // Молодой ученый. – 2022 – №4. – С. 453 – 456.
3. Зинина О.В., Оленцова Ю.А. Разработка алгоритма работы с маркетплейсами // Социально-экономический и гуманитарный журнал. 2024 № 2 (32). С. 49-59.
4. Лекарева Ю.С. Инновационные приемы маркетинга в практике продвижения товаров // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2021 Т. 10 № 2 (35). С. 222-224.
5. Попов А.А., Лекарева Ю.С. Инновационная политика как инструмент повышения конкурентоспособности организации // Бизнес. Образование. Право. 2020 № 1 (50). С. 276-280.

УДК 65.011(045)

Развитие экосистемы цифровой торговли: взаимодействие бизнеса, государства и потребителей

Нуралиева М.М., к.э.н., доцент
Ташкентский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Узбекистан

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые аспекты формирования и развития экосистемы цифровой торговли, в основе которой лежит взаимодействие бизнеса, государства и потребителей. Исследуются современные тенденции цифровизации торговли, включая использование онлайн-платформ, маркетплейсов, систем искусственного интеллекта и цифровых платежных решений. Особое внимание уделяется роли государства в создании нормативно-правовой базы, развитии цифровой инфраструктуры и обеспечении кибербезопасности.

Ключевые слова: цифровая торговля, электронная коммерция, маркетплейсы, кибербезопасность, цифровая инфраструктура, государственное регулирование, онлайн-платформы, искусственный интеллект, платежные системы, цифровая экономика.

Annotation. The article examines the key aspects of the formation and development of the digital trade ecosystem, which is based on the interaction of business, government and consumers. Current trends in the digitalization of trade are explored, including the use of online platforms, marketplaces, artificial intelligence systems and digital payment solutions. Particular attention is paid to the role of the state in creating a regulatory framework, developing digital infrastructure and ensuring cybersecurity.

Keywords: digital trade, e-commerce, marketplaces, cybersecurity, digital infrastructure, government regulation, online platforms, artificial intelligence, payment systems, digital economy.

Современная цифровая экономика развивается стремительными темпами, и ключевую роль в этом процессе играет цифровая торговля. Взаимодействие бизнеса, государства и потребителей формирует экосистему, в рамках которой создаются новые возможности для экономического роста, расширения рынков и повышения удобства потребления товаров и услуг. Данный процесс требует комплексного подхода, включающего нормативное регулирование, развитие цифровой инфраструктуры и адаптацию бизнес-моделей к новым условиям.

Вопрос цифровой торговли широко рассматривается в научной и аналитической литературе. Исследователи подчеркивают важность цифровых торговых площадок, электронной коммерции и платежных систем как факторов, способствующих развитию глобального рынка. В трудах зарубежных и отечественных авторов анализируются механизмы регулирования цифровой торговли, вопросы кибербезопасности и цифрового суверенитета. Особое внимание уделяется роли государства в создании благоприятных условий для цифровизации торговли, а также адаптации потребительского поведения к новым цифровым платформам.

Таблица 1

Взаимодействие бизнеса, государства и потребителей в цифровой торговле

Сфера взаимодействия	Бизнес (компании, платформы)	Государство (регуляторы, законы)	Потребители (покупатели, пользователи)
Правовое регулирование	Соблюдение законов, защита прав потребителей, лицензирование	Разработка нормативных актов, налоговое регулирование, защита данных	Осведомленность о правах, доверие к регулируемым платформам
Цифровая инфраструктура	Инвестирование в технологические решения, развитие маркетплейсов	Развитие интернет-инфраструктуры, поддержка стартапов	Доступ к технологиям, цифровая грамотность
Безопасность и защита данных	Внедрение систем кибербезопасности, защита персональных данных клиентов	Разработка норм защиты данных, контроль обработки персональной информации	Ответственное использование данных, защита личной информации
Платежные системы	Интеграция удобных и безопасных платежных решений	Развитие национальных платежных систем, регулирование криптовалют	Использование надежных платежных сервисов, доверие к онлайн-транзакциям
Логистика и доставка	Автоматизация складов, партнерство с логистическими компаниями	Поддержка логистических	

Таблица 1 демонстрирует ключевые аспекты взаимодействия бизнеса, государства и потребителей в развитии цифровой торговли. Они касаются правового регулирования — бизнес обязан соблюдать законодательные нормы, государство устанавливает правила торговли и защиты данных, а потребители должны быть осведомлены о своих правах. Цифровая инфраструктура, когда компании внедряют современные технологии и платформы, государство обеспечивает развитие цифровых сервисов и поддержку инноваций, а потребители используют доступные цифровые инструменты. Безопасность и защита данных, означает, что бизнес отвечает за кибербезопасность и сохранность данных, государство разрабатывает меры по их защите, а пользователи должны осознанно относиться к обработке своей информации.

Платежные системы для населения и клиентов предлагают удобные и безопасные способы оплаты, государство регулирует платежные сервисы и цифровые валюты, а потребители выбирают надежные способы онлайн-расчетов. Логистика и доставка — бизнес оптимизирует складские процессы и взаимодействует с логистическими компаниями, государство создает условия для развития инфраструктуры доставки, а покупатели ожидают удобных и быстрых способов получения товаров.

Развитие экосистемы цифровой торговли базируется на взаимодействии трех ключевых субъектов: бизнеса, государства и потребителей. Бизнес

стремится к внедрению цифровых решений, таких как онлайн-платформы, маркетплейсы и системы искусственного интеллекта для персонализации предложений. Это позволяет не только расширять рынки, но и снижать издержки, повышая эффективность логистики и финансовых операций.

Государство, в свою очередь, играет важную роль в регулировании цифровой торговли, обеспечивая правовую защиту сделок, создание цифровой инфраструктуры и развитие механизмов налогового администрирования. Политика цифровизации направлена на поддержку бизнеса через внедрение электронных государственных сервисов, стимулирование онлайн-продаж и защиту персональных данных. В 2022 г. урбанизация, изменение образа жизни, рост покупательной способности и процветание экономики стимулировали рост инвестиций в цифровые технологии. Дальнейшее развитие технологий будет обусловлено ростом благосостояния и сокращением неравенства.

Потребители являются неотъемлемым элементом цифровой экосистемы. Современные тенденции показывают рост доверия к цифровым каналам торговли, усиление интереса к персонализированным предложениям и потребность в быстром доступе к товарам и услугам. Развитие удобных платежных систем и улучшение логистических механизмов делают цифровую торговлю более привлекательной для конечных пользователей.



Рисунок 1– Рост объема онлайн торговли, млрд.сум

Ежегодно объем онлайн торговли растет в Республике Узбекистан (рис.1), а развитие экосистемы цифровой торговли является важным элементом современной экономики. Взаимодействие бизнеса, государства и потребителей определяет темпы и качество цифровизации торговли. Интеграция новых технологий, развитие нормативно-правовой базы и учет интересов всех участников рынка способствуют созданию устойчивой и динамично развивающейся цифровой экономики. В будущем необходимо дальнейшее развитие цифровой инфраструктуры, усиление мер по кибербезопасности и адаптация правового регулирования к быстро меняющимся условиям цифровой торговли.

В последние годы Узбекистан демонстрирует значительный рост в сфере цифровой торговли. Согласно данным Национального агентства перспективных

проектов, в 2023 году объем рынка электронной коммерции превысил \$1 млрд, что составляет около 4% от общего объема розничной торговли в стране. Для сравнения, в 2022 году этот показатель составлял \$311 млн, что свидетельствует о более чем трехкратном росте за один год. Прогнозы также указывают на продолжение положительной динамики. Ожидается, что к 2027 году оборот электронной коммерции в Узбекистане достигнет \$2,2 млрд, что составит 11% от общего рынка розничной торговли, по сравнению с 2% в 2022 году. Основными факторами, способствующими такому росту, являются:

- Увеличение числа интернет-пользователей.
- Распространение смартфонов и мобильного банкинга.
- Государственная поддержка цифровизации.
- Рост доверия потребителей к онлайн-покупкам.

Кроме того, в 2023 году количество пользователей социальными сетями в Узбекистане увеличилось на 53%, что свидетельствует о растущем интересе населения к цифровым платформам и онлайн-торговле.

Таким образом, Узбекистан находится на пути активного развития цифровой торговли, что открывает новые возможности для бизнеса и потребителей.

Для развития экосистемы цифровой торговли в Узбекистане необходимо совершенствовать правовое регулирование, обеспечивая защиту прав потребителей и данных. Важным направлением является развитие цифровой инфраструктуры, включая расширение интернет-доступа и улучшение логистики. Следует поддерживать малый и средний бизнес, облегчая им выход на онлайн-рынки. Развитие современных платежных систем повысит удобство и безопасность онлайн-транзакций. Также необходимо повышать цифровую грамотность населения, чтобы стимулировать доверие и активное участие в цифровой экономике.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Котлер Ф. *Маркетинг 4.0: переход от традиционного к цифровому*. – М.: Альпина Паблишер, 2018.
2. Tapscott D. *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. – McGraw-Hill, 2015.
3. Chaffey D. *Digital Business and E-Commerce Management*. – Pearson, 2019.
4. World Trade Organization. *E-commerce in Developing Countries*. – WTO Report, 2020.
5. Куликов В.А. *Цифровая экономика и трансформация торговых процессов*. – СПб.: Питер, 2020.

УДК 347.1

Безопасность как основа потребительского рынка

*А.С. Позднякова, к.ю.н., доцент
Оренбургский институт (филиал)
Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), Россия*

Аннотация. Потребительский рынок, являясь сферой взаимодействия частно-правовых интересов, подлежит регулированию положениями гражданского законодательства, что предполагает при осуществлении собственной деятельности, в первую очередь, обеспечение субъектами безопасности жизни и здоровья как высших неотчуждаемых благ человека. В работе обоснован вывод, что безопасность гражданина представляет собой комплекс мер, направленных на исключение причинения вреда жизни и здоровью гражданина, предпринимаемых как им самим, так и всеми иными лицами.

Ключевые слова: потребительский рынок, юридическое равенство, безопасность, жизнь, здоровье, нематериальные блага.

Abstract. The consumer market, being a sphere of interaction between private and legal interests, is subject to regulation by the provisions of civil legislation, which implies, in carrying out one's own activities, first of all ensuring the safety of life and health as the highest inalienable human goods. The paper substantiates the conclusion that the safety of a citizen is a set of measures aimed at eliminating harm to the life and health of a citizen, undertaken by himself and all other persons.

Keywords: consumer market, legal equality, security, life, health, intangible assets.

Потребительский рынок в его современном понимании представляет собой довольно широкое понятие, которое не ограничивается сферой торговли, выполнения работ, оказания услуг и включает в себя отношения по производству товаров на всех стадиях. Данные элементы, отмечает И.Е. Чикин, «отличаются только конечным приобретателем. При выполнении работ - это конкретное лицо, при производстве товара - неопределенный круг лиц» [1, с. 35]. Важнейшим свойством потребительского рынка является то, что он выступает неким неофициальным индикатором, определяющим состояние дел в государстве и благополучие его граждан. От уровня цен, ассортимента и качества товаров и услуг зависит степень развития производственных отношений, устойчивость денежного обращения, обеспеченность и уровень жизни населения [2, с. 53]. Вполне логично, что как производственная, так и торговая деятельность подчиняется строгой системе правил, обеспечивающих безопасность удовлетворения потребностей граждан.

Безопасность является базовой гарантией сохранения жизни и здоровья граждан, развития человеческой личности, и в конечном итоге, стабильности общества. Вопросам обеспечения безопасности посвящен отдельный Федеральный закон от 28.12.2010 № 390-ФЗ «О безопасности», где в ст. 2 в качестве основных принципов обеспечения безопасности названы: соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина; законность; системность и комплексность применения органами власти политических, организационных, социально-экономических, информационных, правовых и иных мер

обеспечения безопасности; приоритет предупредительных мер в целях обеспечения безопасности; а также взаимодействие властных структур с общественными объединениями, международными организациями и гражданами в целях обеспечения безопасности.

Совокупность приведенных положений позволяет сделать вывод о том, что данный Федеральный закон является источником публичного права, базируясь на императивном характере регулирования. При этом основной задачей государственных органов является обеспечение такого уровня риска, который гарантирует сохранность объектов гражданских прав (жизнь, здоровье, имущество, нематериальные блага), соблюдение публичных интересов как в обычных условиях, так и при чрезвычайных обстоятельствах [3, с. 54].

Вместе с тем, обеспечение безопасности на потребительском рынке не может рассматриваться исключительно сквозь призму административно-правового воздействия, поскольку наряду с государством в лице его контролирующих органов, участниками потребительского рынка являются юридически равные субъекты: с одной стороны, производители и продавцы (исполнители), с другой стороны, потребители (покупатели), то есть лица, которые приобретают предлагаемые им товары, результаты работ, оказание услуг. Урегулирование взаимоотношений указанных лиц осуществляется положениями гражданского законодательства исключительно на федеральном уровне (ст. 71 Конституции РФ). Юридическое равенство как основное начало, пронизывающее всю систему гражданского права, одновременно представляет способ воздействия на соответствующие общественные отношения, а также критерий, с помощью которого гражданское (частное) право отграничивают от публичного [4, с. 48].

Однако производители и продавцы, являясь участниками частно-правовых отношений, по традиции «держат ответ» за соблюдение требований безопасности перед органами публичной власти. Подконтрольность государственным органам, к примеру, закреплена требованиями Федерального закона от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», Федерального закона от 09.02.2007 № 16-ФЗ «О транспортной безопасности», монополистическими ограничениями и т.д. Необходимость соблюдения безопасности в частно-правовой сфере закреплена в ст. 7 Закона РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее - Закон о защите прав потребителей), согласно которой требования, которые должны обеспечивать безопасность товара (работы, услуги) для жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, а также предотвращение причинения вреда имуществу потребителя устанавливаются законом или в установленном им порядке. В первую очередь, это касается пищевой продукции, иных стратегически важных товаров. Вместе с тем буквальное толкование положений ст. 7 Закона позволяет заключить, что соблюдению

подлежат лишь законодательно закрепленные требования безопасности применительно к конкретному виду деятельности.

Примечательно, что на базе термина «безопасность» в законодательстве сформулированы десятки терминов: авиационная безопасность, безопасность дорожного движения, техносферная безопасность, безопасность полетов, транспортная безопасность, электрическая безопасность, продовольственная безопасность, безопасность жилища, экологическая безопасность, энергетическая безопасность и т.д. Все эти виды в конечном итоге сводятся к отсутствию вреда жизни и здоровью человека, объединяясь под понятием «безопасность жизнедеятельности», организационная основа которой обеспечивается государством, в том числе посредством гражданско-правового регулирования. Объективная необходимость безопасности как состояния сохранности нематериальных благ обусловлена существованием человека в обществе и представляет собой абсолютную категорию.

В связи с изложенным представляет интерес следующий пример из судебной практики. Б. обратилась в суд с иском к обществу о компенсации морального вреда и взыскании штрафа, предусмотренного п. 6 ст. 13 Закона о защите прав потребителей, указав в обоснование иска, что она получила травму при падении на обледеневшей лестнице магазина, расположенного в арендуемом ответчиком помещении. Определением суда к участию в деле в качестве соответчика привлечен индивидуальный предприниматель (далее - ИП), являющийся собственником помещения. Установив факт причинения вреда здоровью Б. в результате ненадлежащего содержания лестницы при входе в магазин и уклонение ответчиков от удовлетворения в добровольном порядке требований потребителя, суд первой инстанции взыскал в пользу истца с общества и ИП по 35 000 руб. в счет компенсации морального вреда и по 17 500 руб. в качестве потребительского штрафа. Суд апелляционной инстанции, с которым затем согласился суд кассационной инстанции, отменил решение суда в части взыскания штрафа, указав, что между сторонами спора возникли деликтные правоотношения, к которым не подлежит применению Закон о защите прав потребителей.

Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда РФ определением от 14 февраля 2023 г. № 66-КГПР22-15-К8 отменила постановления судов апелляционной и кассационной инстанций и направила дело на новое рассмотрение, указав, что продавец обязан обеспечить безопасные условия для здоровья потребителей и сохранности их имущества. При этом само по себе возникновение обязательства, вытекающего из деликта, не исключает возможности квалификации правоотношений сторон как правоотношений потребителя и продавца. Заметим, в данном случае вопрос обеспечения безопасности далеко вышел за пределы обеспечения безопасности продаваемого товара.

Как представляется, система безопасности в сфере взаимодействия юридически равных субъектов не выстроена должным образом в силу

недостаточной теоретической и законодательной проработки конструкции абсолютного правоотношения. Так, право на жизнь и здоровье граждан является абсолютным, следовательно, должно признаваться и соблюдаться абсолютно всеми субъектами. Безусловно, граждане сами, по своему усмотрению, за счет собственных действий удовлетворяют свои личные интересы, в то время как окружающие (третьи лица) должны не только воздерживаться от посягательств, но и исключать в своей собственной деятельности риск причинения вреда нематериальным благам. Жизнь и здоровье гражданина как объекты гражданских прав пронизывают все без исключения правоотношения подобно окружающему нас воздуху, который мы не видим и не замечаем, но которым дышим и без которого не можем прожить и несколько минут.

Как представляется, посредством закрепления в законе требований разумности и добросовестности (ст.ст. 1, 10 ГК РФ) прогнозирование всех возможных последствий с целью исключения причинения вреда жизни и здоровью гражданина признается обязанностью любого хозяйствующего субъекта. Законом в его широком понимании установлена необходимость соблюдения не только нормативно закрепленных требований безопасности, но и принятия разумных мер для предотвращения вреда. В свете изложенного наиболее удачным видится определение безопасности как состояние «отсутствия недопустимого риска, связанного с возможностью причинения вреда и (или) на несения ущерба» [5, с. 18].

В юридической литературе категорию «безопасность» предлагается рассматривать в качестве нематериального блага, принадлежащего гражданину с самого рождения [6, с. 5]. Однако, безопасность, прежде всего, есть результат предпринятых усилий по устранению возможной опасности, поскольку сама по себе безопасность возникнуть не может. Безопасность гражданина – это комплекс мер, направленных на исключение причинения вреда жизни и здоровью гражданина, предпринимаемых как им самим, так и всеми иными лицами. При этом закон обязывает к устранению опасности, которая обладает свойствами предвидимости и предотвратимости, то есть, любых потенциально опасных жизненных обстоятельств, за исключением обстоятельств непреодолимой силы. В свою очередь, непреодолимая сила, то есть чрезвычайные и непредотвратимые при данных условиях обстоятельства (п. 3 ст. 401 ГК РФ), расценивается законом в качестве обстоятельства, исключаящего ответственность.

Иными словами, безопасность характеризуется свойством субъективности, поскольку риск представляет собой осознанное, то есть волевое допущение (или неустранение) опасности в своей деятельности. Право на собственную деятельность допускает обоснованный риск, за превышением пределов которого имеет место сначала простая, затем грубая неосторожность. Согласно абз. 2 п. 1 ст. 401 ГК РФ лицо признается невиновным, если при той степени заботливости и осмотрительности, какая от него требовалась по

характеру обязательства и условиям оборота, оно приняло все меры для надлежащего исполнения обязательства. Перефразируя закон применительно к рассматриваемому нами вопросу, можно сделать вывод о невинности лица в случае, если оно докажет принятие всех необходимых мер безопасности.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что безопасность представляет собой состояние сохранности объектов гражданских прав, которое обязаны обеспечить абсолютно все участники потребительского рынка, что позволяет охарактеризовать ее, скорее, не как самоценное благо, а как условие существования нематериальных благ в виде жизни и здоровья гражданина, а также как требование по принятию мер, направленных на исключение причинения вреда жизни и здоровью гражданина. В частно-правовой сфере третьи лица по отношению к управомоченному лицу (обладателю жизни и здоровья) выступают в качестве обязанных субъектов, поскольку нарушением абсолютных прав может быть каждый. При этом обязанность по соблюдению безопасности носит не только пассивный характер в виде признания права на жизнь и здоровье иного лица и невмешательства в его частные дела, но и выражается в активных действиях в виде принятия необходимых мер по предотвращению вреда.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Чикин И.Е. Потребительский рынок Российской Федерации: значение и понятие // Юрист. 2005. №12. С. 32-36.
2. Васильев Э.Ф., Прокофьева Т.В. Обеспечение экономической безопасности потребительского рынка // Кронос. 2022. №2 (64). С. 52-56.
3. Чуклова Е.В. Гражданско-правовая безопасность: понятие, признаки и взаимосвязи с национальной безопасностью // Академический юридический журнал. 2020. №3. С. 52-59.
4. Калмыков Ю.Х. О значении общих положений гражданского законодательства // Гражданский кодекс России. Проблемы. Теория. Практика: сб. памяти С.А. Хохлова / отв. ред. А.Л. Маковский. М., 1995. с. 48.
5. Смирнов А.А. Критический анализ ревизионистских подходов к определению понятия «безопасность» // Административное право и процесс. 2015. № 5. С. 16 – 20.
6. Рыбаков В.А., Ирошников Д.В. О гражданско-правовом механизме обеспечения безопасности личности // Юрист. 2017. № 2 С. 4-9.

УДК 339.1

Оценка темпов развития потребительского рынка Смоленской области

Е. А. Швеиц, экономист I категории
Территориальный орган Федеральной службы
государственной статистики по Смоленской области, Россия
Е. Н. Ковалева, к.э.н., доцент
Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Одним из главных индикаторов уровня социального развития общества является потребительский рынок, состояние и темпы роста которого напрямую влияют на развития региона в целом. В статье представлен анализ динамики развития потребительского рынка Смоленской области в период 2020-2024 гг. в разрезе основных его секторов – розничной и оптовой торговли, общественного питания и платных услуг.

Ключевые слова: Смоленская область, потребительский рынок, розничная торговля, оптовая торговля, общественное питание, платные услуги.

Abstract. One of the main indicators of the level of social development of a society is the consumer market, the state and growth rate of which directly affect the development of the region as a whole. The article presents an analysis of the dynamics of the consumer market of the Smolensk region in the period 2020-2024 in the context of its main sectors – retail and wholesale trade, catering and paid services.

Keywords: Smolensk region, consumer market, retail, wholesale, catering, paid services.

Прямое влияние на состояние и развития экономики региона оказывает потребительский рынок, который представляет собой механизм купли-продажи товаров и услуг, предназначенных для удовлетворения [1, с.204]. Иными словами, потребительский рынок выступает одним из главных индикаторов уровня социального развития общества, так как в нем переплетаются экономические и социальные составляющие народного хозяйства. Одним из регионов, потребительский рынок которого последние пять лет активно развивается, является Смоленская область.

Оценку современного состояния потребительского рынка региона следует начать с анализа динамики развития розничной торговли, в рамках которой осуществляется продажа товаров и услуг конечным потребителям через различные объекты розничной торговли, в число которых входят магазины, павильоны, киоски, аптечные магазины и киоски. Их общее количество 1 января 2024 г. составило 8,4 тыс. объектов, около 74% пришлось на магазины. Структура магазинов по их специализации представлена на рисунке 1 [2].

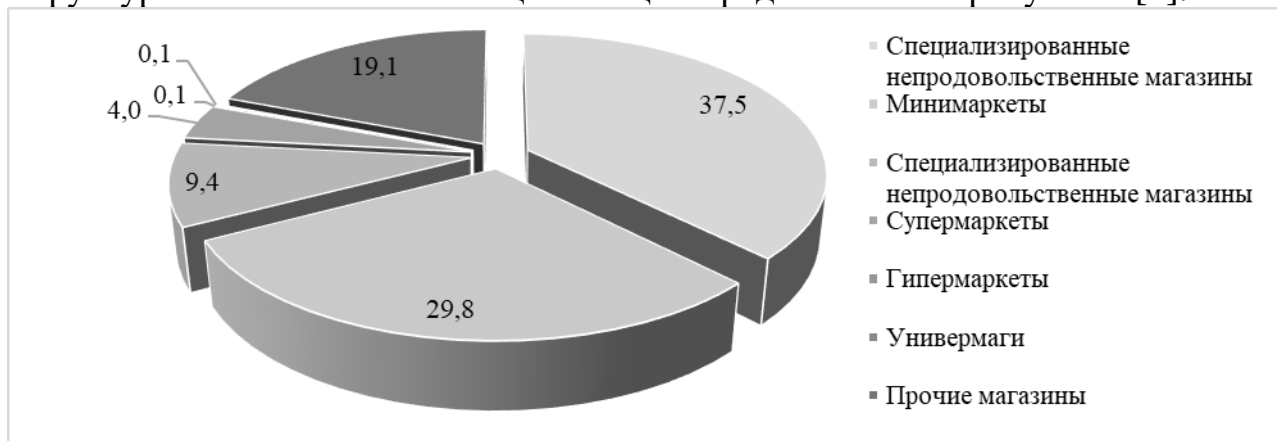


Рисунок 1 – Структура магазинов розничной торговли Смоленской области, %

Следует отметить, что в период 2020-2024 гг. число магазинов, как и павильонов, незначительно увеличилось (+0,8% и 6,5% соответственно). При этом количество палаток и киосков существенно сократилось (-18,5%), что обусловлено инициативами региональных властей, которые стремятся не только упорядочить размещение такого вида объектов розничной торговли, но и обязать их владельцев платить налоги в бюджет региона [2].

В период 2020-2024 гг. оборот розничной торговли Смоленской области стремительно увеличивался, составив в 2024 г. 259,7 млрд. руб., что превысило показатель 2023 г. на 11,5% и показатель 2020 г. на 35,2%. При этом, согласно данным Росстата, несмотря на значительный прирост показателя, Смоленская область среди регионов Центрального федерального округа (ЦФО) занимает лишь 16 место. За исключением г. Москвы и Московской области в тройку лидеров по обороту розничной торговли в 2024 г. вошли Воронежская, Тульская и Белгородская область (919,6 млрд. руб., 530,2 млрд. руб. и 509,2 млрд. руб. соответственно) [3].

Наибольшую долю в общей структуре формирования оборота розничной торговли составляют крупные коммерческие организации. На них в 2024 г. пришлось порядка 60% от общего объема оборота розничной торговли. Общая структура формирования оборота розничной торговли Смоленской области представлена на рисунке 2 [2].

На втором месте по вкладу в оборот розничной торговли в 2024 г. находились индивидуальные предприниматели. Они составили в общем обороте розничной торговли 21%. При этом в отличие от крупных коммерческих предприятий, доля которых в 2024 г. по отношению к 2020 г. увеличилась с 54% до 60%, доля индивидуальных предпринимателей осталась на прежнем уровне.

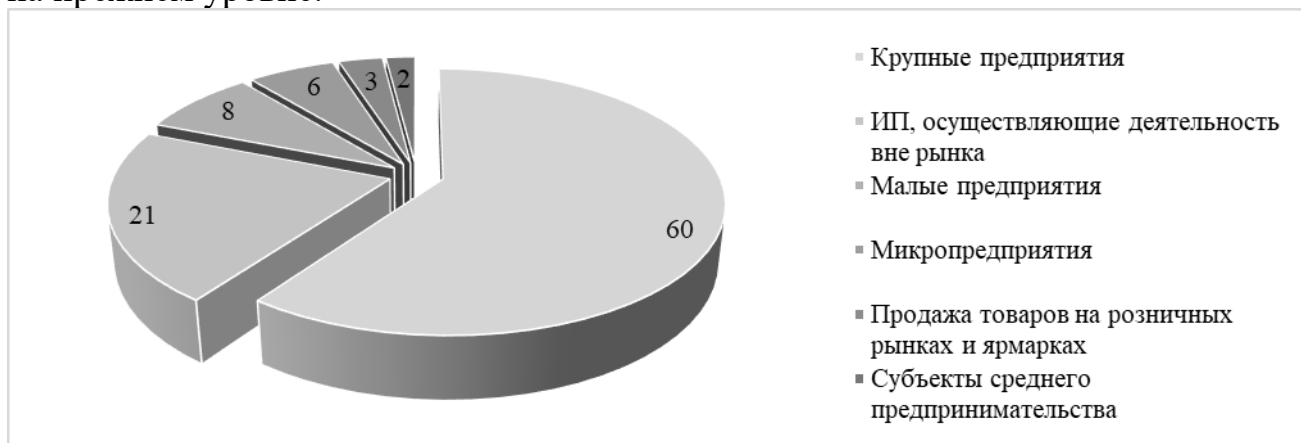


Рисунок 2 – Структура формирования оборота розничной торговли Смоленской области в 2024 г., %

В 2024 г. на продовольственные товары (продукты питания, а также напитки и табачные изделия) пришлось 50,4% (130,8 млрд. руб.). Наибольший рост продаж наблюдался по таким категориям товаров как рыба и

ракообразные, свежие фрукты и овощи, кондитерские изделия (прирост показателей – 153,1%, 147,1%, 131,8% и 129,3% соответственно). Продажи отдельных видов непродовольственных товаров, доход от реализации которых составил

128,9 млрд. руб., также увеличились. В число таких категорий товаров вошли мужская, женская и детская одежда, обувь, мобильные телефоны, телевизоры, косметические и парфюмерные товары, компьютеры. Прирост продаж этих товаров составил 197,7%, 172,2%, 148,6%, 147,6%, 142,2% и 139,6% соответственно [2].

Наряду с активным развитием розничной торговли фиксируется положительная динамика оборота оптовой торговли, в рамках которой организации осуществляют продажу товаров и услуг в больших объемах розничным торговцам и производителям. В период 2020-2024 гг. оборот оптовой торговли Смоленской области увеличился на 65,1%, составив в 2024 г. 948,3 млрд. руб. (выше показателя предыдущего года на 19,5%. Такая динамика обусловлено резким увеличением продаж отдельных категорий продовольственных товаров (рис. 3) [2].

Согласно представленным на рисунке 3 данным, можно сделать следующие выводы. Наибольший прирост в период 2020-2024 гг. зафиксирован по продажам мяса и мяса птицы (+75,7%). Объем продаж мяса и мяса птицы в натуральном выражении составил в 2024 г. более 28 тыс. тонн, что превысило показатель предыдущего года на 24,6%. Положительная динамика продаж наблюдалась и по остальным группам продовольственных товаров, представленных на рисунке 3. Так, продажи кондитерских изделий увеличились на 9,1%, масла сливочного – на 52,3%, сыра – на 69,9% и сахара – на 89%.

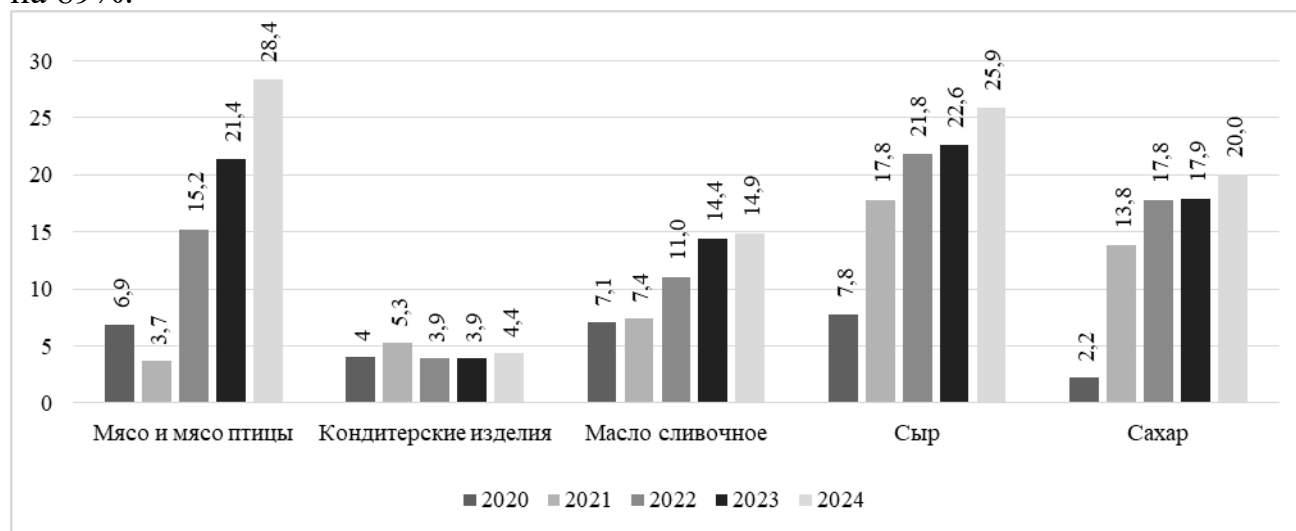


Рисунок 3 – Динамика продаж отдельных видов продовольственных товаров в период 2023-2024 гг., тыс. тонн

Благодаря ежегодному увеличению продаж оптом, Смоленская область удерживает высокую позицию в рейтинге регионов ЦФО по обороту оптовой

торговли – 5 место, уступая (за исключением г. Москвы и Московской области) только Воронежской и Белгородской областям. Оборóт оптовой торговли этих регионов составил 1934,8 млрд. руб. и 1116,5 млрд. руб. соответственно [3].

Оборóт общественного питания, в свою очередь, отражает выручку от продаж собственной кулинарной продукции и покупных товаров без кулинарной обработки населению для потребления различного рода организациями и индивидуальными предпринимателями. В 2024 г. оборóт общественного питания составил 10,8 млрд. руб., что на 13% больше показателя 2023 г. и на 47,2% показателя 2020 г. В структуре формирования оборóта общественного питания Смоленской области примерно равную долю составляют крупные коммерческие организации и индивидуальные предприниматели – 30% и 29% соответственно. Малые предприятия составляют в оборóт общественного питания 23%, а микропредприятия – 18% [2].

В рейтинге регионов ЦФО Смоленская область по оборóту общественного питания занимает 14 место. Лидерами (за исключением г. Москвы и Московской области) по данному показателю стали Воронежская, Тульская и Ярославская область. Оборóт общественного питания в этих регионах в 2024 г. составил 36,8 млрд. руб., 23,8 млрд. руб. и 20,0 млрд. руб. соответственно [3].

Говоря об объектах общественного питания, следует отметить, что их общее число в 2024 г. превысило 1,2 тыс. учреждений. При этом порядка 42% составляют столовые учебных заведений и предприятий. Такая же доля приходится на рестораны, кафе и бары. Оставшиеся 16% – общедоступные столовые и закусочные.

Самым динамично развивающимся сектором потребительского рынка является сфера платных услуг. В данном случае, объектом купли-продажи выступают услуги, реализуемые по цене, покрывающей издержки исполнителя и обеспечивающие ему прибыль. Так, объем оказанных населению в 2024 г. платных услуг составил 50,6 млрд. руб., превысив тем самым показатель 2023 г. на 9,5% и показатель 2020 г. на 36,0%. Следует отметить, что по объему оказанных населению платных услуг, Смоленская область занимает только 17 место среди регионов ЦФО. Лидерами по объему оказанных платных услуг в 2024 г. (за исключением г. Москвы и Московской области) стали Воронежская, Белгородская и Тульская область (объем платных услуг составил – 175,5 млрд. руб., 126,1 млрд. руб. и 115,2 млрд. руб. соответственно) [3].

Сфера платных услуг включает в себя множество различных видов услуг, структура которых представлена далее на рисунке 4 [2].

Наибольшую долю в общей структуре платных услуг, оказанных населению в 2024 г., составили коммунальные услуги. На них пришлось около 32%. Также в ТОП-3 платных услуг Смоленской области вошли телекоммуникационные и медицинские услуги – 16,7% и 9,3% соответственно. Важно отметить, что одним из приоритетных секторов экономики региона

признана индустрия туризма и гостеприимства. Их доля в 2024 г. в общем объеме платных услуг превысила 2%, составив в денежном выражении более 1 млрд. руб. Доля услуг в сфере туризма ежегодно увеличивается, что обусловлено развитием отрасли и привлечением большого количества гостей региона.

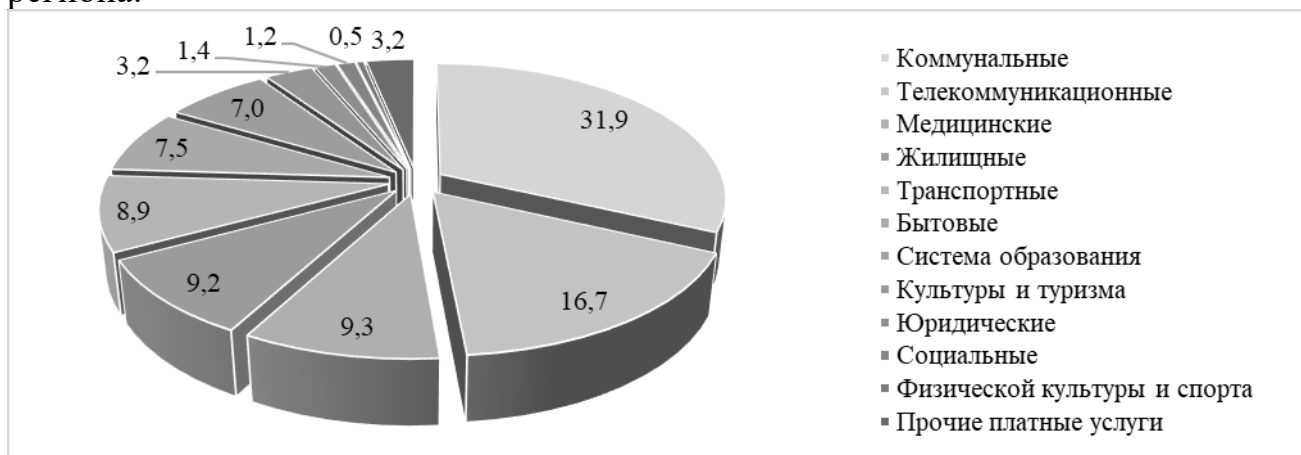


Рисунок 4 – Структура платных услуг населению Смоленской области по видам в 2024 г., %

Отдельно следует рассмотреть структуру платных бытовых услуг, объем которых в 2024 г. составил 3,8 млрд. руб., что больше показателя 2023 г. на 15,8%. Так, структура платных бытовых услуг представлена на рисунке 5.



Рисунок 5 – Структура платных услуг населению Смоленской области по видам в 2024 г., %

В структуре бытовых услуг (рис. 5) в ТОП-3 услуги в 2024 г. вошли техобслуживание и ремонт транспортных средств (35,1%), парикмахерские и косметические услуги (18,0%), а также ремонт и строительство жилья (16,1%).

Подводя итоги ранее представленной информации, можно сделать основные выводы. Потребительский рынок Смоленской области стремительно развивается, о чем свидетельствует существенное увеличение за последние пять лет оборота розничной и оптовой торговли, оборота общественного питания и объема оказанных населению платных услуг. Дальнейшего развитие потребительского рынка региона зависит от множества факторов, одним из

которых является степень и эффективность государственной поддержки отечественных предпринимателей.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Швец, Е. А. Современные реалии потребительского рынка Смоленской области / Е. А. Швец // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики и образования в современных условиях : Сборник XVI Международной студенческой научно-практической конференции, Оренбург, 15 апреля 2024 года. – Волгоград: ООО «Сфера», 2024. – С. 203-209.
2. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Смоленской области. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 28.03.2025).
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <https://67.rosstat.gov.ru/> (дата обращения 28.03.2025).

Секция 3

Экономико-правовое регулирование предпринимательской деятельности

УДК 338.22 (575.1)

Экономико-правовое регулирование выхода субъектов малого предпринимательства Республики Узбекистан на мировую арену

*А.Ю. Макушина, и.о. доцента
кафедры «Международная экономика»
Международного Университета Кимё в г.Ташкенте, Узбекистан*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы активизации ВЭД малого предпринимательства, рассматривается механизм государственного стимулирования внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства в Республике Узбекистан, а также осуществляется анализ роли малых предпринимательских структур в повышении конкурентоспособности национальной экономики и в развитии экспортного потенциала Республики Узбекистан.

Ключевые слова: малое предпринимательство, внешнеэкономическая деятельность, экспортный потенциал, экспорт, импорт, диверсификация, внешнеторговый оборот.

Abstract. The article discusses the issues of improving of foreign economic activity of small businesses, examines the mechanism of state promotion of foreign economic activity of small businesses in New Uzbekistan, and also analyzes the role of small business structures in increasing the competitiveness of the national economy and in developing the export potential of New Uzbekistan.

Keywords: small business, foreign economic activity, export potential, export, import, diversification of foreign trade turnover.

Республика Узбекистан проводит открытую, взаимовыгодную и конструктивную внешнюю политику, основываясь на национальных интересах страны. Современный внешнеполитический курс республики строится с учетом динамично меняющейся ситуации в мире и регионе, а также масштабных внутренних преобразований в стране.

«В нынешней сложной обстановке в мире мы последовательно продолжим открытую и прагматичную внешнюю политику, основанную на взаимном доверии и уважении» [5].

Главная цель внешнеполитической деятельности Республики Узбекистан - упрочение независимости и суверенитета государства, укрепление его места и роли на международной арене, создание вокруг страны пояса безопасности и стабильности, активное продвижение внешнеэкономических интересов республики. На сегодняшний день Республика Узбекистан установила дипломатические отношения с более чем 130 странами мира. В Ташкенте осуществляют свою деятельность 44 посольства зарубежных государств, 1 генеральное консульство, 8 почетных консулов, 17 представительств международных организаций, 13 представительств международных межправительственных и правительственных организаций иностранных государств, 1 торговое представительство с дипломатическим статусом [5].

В зарубежных странах и при международных организациях функционируют 55 дипломатических и консульских представительств Республики Узбекистан. Узбекистан является членом свыше 100 международных организаций и развивает взаимодействие с различными структурами многостороннего сотрудничества.

В условиях либерализации внешнеэкономической деятельности (ВЭД) в Республике Узбекистан возрастает роль и место малого предпринимательства в рыночных реформах, в решении проблем экономического роста, в углублении и расширении форм и видов международных экономических отношений страны и ее регионов, в активизации бизнес-групп в сфере ВЭД.

Одно из ключевых мест в этом процессе занимает создание благоприятных условий и стимулирование участия малого предпринимательства во внешнеэкономической сфере, поскольку позиции малых предприятий в самостоятельном и эффективном их позиционировании на внешних рынках весьма уязвимы и без государственной поддержки представляются малоперспективными. В Стратегии развития нового Узбекистана на 2022 - 2026 годы говорится о том, что необходимо - «Дальнейшее повышение экспортного потенциала республики и доведение объемов экспорта республики в 2026 году до 30 миллиардов долларов США».

В Республике Узбекистан в рамках Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития в 2017-2021 годах, а также Стратегии развития нового Узбекистана на 2022 - 2026 годы была создана и продолжает совершенствоваться значительная нормативно – правовая база, регулирующая предпринимательскую деятельность и стимулирующая выход малых предприятий на внешние рынки. Так, в Республике Узбекистан была введена конвертация, либерализован режим внешнеэкономической деятельности, снято множество заградительных барьеров, увеличены виды государственных услуг, оказываемых субъектам предпринимательства исключительно через Центры государственных услуг, государственная регистрация субъектов предпринимательства осуществляется в сети Интернет в режиме он-лайн в течение 30 минут, создан Государственный фонд поддержки развития предпринимательской деятельности, обеспечивающий оказание финансового

содействия субъектам предпринимательства за счет внедрения новых инструментов государственной поддержки, упрощен механизм выделения микрокредитов вновь зарегистрированным индивидуальным предпринимателям и субъектам семейного предпринимательства без образования юридического лица.

К важнейшим элементам системы стимулирования ВЭД малого бизнеса относится эффективная законодательная база, главной целью которой является создание общих экономических, правовых и организационных условий для формирования благоприятной предпринимательской среды.

Для расширения экспортного потенциала страны, оказания государственной поддержки организациям-экспортерам, а также стимулирования увеличения производства конкурентоспособной экспортной продукции был принят Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5587 от 29 ноября 2018 года «О мерах по дальнейшему стимулированию экспортного потенциала отечественных производителей», в котором установлено, что с 1 января 2019 года юридические лица, имеющие долю экспорта в общей выручке от реализации товаров (работ, услуг) более 15 процентов, в том числе через комиссионера (поверенного), уменьшают налогооблагаемую базу по налогу на прибыль юридических лиц в части прибыли, приходящейся на объем реализации товаров (работ, услуг) на экспорт; единому налоговому платежу в части объема реализации товаров (работ, услуг) на экспорт.

В целях дальнейшей либерализации внешнеэкономической деятельности, стимулирования увеличения экспортных поставок, повышения конкурентоспособности и финансовой устойчивости отечественных организаций-экспортеров, совершенствования деловой среды, исключения излишних и устаревших разрешительных процедур принято Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №163 от 23.02.2019 г. «Об утверждении положения о порядке экспорта плодоовощной продукции», в соответствии с которым предприниматели имеют право осуществлять экспорт плодоовощной продукции без наличия лицензии на оптовую торговлю, к их выручке применяется порядок налогообложения, предусматривающий уплату единого налогового платежа. Экспорт плодоовощной продукции может быть осуществлен без предварительной оплаты, открытия аккредитива, оформления гарантии банка, а также наличия полиса по страхованию экспортного контракта.

Кроме того, 24.05.2019 года было принято Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-4337 «О мерах по расширению механизмов финансирования и страховой защиты экспортной деятельности», в соответствии с которым Государственный фонд поддержки развития предпринимательской деятельности при Кабинете Министров Республики Узбекистан предоставляет экспортерам: компенсации на покрытие процентных расходов по предэкспортным кредитам коммерческих банков, поручительства по кредитам коммерческих банков в размере до 50 процентов включительно от

суммы предэкспортного кредита, но не более чем на 4 миллиарда сумов. Ассоциации банков Узбекистана совместно с коммерческими банками расширят виды финансирования предприятий-экспортеров, в том числе посредством предоставления кредитов для пополнения оборотных средств. А также будет внедрен механизм предоставления отечественным предприятиям-экспортерам (их уполномоченным представителям) субсидий на компенсацию до 50 процентов затрат на транспортировку железнодорожным транспортом при экспорте продукции [1].

Также, было принято Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 11.09.2019 г. №756 «Об утверждении Положения о порядке предоставления финансового содействия организациям-экспортерам Агентством продвижения экспорта при Министерстве инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан», которое определяет порядок предоставления Агентством продвижения экспорта при Министерстве инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан финансового содействия организациям-экспортерам в порядке компенсации затрат, связанных с внедрением международных систем стандартизации и сертификации, как в республике, так и за рубежом, регистрацией национальной продукции в зарубежных уполномоченных органах, созданием выставочных стендов и участием в международных выставках-ярмарках, проведением презентаций и рекламных кампаний, в том числе по продвижению традиционных национальных продуктов и брендов на потенциальные рынки сбыта [2].

Указом Президента Республики Узбекистан 30.09.2022 года № УП-228 «О мерах по дальнейшему расширению экспортного потенциала субъектов предпринимательства» [4], было установлено, что с 1 ноября 2022 года в случае, если сумма валюты, не поступившая в рамках одного экспортного контракта, не превышает 5 процентов стоимости всей продукции, отгруженной на экспорт, она не рассматривается в качестве просроченной дебиторской задолженности и к субъекту предпринимательства штраф не применяется. Данная норма также применяется к случаям, имевшим место до 1 ноября 2022.

Указом Президента Республики Узбекистан 06.04.2022 г. №УП-97 «О дополнительных мерах по поддержке участников внешнеторговой деятельности», было установлено, что с 1 апреля 2022 года до 1 апреля 2023 года:

□ отечественным предприятиям (их уполномоченным представителям) при экспорте продукции с высокой добавленной стоимостью в страны Европейского союза предоставляются субсидии на компенсацию транспортных расходов в размере до 70 процентов;

□ при экспорте продукции с высокой добавленной стоимостью, экспортируемой в соседние государства, предоставляются субсидии на компенсацию транспортных расходов в размере до 50 процентов.

Также, 14 марта 2024 года было подписано ПП-126 «О мерах по дальнейшему повышению роли объединений предпринимателей в развитии внешней торговли и региональной промышленности», где говорится о том, что на базе Агентства продвижения экспорта и Фонда поддержки экспорта в Узбекистане учреждается Компания по развитию торговли под управлением ТПП. Она будет распределять средства, выделяемые из бюджета на поддержку экспортёров в виде субсидий и компенсаций, а также помогать им выходить на новые рынки. Компания покроет часть расходов экспортеров на страховую премию, транспортные расходы при экспорте продукции, внедрение международных стандартов финансовой отчетности, затрат на аренду зарубежных офисов, складов, торговых помещений, на содержание домов, а также на рекламные кампании [3].

Активизации ВЭД субъектов малого предпринимательства способствует глубокая интеграция Узбекистана в мировую экономику и углубление взаимодействия как с международными организациями, такими как Всемирная торговая организация (ВТО), Евразийский экономический союз (ЕАЭС), так и с отдельными странами.

«Повышение конкурентоспособности национальной экономики, либерализация внешнеторговой политики, расширение географии экспорта, переход лидерства в структуре экспорта от сырья и промежуточной продукции к экспорту готовой продукции, повышение позиций национальной экономики на мировом рынке путем присоединения к ВТО с наименьшими потерями» – стратегическая задача Стратегии комплексного социально-экономического развития Республики Узбекистан до 2030 года.

Активизация работы по вступлению в ВТО связана с тем, что проводимые в Узбекистане реформы способствуют наращиванию экспортного потенциала и страна заинтересована в более широком выходе своих товаров на международные рынки, чему будет способствовать членство в данной организации. Вступление в ВТО носит комплексный характер, затрагивает все сферы экономики и внесет изменения не только во внешнеторговый режим страны (таможенные ставки, техническое регулирование, санитарные и фитосанитарные меры и др.), но и в регулирование таких сфер, как сельское хозяйство (государственная поддержка сельского хозяйства, регулирование цен и др.), интеллектуальная собственность, услуги (услуги со стороны иностранных компаний), государственные закупки, государственное регулирование экономики, малое предпринимательство и др.

В 2020 году Узбекистан получил статус наблюдателя в ЕАЭС, что является первым этапом интеграционного процесса нашей страны. Это дает Узбекистану уникальную возможность глубокого анализа положительных и отрицательных аспектов членства в ЕАЭС, изучения его влияния на национальную экономику, подготовки изменений и дополнений в национальное законодательство в соответствии с законодательством Союза. По словам главы нашего государства, это позволит выйти на качественно новый

этап практического и многопланового взаимодействия, глубже и лучше понимать важные процессы, происходящие в ЕАЭС.

Несмотря на то, что в последние годы произошло увеличение взаимной торговли между Узбекистаном и ЕАЭС, все еще сохраняется нереализованный потенциал для наращивания экспорта отечественной продукции в страны Союза. В настоящее время Узбекистан торгует беспошлинно со странами ЕАЭС в рамках договора о зоне свободной торговли СНГ. Вместе с тем, адаптация национальных технических регламентов (стандартов) к требованиям ЕАЭС позволит сократить действие нетарифных барьеров и будет способствовать наращиванию экспорта Узбекистана.

В 2020 году Еврокомиссия досрочно приняла решение предоставить Узбекистану статус бенефициара Всеобщей системы преференций плюс «GSP+». Это позволит Узбекистану удвоить число товаров, беспошлинно поставляемых в Евросоюз. С получением статуса бенефициара «GSP+» количество товарных позиций, которые узбекские производители смогут беспошлинно экспортировать в страны ЕС, вырастет до 6200. Вместе с тем, опыт ряда стран показывает, что получение статуса бенефициара «GSP+» не решает автоматически вопросы наращивания экспорта и получения свободного доступа узбекских экспортеров к новым рынкам стран Евросоюза без решения вопросов сертификации экспортной продукции. Учитывая данные обстоятельства, Президент поручил разработать отдельную программу эффективного использования системы «GSP+» в Узбекистане.

Помимо созданной законодательно-нормативной базы, стимулирующей выход субъектов малого предпринимательства на международную арену, в целях поддержания предприятий экспортеров, а также для повышения конкурентоспособности местной продукции на мировом рынке, увеличения экспортного потенциала страны и расширения возможностей выхода на новые рынки, банками Узбекистана была запущена система целевой работы с каждым предприятием, занимающимся экспортом. Всего в 2022 году предприятиям, осуществляющим экспортную деятельность в республике, по почти 6,5 тысяч кредитных договоров выделено 59,3 трлн. сумов, из них 21,4 трлн. сумов выделено на основе револьверных кредитов на пополнение оборотных средств.

Таким образом, в результате проводимых реформ за годы независимости в Узбекистане создана прочная законодательная база, обеспечивающая надежную защиту прав и законных интересов частных собственников, внедряются современные интерактивные формы бесконтактного оказания государственных услуг, налажен системный диалог делового сообщества с государством, созданы надежные правовые гарантии для ускоренного развития малого предпринимательства как важнейшего фактора формирования среднего класса, совершенствуется выход субъектов малого предпринимательства на мировую арену.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-4337 от 24.05.2019 «О мерах по расширению механизмов финансирования и страховой защиты экспортной деятельности». Режим доступа: <https://nrm.uz/contentf?doc=589770>
2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 11.09.2019 г. №756 «Об утверждении Положения о порядке предоставления финансового содействия организациям-экспортерам Агентством продвижения экспорта при Министерстве инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан». Режим доступа: <https://lex.uz/docs/4508533>
3. ПП-126 от 14 марта 2024 года «О мерах по дальнейшему повышению роли объединений предпринимателей в развитии внешней торговли и региональной промышленности». Режим доступа: <https://lex.uz/docs/6838940>
4. Указ Президента Республики Узбекистан от 30.09.2022 г. № УП-228 «О мерах по дальнейшему расширению экспортного потенциала субъектов предпринимательства». Режим доступа: <https://nrm.uz/contentf?doc=704775>
5. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису от 22.12.2022. Режим доступа: <https://president.uz/ru/lists/view/5774>

УДК 347

Эффективность публично-правового воздействия на сферу государственных и муниципальных закупок

***Н.В. Пустотина**, ст. преподаватель,
Е.А. Шурьгин, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Государственное воздействие на экономическую деятельность является неотъемлемым условием, поскольку публично-правовое воздействие предусматривает как свободные (диспозитивные), так и императивные механизмы. Умелое их сочетание позволяет говорить об уровне эффективности регулирования процессами. Использование запретов и ограничений не позволяет сторонам использовать принцип равенства сторон, что недопустимо в условиях рыночной экономики. В статье рассматриваются отдельные положения об эффективности, гарантиях и защите (поддержки) участников закупочной деятельности.

Ключевые слова: закупочная деятельность, малое предпринимательство, регулирование.

Abstract. Government influence on economic activity is an essential condition, since public law influence provides for both free (dispositive) and imperative mechanisms. Their skillful combination allows us to talk about the level of efficiency of process control. The use of prohibitions and restrictions does not allow the parties to use the principle of equality of the parties, which is unacceptable in a market economy. The article discusses certain provisions on the effectiveness, guarantees and protection (support) of procurement participants.

Keywords: procurement, small business, regulation.

Наличие публично-правового регулирования отдельных отраслей хозяйственной деятельности выражается в механизмах государственного регулирования. Традиционными мерами государственного воздействия является регистрация хозяйствующих, лицензирование и сертификация осуществляемых видов деятельности [1, с. 71; 2, с.176].

Система государственных и муниципальных закупок в Российской Федерации, имеющая достаточный опыт применения, позволяющий проанализировать отдельные ее аспекты, демонстрирует новые формы государственного воздействия на экономические процессы в рамках государства.

Начиная с 2005 года российский законодатель, специальными нормами права начинает регулировать отношения по поставке товаров (оказанию услуг и выполнению работ) для государственных и муниципальных нужд. Первоначальное закрепление данные отношения получили в части второй Гражданского кодекса Российской Федерации. Наличие нужд публично-правового субъекта (образования) не может рассматриваться без механизма государственного регулирования. С учетом специфики нужд – необходимо удовлетворить потребности населения, заказчика (в том числе и государственного) и участника закупки, который представлен субъектом предпринимательства, физическим лицом и новым участником хозяйственного оборота – самозанятым.

В настоящее время риск банкротства сохраняет свои устойчивые позиции и недопущение его реализации предполагает наличие предупредительных мер как частного, так и публичного характера [3, с.86].

Многолетний опыт (с 2006 года) государственных и муниципальных закупок позволяет выявить ряд положительных аспектов.

Примером положительного нормативно-правового регулирования, по нашему мнению, является наличие единого информационного портала (архива), адрес которого неизменен с начала создания Единой Информационной Системы - <https://zakupki.gov.ru>. Однако, платформы, порталы, функционирующие в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, связаны с рисками: вирусы, технические риски и др. В частности, мы столкнулись с рисками, затронувшими функционирование информационного пространства - переход с браузера Internet Explorer. Переход был связан с прекращением разработки браузера, который был заменен Microsoft Edge, на который с февраля 2023 года по умолчанию стали перенаправляется ссылки с ранее функционирующего браузера.

Для заказчиков и участников закупки указанный переход означал несение расходов на обновление оборудования. В настоящее время участники рассматриваемых отношений вправе самостоятельно выбирать браузеры, но

рекомендации по работе на Единой информационной Системе могут указывать на наиболее работоспособные.

Нормативно-правовое регулирование отношений, предполагает актуализацию публично-правового воздействия, поскольку любые отношения с положительным экономическим эффектом совершенствуются из года в год.

Вопросы цифровизации и платформенной занятости также влияют на форму хозяйственной деятельности [4, с.84]. И система закупок наглядно демонстрирует свободу от офисной занятости.

Введенный в действие в 2014 году Федеральный закон №44 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» сменил ФЗ №94 «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», претерпевает ежегодные неоднократные изменения и дополнения.

Одним из важных аспектом государственного регулирования, по нашему мнению, являются меры поддержки отдельным категориям участников закупочных отношений, и в первую очередь, поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства.

В соответствии с положениями Федерального закона о контрактной системе (ФЗ №44), заказчику вменяется обязанность закупить продукцию (товары, работу, услуги) в определённом объеме у субъектов, в отношении которых устанавливается режим преференции, льгот, поддержки. Подобными категориями субъектов выступают участники закупок, относящиеся к субъектам малого, социально-ориентированным некоммерческим организациям, организациям инвалидов, учреждениям и предприятиям уголовно-исполнительной системы.

Учитывая необходимость поддержки субъектов малого предпринимательства, выступающих альтернативой работникам в трудовых отношениях, российский законодатель весьма успешно применяет механизм государственного воздействия на заказчиков, с целью поддержки субъектом малого предпринимательства.

В частности, названный ФЗ №44 содержит императивное указание на необходимость закупок у субъектов малого предпринимательства товаров, работ, услуг в объеме - «не менее чем двадцать пять процентов совокупного годового объема закупок». Пять лет назад этот объем составлял не менее 15 процентов. Увеличение объема закупок позволяет сделать вывод об исполнении нормативов закупок заказчиками, а соответственно и о росте поддержки субъектов предпринимательства. Проблема в объективном изучении вопроса об эффективности названной меры, заключается в отсутствии в Единой Информационной Системе статистических данных о количестве и объемах закупок у данной категории субъектов и их доли в общих показателях закупок. Поиск по отдельным электронным торговым площадкам, по отчетам корпорации малого и среднего предпринимательства, затруднителен.

Также, необходимо отметить, что расчет по договору с субъектом малого и среднего предпринимательства законодательно указан, как основание, не допускающее право выбора сторонами (согласование условий по оплате), а именно, составляет не более 7 (семи) рабочих дней. Ранее действовавшее положение о сроках расчета с субъектом малого и среднего предпринимательства закрепляло срок 15 рабочих дней. Несомненно, заказчик обладает финансовыми ресурсами для расчета с победителем закупочной процедуры, однако может возникать техническая ошибка в тексте договора/контракта. А именно, заказчик формирует шаблоны договоров, в рамках, исполнения которых будут удовлетворяться его потребности. При формировании шаблонов может быть предусмотрен ранее установленный срок или традиционно используемый заказчиком срок расчет по договорам, например, 10 рабочих дней. В какой-то момент заказчик не отредактирует условия договора в должный формат сроков, но произведет оплату в законодательно-закрепленных пределах. По факту мы имеем нарушение условий договора, и одновременно отсутствует нарушение сроков расчета.

В итоге, говоря о сроках расчета, дальнейшее сокращение навряд ли будет иметь место, да и подобные короткие сроки могут создавать технические препятствия.

Таким образом, законодатель предоставляет ряд льгот, способствующих приобретению статуса субъекта малого и среднего предпринимательства. Однако, в данном случае, заказчик ограничивается в своих правах. Принцип профессионализма в закупочной деятельности фактически обеспечивается заказчиком, руководитель которого, контрактные и закупочные комиссии в лице их членов проходят периодическое повышение квалификации.

Повышение квалификации порождает еще один аспект, требующий более детального регулирования, по нашему мнению. Образовательные организации различных форм собственности, оказывающие платные образовательные услуги неоднозначно, подходят к вопросу о качестве подобных услуг. Некоторые образовательные организации, государственной формы собственности, имеют широкую сеть филиалов, обладают высококвалифицированным составом научно-педагогических сотрудников, сотрудников-практиков, в том числе и в области закупочной деятельности, которую осуществляют с учетом самостоятельности, формируя собственные внутрифилиальные закупочные комиссии, но не контрактную комиссию. Целесообразно использовать названные достоинства государственных образовательных учреждений в области оказания платных образовательных услуг закупочным комиссиям одного филиала, сотрудниками (специалистами по закупкам) другого филиала. Индивидуальный номер налогоплательщика у филиальной сети единый, но причина постановки на учет по месту нахождения у каждого филиала уникальный. В подобном случае объем финансовой государственного финансирования мог бы быть изменен с учётом объемов оказания данных образовательных услуг. Необходимо учитывать и репутацию

образовательного учреждения, которая отражается и в качестве оказанных услуг.

Система закупочных отношений предоставляет еще один важный элемент поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства – это создание электронных торговых площадок, на которых размещаются заказы исключительно для субъектов малого и среднего предпринимательства. Данный механизм помогает субъектам малого предпринимательства конкурировать с себе подобными субъектами, а не с более состоятельными, более грамотными предпринимателями. Государство помогает СМП иметь рынок сбыта продукции.

В таблице 1 представлена информация об электронных торговых площадках для субъектов малого и среднего предпринимательства (субъекты МСП), а также данные о дате их регистрации и размерах уставного капитала.

Указанные торговые площадки находятся в частной собственности.

Как видно из данных таблицы 1, не все торговые площадки имеют не единую организационно-правовую форму. Площадки в форме акционерного общества имеют возможность пустить уставный капитал в оборот посредством выпуска акций, а уставный капитал обществ с ограниченной ответственностью в виде денежных сумм, находится на банковских счетах. По общему правилу использование уставного капитала допустимо при ликвидации общества, что позволяет сделать вывод о «выгодности» формы общества с ограниченной ответственностью для торговых площадок в данном случае, для наличия оборотоспособности капитала, привлекаемого банками. Проявляется механизм финансовой деятельности, позволяющий использовать несобственные финансовые ресурсы.

Таблица 1

Электронные торговые площадки для субъектов малого и среднего предпринимательства

Наименование ЭТП	Дата регистрации	Уставный капитал, руб.
АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан»	15.09.2017	142 625 000
АО «ЕЭТП» («Росэлторг»)	19.05.2009	200 000 000
АО «РАД» (Российский аукционный дом)	31.08.2009	30 000 000
АО «ТЭК — Торг»	25.12.2012	201 000 000
АО «ЭТС» (ЭТП «Фабрикант»)	20.06.2008	21 000 000
АО «Сбербанк-АСТ»	19.07.2002	432 745 680
ООО «РТС-тендер»	16.10.2000	370 000 000
ООО «ЭТП ГПБ»	23.06.2004	600 010 000

Поддерживающие мероприятия выражаются отчасти в национальных проектах, которые существуют и в области малого предпринимательства: проект 2019-2024 гг. «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

В рамках реализации поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства с 2015 года функционирует Акционерное общество

«Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства», являющееся федеральным институтом поддержки малого и среднего предпринимательства. В информационном пространстве Корпорация позволяет субъектам МСП принять участие в закупках крупных заказчиков. Особого внимания заслуживает факт перехода в самозанятые индивидуальным предпринимателем [5, с.119]. И как законодатель будет реагировать на участие самозанятого в закупках – покажет опыт их привлечения, который также набирает обороты.

В итоге, мы можем констатировать, что публично-правовое воздействие, выражающееся в механизме государственного регулирования, предусматривающего императивные указания, а также льготы для отдельных категорий участников закупочной деятельности в основной массе является эффективным и приносящим положительный результат.

Баланс интересов обеих сторон закупочной деятельности может дать более положительный эффект. В этой связи, мы считаем допустимым при соблюдении 25-ти процентной доли закупок у субъектов МСП учитывать и несостоявшиеся закупки, по итогам которых не было подано ни одной заявки. В данном случае эффективность публично-правового воздействия возрастет.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Пустотина Н.В., Новиченкова Е.В. Влияние лицензирования и сертификации на экономику организации авиационной отрасли//Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Электронный сборник XIX Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2024. С. 70-76.
2. Петяхина А.А., Пустотина Н.В. Отдельные аспекты государственного регулирования в сфере малого и среднего предпринимательства. // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Сборник XVII Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2021. С.175-181.
3. Пустотина Н.В., Сундетбаева Ж.К. Отдельные положения о банкротстве юридических и физических лиц в России. // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Сборник XVII Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2022. С. 82-87.
4. Пустотина Н.В. Цифровизация хозяйственной деятельности в современных условиях. //Сборник: Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Сборник научных статей VI Международного научного форума. В 2-х томах. Москва, 2024. С. 84-89.
5. Куркина А.А., Пустотина Н.В. Новые формы регионального хозяйствования// Социально-экономическое развитие регионов России: тенденции, проблемы, перспективы. Сборник научных трудов II Всероссийской научно-практической конференции. Волгоград, 2022. С. 118-124.

Роль налоговой политики в стимулировании предпринимательства в Узбекистане

*Саттарова Б. Ш., ст.преподаватель
Ташкентский филиал РЭУ им Г.В. Плеханова*

Аннотация. В данной статье рассматривается стратегическая роль налоговой политики Узбекистана в стимулировании развития предпринимательской деятельности и привлечении инвестиций. Статья освещает создание свободных экономических зон как механизм привлечения иностранных инвестиций и стимулирования экспортноориентированного производства, включая снижение налоговых ставок для малого и среднего бизнеса, упрощение налогового администрирования через внедрение цифровых технологий, а также предоставление налоговых льгот для стартапов и инновационных проектов.

Ключевые слова: налог, бизнес, бюджетная политика, льготы, прибыль.

Abstract. This article examines the strategic role of Uzbekistan's tax policy in stimulating the development of entrepreneurial activity and attracting investment. The article highlights the creation of free economic zones as a mechanism for attracting foreign investment and stimulating export-oriented production, including reducing tax rates for small and medium-sized businesses, simplifying tax administration through the introduction of digital technologies, as well as providing tax incentives for startups and innovative projects.

Keywords: tax, business, budget policy, benefits, profit.

В современной экономике налоговая политика играет ключевую роль в создании благоприятных условий для развития предпринимательства. В Узбекистане, где малый бизнес и частное предпринимательство являются важными драйверами экономического роста, налоговая система становится инструментом, способным стимулировать или, наоборот, сдерживать развитие бизнеса. В последние годы правительство Узбекистана активно реформирует налоговую политику, чтобы создать более комфортные условия для предпринимателей и привлечь инвестиции, активно стремится к модернизации экономики и привлечению инвестиций, налоговая политика становится важным инструментом в поддержке и развитии предпринимательства. Указ Президента Республики Узбекистан, от 26.09.2019 г. № УП-5837 «О мерах по дальнейшему совершенствованию налоговой политики Республики Узбекистан» направлены на снижение налоговой нагрузки и сокращению диспропорций в налогообложении субъектов предпринимательства [1].

Динамика индикатора бизнес климата в Узбекистане включает оценку трех основных индикаторов:

- оценка текущего состояния бизнеса;
- ожидание перспектив развития бизнеса;
- сводный индикатор бизнес-климата.

В последние годы Узбекистан провел ряд реформ, направленных на улучшение бизнес-климата. Среди ключевых изменений можно выделить:

– снижение налоговых ставок — для малого бизнеса были снижены ставки налога на прибыль и налога на добавленную стоимость (НДС). Это позволило предпринимателям увеличить свои доходы и реинвестировать их в развитие;

– введение упрощенной системы налогообложения — для микропредприятий и индивидуальных предпринимателей была внедрена упрощенная система, которая значительно снизила административную нагрузку;

– налоговые каникулы — новые предприятия в определенных отраслях (например, в сельском хозяйстве, IT-сфере) получили возможность временно не платить налоги, что способствовало их быстрому росту;

– стимулирование экспорта — для компаний, занимающихся экспортом, были введены льготы, что помогло увеличить объемы внешней торговли.

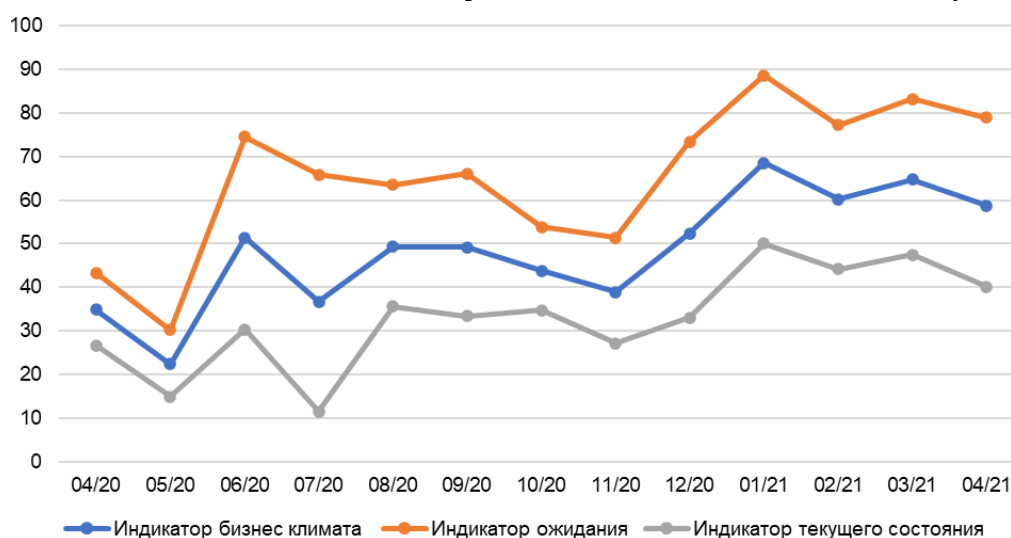


Рисунок 1 - Динамика индикаторов бизнес-климата за 2020-2021 гг.[2]

Последовательное снижение налоговой нагрузки, упрощение системы налогообложения, а также совершенствование налогового администрирования являются наиважнейшими условиями ускоренного развития экономики и повышения инвестиционной привлекательности страны. Президент Узбекистана Ш. Мирзиёев 24 декабря 2024 года подписал закон «О внесении дополнений и изменений в некоторые законодательные акты Республики Узбекистан в связи с принятием основных направлений налоговой и бюджетной политики на 2025 год» [3]. Одним из значительных шагов в стимулировании предпринимательской деятельности в Узбекистане является

реформа налоговой системы, включая снижение налоговых ставок для малого и среднего бизнеса. Это включает уменьшение ставок подоходного налога и налога на прибыль, что делает ведение бизнеса более привлекательным и менее обременительным для предпринимателей.

На 2025 год в Узбекистане сохранены действующие ставки основных налогов:

- 1) Налог на прибыль — 15%;
- 2) НДС — 12%;
- 3) Налог на доходы физлиц — 12%;
- 4) Социальный налог — 25% для бюджетных организаций и 12% для остальных;
- 5) Налог с оборота — 4%;
- 6) Земельный налог (сельхозземли) — 0,95%;
- 7) Налог на имущество юрлиц — 1,5%;
- 8) Налог на воду для орошения — 100 сумов за 1 кубометр (с коэффициентом 1,1 при отсутствии счётчиков и водосберегающих технологий) [4].

Указом президента Узбекистана до 2028 года не будут повышаться ставки НДС и налога на прибыль. При ТПП будет создан Центр содействия предпринимателям в выходе на внешние финансовые рынки.

С 1 января 2025 года по 1 января 2028 года для предприятий швейной, обувной и кожгалантерейной промышленности, выполняющих определённые социальные условия, устанавливаются льготные налоговые ставки: налог на прибыль — 1%, налог на доходы физических лиц — 1%.

Для этого необходимо, чтобы:

- не менее 15% от общего количества работников составляли члены семей, включённых в Единый реестр социальной защиты или реестр бедных семей;
- ежемесячная зарплата каждого работника должна быть не менее двухкратного размера минимального размера оплаты труда (2,31 млн сумов);
- в налоговый период общая выручка, поступившая от реализации швейно-трикотажной, обувной или кожгалантерейной продукции, должна составлять не менее 90% совокупного дохода, полученного от реализации товаров (услуг).

С 1 января 2025 года отменён 10-процентный адвалорный акциз для сигарет с фильтром и повышена ставка для внутреннего рынка на 19,7% — до 300 тысяч сумов (было 250,7 тысячи сумов), для импортных сигарет — 330 тысяч сумов (+1,5%, было 325 тысячи сумов). С 1 января для местной алкогольной продукции (водка, коньяк и прочее) ставка акциза проиндексирована на 10% и теперь составляет 44 тысячи сумов (вместо 40 тысяч) за 1 литр спирта, а для импортных товаров она снижена на 25% — с 101,5 тысячи до 76 тысяч сумов [5].

С 1 января повышены на 10% налоговые ставки за использование водных ресурсов для водопользователей, включая электростанции, коммунальные предприятия, производителей безалкогольных и алкогольных напитков, кроме

пива и вина, и промышленные предприятия. В соответствии с постановлением президента (ПП-107) от 1 апреля 2023 года налоговые ставки на воду для других секторов будут постепенно унифицированы с промышленными тарифами. Налог на воду для автомоек повышен в 5,5 раза — с 2700 до 15 тыс. сумов за 1 кубометр.

Узбекистан значительно упростил процесс налогового администрирования, внедрив электронные системы декларирования и оплаты налогов. Эти изменения направлены на сокращение бюрократических барьеров и времени, необходимого для выполнения налоговых обязательств, что особенно важно для малых предприятий. Постановление Президента Республики Узбекистан, от 10.07.2019 г. № ПП-4389 «О дополнительных мерах по совершенствованию налогового администрирования» направлено на совершенствование налоговой политики, повышению эффективности налогового администрирования, последовательному снижению налогового бремени, упрощению налоговой системы и коренному сокращению налоговых отчетов [6]. В частности, отменён порядок применения дополнительных высоких налоговых ставок при расчёте налога на имущество и предпринимателям с оборотом более 1 млрд. сумов будет автоматически выдаваться свидетельство плательщика НДС.

Таблица 1

Сведения о поступлениях в бюджет Узбекистана за IV квартал 2024 года по видам налогов (млрд.сум) [7].

№	Виды налогов	поступления	доля (в процентах)
	Всего, поступлений в бюджет, в т.ч.	64 584	100
1	Налог на добавленную стоимость	11 135	17,2
2	Акциз налог	5 046	7,8
3	Налог на прибыль юридических лиц	21 610	33,5
4	Налог на доходы физических лиц	9 980	15,5
5	Налог за пользование недрами	7 268	11,3
6	Налог за пользование водными ресурсами	551	0,9
7	Налог на имущество	1 652	2,6
8	Земельный налог	2 198	3,4
9	Налог с оборот	724	1,1
10	Государственные пошлины и штрафы	1 516	2,3
11	Другие налоги и сборы	2 903	4,5

Таблица 1 подчеркивает зависимость государственного бюджета от корпоративного сектора и потребительских налогов (НДС), а также роль различных видов налогов в структуре государственных доходов. Из этого анализа можно сделать вывод, что налоговая система сильно зависит от налога на прибыль юридических лиц и НДС, которые вместе образуют более половины всех налоговых поступлений. Это подчеркивает роль крупного бизнеса и потребительского рынка в финансировании государственных расходов. Однако также стоит отметить разнообразие налоговых источников, что способствует балансу и устойчивости бюджетных поступлений.

Правительство Узбекистана ввело ряд налоговых льгот и преференций для стартапов и компаний, работающих в высокотехнологичных и инновационных отраслях. Это включает временное освобождение от налога на прибыль, а также инвестиционные налоговые кредиты, что стимулирует развитие новых технологий и создание высококвалифицированных рабочих мест. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан, от 29.05.2024 г. № 303 «О дополнительных мерах по поддержке перспективных стартап-проектов в сфере цифровых технологий и направлении на экспорт деятельности крупных организаций отрасли» [8]. IT-компании получили новые налоговые льготы в Узбекистане согласно новому Указу Президента №УП-157 от 14.10.2024 г. В срок до 1 июня 2027 года Министерство цифровых технологий запустит онлайн-реестр выпускников, обучившихся у резидентов IT-парка, оказывающих IT-образовательные услуги на имеющихся платформах, трудоустроившихся на предприятиях экспортерах, являющихся резидентами IT-парка [9]. Компании-резиденты IT-парка освобождены до 1 января 2028 года от уплаты всех видов налогов и обязательных отчислений в государственные целевые фонды, в том числе:

- ☐ налога на прибыль;
- ☐ налога с оборота;
- ☐ налога на добавленную стоимость (НДС)
- ☐ социального налога.

В Узбекистане активно развиваются свободные экономические зоны (СЭЗ), где предприятиям предоставляются значительные налоговые льготы, включая освобождение от налога на прибыль, земельного налога и налога на имущество на определенный период. Эти меры предназначены для привлечения иностранных инвестиций и стимулирования экспортно-ориентированного производства. Закон Республики Узбекистан, от 17.02.2020 г. № ЗРУ-604 «О специальных экономических зонах» направлен на регулирование отношений в сфере организации функционирования и развития специальных экономических зон [10]. Система льгот инвесторам является важнейшим стимулятором для развития свободных экономических зон. Опыт стран с различным уровнем экономического развития демонстрирует, что создание свободных экономических зон (СЭЗ) эффективно стимулирует инвестиционную активность [11, с.88]. Налоговые льготы, доступность и невысокая стоимость трудовых ресурсов, а также упрощенные процедуры импорта и экспорта сырья и готовой продукции делают эти зоны привлекательными для многих зарубежных компаний. В результате происходит ускоренная модернизация и техническое обновление существующих производств, повышение квалификации рабочих и управленческого персонала, что способствует их адаптации к глобальным условиям и международной конкуренции [12, с.202].

Виды налогов и платежей, от которых освобождены резиденты СЭЗ Узбекистана [13, с.552].

№	СИЭЗ «НАВОИ» На основании Указа Президента Республики Узбекистан от 2 декабря 2008 года, УП-4059	СИЗ «АНГРЕН» На основании Указа Президента Республики Узбекистан от 13 апреля 2012 года, УП-4436	СИЗ «ДЖИЗАК» На основании Указа Президента Республики Узбекистан от 18 марта 2013 года, УП-4516
1	Налог на прибыль		
2	Налог на имущество юридических лиц		
3	Налог на благоустройство и развитие социальной инфраструктуры		
4	Единый налоговый платеж для малых предприятий		
5	Обязательное отчисление в Республиканский дорожный фонд		
6	Земельный налог		
7	Обязательное отчисление в Республиканский фонд школьного образования		
8	Таможенные платежи (кроме таможенных сборов) на оборудование, комплектующие изделия и материалы для производства продукции на экспорт на весь период деятельности СИЭЗ	Таможенные платежи (кроме таможенных сборов) на оборудование, комплектующие изделия и материалы, не производимые в республике, завозимые на территорию СИЗ «Ангрен» в рамках проектов, утвержденных КМ	

Инвестиционных проекты, реализуемые в специальной индустриальной зоне «Джизак» с привлечением прямых иностранных инвестиций и кредитов направлены на реализацию совместных проектов в таких сферах, как энергетика, электронное оборудование, телекоммуникации, текстильная, машиностроительная отрасли и фармацевтика.

Таким образом, Правительство Узбекистана также предпринимает шаги по улучшению налоговой политики для международных компаний, включая заключение двусторонних налоговых соглашений для избежания двойного налогообложения. Это создает более предсказуемую и стабильную налоговую среду для иностранных инвесторов. Совершенствование налогового администрирования требует укрепления доверия и взаимодействия между налоговыми органами и налогоплательщиками. Налоговые органы должны обеспечить стабильность и ясность налогового законодательства. Для этого новое законодательство должно систематически основываться на предварительных консультациях для выявления дополнительных чистых затрат и сложностей, которые могут вызвать эти изменения для налогоплательщиков [14]. Для дальнейшего стимулирования предпринимательства необходимо:

- продолжать снижать налоговую нагрузку, особенно для начинающих бизнесов;
- расширять перечень льгот для инновационных и социально значимых проектов;
- улучшать информированность предпринимателей о налоговых изменениях;
- бороться с коррупцией и упрощать административные процедуры.

Налоговая политика Узбекистана направлена на создание благоприятных условий для предпринимательства и инвестиций. Путем снижения налоговых ставок, упрощения административных процедур, предоставления льгот для новых и инновационных проектов, а также развития свободных экономических зон, страна стремится стимулировать экономический рост и создать устойчивую экономику, ориентированную на будущее. Однако для достижения максимального эффекта необходимо продолжать совершенствовать налоговую систему, устраняя существующие барьеры и создавая новые стимулы для роста. В условиях глобальной конкуренции именно гибкая и продуманная налоговая политика может стать ключом к успеху для бизнеса Узбекистана.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента Республики Узбекистан, от 26.09.2019 г. № УП-5837 О мерах по дальнейшему совершенствованию налоговой политики Республики Узбекистан// URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lex.uz/ru/docs/4529989>
2. Бизнес-климат Узбекистана в годовой динамике // Центра экономических исследований и реформ (ЦЭИР)//URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cerr.uz/ru/post/civil/biznes-klimat-uzbekistana-v-godovoj-dinamike>.
3. Закон Республики Узбекистан, от 24.12.2024 г. № ЗРУ-1014. О внесении дополнений и изменений в некоторые законодательные акты Республики Узбекистан в связи с принятием основных направлений налоговой и бюджетной политики на 2025 год// URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lex.uz/docs/7279959>
4. Налоговый комитет Республики Узбекистан // URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://soliq.uz/press-services/news/show/izmeneniya-po-nds?lang=ru>
5. Что меняется в акцизном налоге в 2025 году. URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://buxgalter.uz/ru/publish/doc/text205297_что_menyaetsya_v_akciznom_naloge_v_2025_godu
6. Постановление Президента Республики Узбекистан, от 10.07.2019 г. № ПП-4389 «О дополнительных мерах по совершенствованию налогового администрирования». URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lex.uz/docs/4415358>
7. Сведения о поступлениях в бюджет Узбекистана за IV квартал 2024 года по видам налогов // URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: 00000000949897b00194b5855c53000d.pdf.
8. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан, от 29.05.2024 г. № 303// URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lex.uz/docs/6949202>
9. Указ Президента Республики Узбекистан, от 14.10.2024 г. № УП-157 О дополнительных мерах по поддержке предприятий, занимающихся экспортной деятельностью в сфере цифровизации // URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lex.uz/uz/docs/7158997>
10. Закон Республики Узбекистан, от 17.02.2020 г. № ЗРУ-6040 специальных экономических зонах // URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lex.uz/ru/docs/4737514>
11. Саттарова Б.Ш. Стратегические направления развития свободных экономических зон в Узбекистане. В сборнике: Развитие финансового рынка и предпринимательских структур в современных условиях. Материалы Всероссийской научно-практической конференции к празднованию 30-летия со дня образования Казначейства России. Волгоград, 2023. С. 88-91.
12. Нуралиева М.М. Финансовые технологии и их совершенствование в 21 веке. Сборник материалов IV Межфилиальной международной научной конференции Брянского

филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова. Москва, 2024. Изд.: Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс". С. 202-206.

13. Кудратов З.Г, Тошбоев Б.Б. Йулдошев Ш.Т, Роль свободных экономических зон в развитии экономики Узбекистана // Молодой ученый. Казань, 2014. №4. С.552– 557

14. Совершенствование правовой среды предпринимательства и инвестиционной деятельности в странах Центральной Азии// Отчет о прогрессе ОЭСР// URL: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://eu-cai.org/wp-content/uploads/2023/12/LEB-RU-PDF.pdf>

УДК 336.6

Риски предпринимательства: факторы и маркеры критических изменений

О.М. Смолякова, к.э.н., доцент

Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Республика Беларусь

Аннотация. Ведение предпринимательской деятельности всегда было и будет сопряжено с определенными рисками. Важной задачей менеджмента является нахождение оптимальной величины риска, позволяющей вести эффективную деятельность. При этом неграмотное управление рисками может привести предприятие к несостоятельности и банкротству. В статье выделены основные факторы рисков предпринимательства, предложены маркеры наступления их значимой величины.

Ключевые слова: Риски, банкротство, рентабельность, финансовый цикл, эффект финансового рычага, операционный рычаг.

Abstract. Conducting business activities was and will be associated with certain risks. An important task of management is to find the optimal risk value that allows for effective activity. At the same time, ineffective risk management can lead an enterprise to insolvency and bankruptcy. The article identifies the main factors of entrepreneurship risks, and proposes markers of the onset of their significant value.

Keywords: Risks, bankruptcy, profitability, financial cycle, effect of financial leverage, operating leverage.

Осуществление предпринимательской деятельности всегда связано с определенными рисками. Мировая практика ведения бизнеса идет по пути привлечения кредитных средств для развития предприятия. И это связано не с недостаточностью собственного капитала, а с желанием обеспечить быстрые темпы роста и расширенного воспроизводства. Но при принятии решения о привлечении очередного транша заемных ресурсов в виде кредитов, займов, получении авансов под будущие поставки продукции (объемы работ, услуг) или приобретении долгосрочных активов на условиях лизинга менеджеры должны тщательно рассчитать возможности предприятия по погашению будущих обязательств, а также учесть все возможные риски. При ненадлежащем планировании, желании быстрого наращивания капитала и

непринятии во внимание всех возможных рисков предприятия могут прийти к финансовой несостоятельности и даже банкротству.

Неопределенность в состоянии экономической системы страны или региона, наличие значительного фактора внешнего воздействия на состояние данной системы неизбежно увеличивают обычные предпринимательские риски. При принятии управленческих решений необходимо опираться не только на сложившиеся тенденции и «работающие» схемы, но принимать во внимание вариативность условий ведения бизнеса. Именно изменчивость и непредсказуемость современной экономической среды может стать критичным «подводным камнем», который не был учтен, и привести финансовому краху. На дату публикации по данным Единого государственного реестра сведений о банкротстве в Республике Беларусь из 1213 дел о несостоятельности и банкротстве только 29 субъектов хозяйствования находятся в стадии санации, при этом в стадии ликвидации – 855. [4]

Среди множества факторов, приводящими к банкротству, можно выделить основные:

- Неэффективное управление: неэффективное управление ресурсами, стратегические ошибки и неправильные решения.
- Финансовые проблемы: недостаток оборотных средств и связанная с этим необходимость привлечения значительных сумм заемных средств при недостаточной прибыльности бизнеса.
- Конкуренция: выход новых «игроков» на рынок может создать высокую конкуренцию и привести к снижению цен на товары и услуги, что снижает прибыльность предприятий.
- Экономические кризисы: нестабильность национальной экономики, изменение курсов валюты, инфляция, экономические санкции.

Каждая группа факторов может иметь свои маркеры и пути снижения рисков. Специалисты используют множество показателей, характеризующих эффективность использования ресурсов: фондоотдача, материалоемкость, затраты на рубль товарной продукции, рентабельность продаж, затрат и различных групп капитала, оборачиваемость различных групп активов. На наш взгляд, основными критериями в данном случае служат показатели рентабельности продаж и длины финансового цикла (ФЦ):

$$\text{ФЦ} = \text{П}_з + \text{П}_{дз} - \text{П}_{кз},$$

где $\text{П}_з$, $\text{П}_{дз}$, $\text{П}_{кз}$ – период оборота запасов, дебиторской задолженности, кредиторской задолженности, соответственно.

Рентабельность продаж характеризует величину отдачи капитала при каждом его обороте, а финансовый цикл – длину такого оборота. Отметим, что невысокая рентабельность может быть компенсирована коротким финансовым циклом, но не наоборот. При низкой оборачиваемости капитала компания может попасть в уже ставшей, к сожалению, распространенной ситуации: прибыль есть, а денег нет. Поэтому при увеличении финансового цикла необходимо оценить динамику чистого денежного потока: если наблюдается

тенденция к его снижению, компания может столкнуться с кассовыми разрывами и необходимостью привлечения заемного капитала, что повышает финансовые риски.

Для анализа финансовых рисков целесообразно отслеживать динамику показателей плеча финансового рычага (ПФР), который характеризует степень финансовых рисков, и эффекта финансового рычага (ЭФР), позволяющего оценить эффективность использования заемного капитала:

$$\text{ПФР} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}}$$

$$\text{ЭФР} = (\text{ROA} - \text{Ц}_{\text{ЗК}}) * (1 - K^n) * \text{ПФР},$$

где ROA – рентабельность совокупного капитала, $\text{Ц}_{\text{ЗК}}$ – цена привлечения заемного капитала, K^n – коэффициент налогового изъятия из прибыли

При положительной динамике эффекта финансового рычага важно определить, что послужило драйвером: рост рентабельности совокупного капитала или привлечение дополнительного заемного капитала при незначительной величине дифференциала финансового рычага. Во втором случае руководство должно отдавать себе отчет в том, «игра на повышение ставок» может обернуться финансовым крахом предприятия.

Спрогнозировать и оценить риски двух оставшихся групп (конкуренция и экономические кризисы) не всегда возможно по объективным причинам. Но в любой ситуации нестабильности возможно минимизировать предпринимательские риски. Традиционно данные риски оценивают по величине операционного рычага (ОР), который показывает степень зависимости прибыли от объемов продаж и рассчитывается по формуле:

$$\text{ОР} = \frac{\text{Маржинальный доход}}{\text{Прибыль}} \quad \text{или}$$

$$\text{ОР} = 1 + \frac{\text{Постоянные затраты}}{\text{Прибыль}}$$

Очевидно, что ключевую роль в степени предпринимательского риска играют постоянные затраты. Однако, на наш взгляд, использование не абсолютного значения суммы постоянных затрат и прибыли, а относительных даст больше возможностей для проведения анализа:

$$\text{ОР} = 1 + \frac{\text{Постоянные затраты} / \text{Общая сумма затрат}}{\text{Прибыль} / \text{Общая сумма затрат}}$$

Отсюда получаем преобразованную факторную модель с относительными показателями:

$$OP = 1 + \frac{\text{Удельный вес постоянных затрат в общей их сумме}}{\text{Рентабельность затрат}}$$

Очевидно, что если предприятие стремится избегать дополнительных предпринимательских рисков в условиях нестабильной внешней среды, то темп роста удельного веса его постоянных затрат не должен превышать темп роста рентабельности затрат:

$$\frac{\text{Удельный вес постоянных затрат}_1}{\text{Удельный вес постоянных затрат}_0} \leq \frac{\text{Рентабельность затрат}_1}{\text{Рентабельность затрат}_0}$$

Ориентируясь на ключевые маркеры выявления значимых и потенциально опасных рисков, специалисты находят слабые стороны в деятельности предприятия. Дальнейший анализ может быть направлен на поиск резервов повышения эффективности любого направления деятельности предприятия. При этом важно понимать, что поиск резервов и их реализация не предполагают немедленного результата. В тоже время управление рисками может быть значительно оперативнее и эффективнее (особенно в условиях внешней нестабильности). Описывая концепции управления рисками, специалисты сходятся во мнении, что реагирование на риски зависит от вероятности их наступления, возможных последствий, необходимых усилий для предотвращения или минимизации рисков и включают следующие основные подходы:

- Избегание риска;
- Передача риска;
- Снижение риска;
- Принятие риска. [1]

При выборе подхода и построении системы управления рисками предприятия важно не забывать, что предпринимательская деятельность всегда будет сопряжена с определенной степенью риска. Снижая риски, финансовые, предпринимательские или любые другие, предприятие либо избегает убытков (в случае наступления негативного сценария), либо теряет прибыль (при его не наступлении). Полное или необоснованное избегание рисков также может привести к финансовой несостоятельности и неконкурентоспособности. Поэтому эффективная система управления рисками должна быть ориентирована на принятие допустимых рисков с оперативным реагированием на основные маркеры превышения их разумных пределов или возникновении внешних экономических угроз.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Антипенко Н.А. Система управления рисками строительных объектов // Бухгалтерский учет и анализ. 2024. №11. С. 49-55..

2. Бусыгин, Д.Ю. Управление рисками в деятельности организации // Бухгалтерский учет и анализ. 2024. №11. С. 37-41.
3. Дубров А.М. и др. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе: Учеб. Пособие / А.М. Дубров, Б.А. Лагоша, Е.Ю. Хрусталева; Под ред. Б.А. Лагоши. — М.: Финансы и статистика, 2022. 176 с.
4. Единый государственный реестр сведений о банкротстве. Режим доступа: <https://bankrot.gov.by/> (дата обращения: 30.03.2025);
5. Ковалев Е.А. Классификация экономических рисков организации для целей управления // etalonline.by, 2021. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=u621e3178> (дата обращения: 20.03.2025).

УДК 347

Защита прав потребителей как вектор экономико-правового регулирования предпринимательской деятельности в России

*А.В. Чешин, к.э.н., ДВА,
Орский гуманитарно-технологический институт
(филиал) ОГУ, Россия*

Аннотация. Защита прав потребителей, как экономически более слабой стороны правоотношений, при приобретении ими товаров, работ или услуг у контрагентов-предпринимателей, детерминирует весь механизм экономико-правового регулирования предпринимательской деятельности в указанной сфере и формирует закономерные тренды развития такого регулирования. В статье анализируются основные принципы защиты прав потребителей, выявляется экономическая природа договорных отношений предпринимателей с гражданами-потребителями, обозначается проблема обеспечения баланса экономических интересов сторон в исследуемой сфере общественных отношений, обосновывается роль государства при обеспечении прав потребителей в механизме частноправового регулирования и формулируются тренды дальнейшего развития института защиты прав потребителей в системе экономико-правового регулирования предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: потребители, защита прав, предпринимательская деятельность, экономико-правовое регулирование, экономические интересы.

Abstract. The protection of consumer rights, as the economically weaker party in legal relations, when they purchase goods, works or services from counterparties-entrepreneurs, determines the entire mechanism of economic and legal regulation of entrepreneurial activity in the specified area and forms natural trends in the development of such regulation. The article analyzes the basic principles of consumer protection, identifies the economic nature of contractual relations between entrepreneurs and consumer citizens, and identifies the problem of ensuring a balance of economic interests of the parties in the area of public relations under study. The role of the state in ensuring consumer rights in the mechanism of private law

regulation is substantiated and trends for the further development of the institution of consumer rights protection in the system of economic and legal regulation of entrepreneurial activity are formulated.

Key words: consumers, protection of rights, entrepreneurial activity, economic and legal regulation, economic interests.

Объектом настоящего исследования является механизм экономико-правового регулирования предпринимательской деятельности в сфере реализации товаров, выполнения работ и оказания услуг гражданам, приобретающим их для целей личного, домашнего и иного бытового потребления. Проблематика исследуемых общественных отношений обусловлена неравенством экономического статуса их субъектов, при котором традиционно потребитель провозглашается более слабой и менее защищенной стороной правоотношения, чем предопределяются повышенные требования к субъектам предпринимательской деятельности в таких сделках, и социальная направленность правового регулирования анализируемых отношений. Следует специально оговорить, что для целей настоящего исследования в качестве предпринимателя рассматривается любой контрагент потребителя, каковым могут выступать перечисленные в Законе о защите прав потребителей субъекты предпринимательской деятельности: изготовитель, исполнитель, продавец, импортер, уполномоченная изготовителем (продавцом) организация или уполномоченный изготовителем (продавцом) индивидуальный предприниматель [1, преамбула]. Соответственно, в правовом регулировании предпринимательской деятельности на потребительском рынке обнаруживается явный уклон в направлении установления дополнительных обременений для субъектов предпринимательской деятельности и откровенный дисбаланс в частноправовом регулировании. Обоснованность такого дисбаланса нуждается в критической оценке с целью ее подтверждения или опровержения, чем обусловлены актуальность темы и исследовательская задача.

Эффективная защита прав потребителей не только способствует укреплению доверия к предпринимательскому сообществу и обеспечению безопасности на рынке, но и стимулирует соблюдение субъектами предпринимательской деятельности высоких стандартов качества товаров, работ и услуг. Анализ массива нормативно-правовых актов, регулирующих отношения между потребителями и предпринимателями, показывает, что в последние годы в России были внесены значительные изменения, направленные на повышение степени защиты прав потребителей и повышение качества нормативного регулирования. Важно установить, как эти изменения влияют на экономическую среду и какие вызовы стоят перед законодателем в сфере регламентации механизма защиты прав потребителей.

В российском гражданском законодательстве фундаментальным нормативно-правовым актом в исследуемой сфере является Закон РФ «О защите прав потребителей» [1]. Он выделяет несколько ключевых принципов,

определяющих взаимодействие между потребителями и предпринимателями. Первый принцип — обеспечение безопасности товаров и услуг, в силу которого продукция должна быть безопасна как для жизни и здоровья потребителя, так и для окружающей среды. Второй принцип касается информационной прозрачности: потребитель должен быть своевременно надлежаще обеспечен всей необходимой, достоверной и доступной информацией о товаре или услуге. Третий — право на образование в области потребительских прав. Реализация этого принципа предполагает развитие системы обучения и воспитания потребителей в духе уважения законных интересов каждого участника рынка.

Таким образом, основные принципы защиты прав потребителей в России направлены на создание условий, при которых каждый потребитель может быть уверен в качестве и безопасности приобретаемых товаров и услуг, а также в своих правах на получение полной, своевременной, актуальной и достоверной информации о продукции. Это способствует не только поддержанию высоких стандартов бизнес-практик, но и формирует благоприятный климат для развития предпринимательства.

Анализ экономических аспектов отношений, сопряженных с реализацией прав потребителей, позволяет выявить ключевые принципы маркетинговой стратегии и управления качеством в контексте предпринимательской деятельности. Важно отметить, что уважение и защита прав потребителей способствуют не только закреплению доверия и лояльности клиентов, но и создают устойчивый фундамент для долгосрочного роста и развития бизнеса. Несомненно, ориентация предпринимателей на потребителя стимулирует инновации и улучшение качества товаров, работ и услуг. Потребительские правоотношения традиционно характеризуются неравномерным распределением между их участниками субъективных прав и юридических обязанностей, а также мер ответственности и условий ее наступления, что обусловлено наличием у предпринимателя специального статуса профессионального участника рыночных отношений, заведомо более подготовленного к ним и обладающего потенциально более широким спектром возможностей для обеспечения реализации своих прав [2, с. 3].

Экономический эффект от обеспечения высокой степени защиты прав потребителей и их уверенности в гарантированной реализации субъективных возможностей очевиден не только в повышении объема продаж, но и в снижении издержек на принятие, рассмотрение и урегулирование претензий покупателей, разрешение конфликтов и управление предпринимательскими рисками, повышая при этом степень их предсказуемости, оценки, профилактики и нивелирования. Внедрение систем управления качеством и сертификации продукции (как добровольной, так и обязательной), в сочетании с обратной связью от потребителей, позволяет субъектам предпринимательской деятельности сократить неэффективные затраты и оптимизировать производственные процессы.

Таким образом, правовая защита интересов потребителей является не только этической необходимостью и маркетинговой задачей, но и экономически обоснованным выбором, эффективным инструментом укрепления маркетинговой и производственной стратегии предприятий, направленной на долгосрочное и стабильное развитие.

В современной России значимость правовых механизмов защиты прав потребителей закрепляется на отдельном уровне экономико-правового регулирования. Основным регламентирующим документом является указанный ранее Закон РФ от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» [1], который определяет правовые основы общественных отношений в сфере потребления, устанавливает права потребителей и обязанности продавцов (исполнителей). Законодательство акцентирует внимание на информационной открытости для потребителей, предоставлении полной и достоверной информации о товарах (работах, услугах), гарантиях и возможных рисках. Это позволяет существенно повышать уровень доверия потребителей, стимулируя тем самым развитие надлежащей и добросовестной конкуренции.

Более того, регулирование включает в себя механизм судебной защиты прав потребителей, включая возможность воспользоваться услугами общественных организаций защиты прав потребителей, что способствует оперативному и эффективному урегулированию конфликтов и, в конечном итоге, реальному восстановлению нарушенных прав. Дополнительно, существование многоуровневой системы контролирующих органов, таких как Роспотребнадзор, обеспечивает дополнительную защиту интересов потребителей и способствует соблюдению норм в сфере защиты их прав.

Функционирование рыночной экономики требует активного участия государства в регулировании отношений между предпринимателями и потребителями, а также в механизме защиты прав участников указанных правоотношений и в обеспечении возможности принудительного исполнения решений юрисдикционных органов, разрешивших по существу спор между участниками потребительских сделок. В России значимость данной задачи особенно велика в свете активизации рыночных процессов и динамичных изменений в законодательстве. Правовая база, регламентирующая защиту прав потребителей, включает в себя ряд иных федеральных законов, устанавливающих механизмы правовой защиты и предоставляющих потребителям действенные инструменты эффективного воздействия на производителей и продавцов в случае нарушения их прав.

Государственные органы в этой сфере выполняют функции контроля и надзора за соблюдением законодательства, предпринимают шаги по предупреждению нарушений и обеспечивают единообразие правоприменительной практики. Важной стороной деятельности государства по обеспечению эффективности механизма сдержек и противовесов в системе потребительско-предпринимательских отношений является также

формирование и повышение уровня правовой культуры населения, повышение степени информированности потребителей о своих правах и обязанностях. Мониторинг соответствия товаров и услуг обязательным стандартам качества способствует не только защите прав потребителей, но и стимулирует производителей и продавцов к повышению качества своей продукции, что, в конечном итоге, будет способствовать обеспечению стабильности имущественного гражданского оборота. Таким образом, государство играет решающую роль в формировании условий, при которых равновесие интересов между потребителями и производителями приводит к устойчивому развитию экономики.

Вместе с тем, текущая судебная практика демонстрирует огромный спектр споров, в которых потребители откровенно злоупотребляют своими предпочтениями и специфическими правами, дополнительными мерами защиты, предоставленными им государством, извлекая необоснованную экономическую выгоду от такого своего статуса [2, 3]. Немало дел в последние два-три года рассматривалось в судах по спорам, в которых при наличии технических сбоев на сайтах и электронных платформах маркетплейсов покупатели, видя такие сбои и понимая, что приобретаемый ими премиальный товар не может стоить в сотни, а иногда и в тысячи раз (!) ниже их действительной рыночной стоимости, несмотря на это приобретают по несколько штук таких товаров, размещая их в корзину и активируя покупку, а после отказа продавца в исполнении таких договоров по причине их недействительности и/или отсутствия товара, - следом обращаются в суд с исками о понуждении продавца к исполнению сделок, заключенных покупателями дистанционно в указанных обстоятельствах по заведомо нерыночным ценам по причине явных технических сбоев алгоритма агрегаторов. Безусловно, в таких действиях покупателей объективно имеются признаки недобросовестного поведения и злоупотребления субъективным правом, реализуемым с явным дисбалансом в соотношении взаимных экономических интересов сторон сделки [4, 5].

В современной экономической среде на потребительском рынке особое значение приобретает вопрос разграничения и сбалансированности интересов потребителей и предпринимателей, как разнонаправленных и потенциально конкурирующих. Экономико-правовое регулирование в этой сфере стремится обеспечить стабильное и справедливое взаимодействие сторон, что важно для поддержания конкурентоспособности и инновационного развития государства, его технологического и товарного суверенитета, в условиях реализации стратегии глобального обеспечения импортозамещения. Обеспечение прав потребителей требует четкого определения содержания обязательств и ответственности предпринимателей, что, в свою очередь, должно не переходить в излишнее административное давление, способное подавить предпринимательскую инициативу и внести дисбаланс в пропорциональную защиту интересов сторон потребительских отношений.

Эффективное экономико-правовое регулирование должно способствовать развитию таких механизмов, которые позволят достигать гармонии между нуждами потребителей и возможностями бизнеса. В этом контексте принципы добросовестности, равенства и справедливости являются ключевыми. Развитие цифровых технологий и новых бизнес-моделей, также влияет на изменения в правовых подходах к защите прав потребителей, требуя непрерывного обновления законодательства, чтобы соответствовать возникающим вызовам.

Таким образом, сбалансированное регулирование, защищающее интересы обеих сторон, может стать основой для устойчивого экономического роста и повышения благосостояния населения. В настоящее время механизм защиты прав потребителей в России находится на стадии значительных трансформаций, чем обусловлена актуальная потребность в определении и обосновании перспектив развития экономико-правового регулирования такого механизма на основе принципов равной, объективной и эффективной защиты прав обеих сторон исследуемых отношений. Российское законодательство постоянно совершенствуется в направлении укрепления гарантий для потребителей, что способствует улучшению общей бизнес-среды и повышает доверие к внутреннему рынку. Однако же, имеются определенные проблемы, требующие рассмотрения и последующего решения на законодательном уровне.

Технический прогресс, глобальная цифровизация экономики, появление новых видов, форм, способов электронной дистанционной торговли и удаленного оказания многих видов услуг, предполагает активизацию принципов ответственного и добросовестного потребления и участие государства как основного регулирующего органа, обеспечивающего соблюдение и защиту не только прав потребителей, но и предпринимателей – в целях справедливого распределения рисков и обеспечения баланса экономических интересов участников исследуемого сегмента рынка. Это включает в себя разработку новых и оптимизацию существующих нормативных актов, а также укрепление контрольных функций со стороны государства и общественности.

Активное внедрение цифровых технологий, усиление роли образовательных программ и информационных кампаний, направленных на повышение уровня осведомленности потребителей о своих правах, будет способствовать созданию более транспарентной и доступной среды для защиты их интересов. Также потенциал заключается в развитии институтов саморегулирования и поддержке инициатив, направленных на защиту прав потребителей на всех уровнях.

Таким образом, дифференциация экономико-правового регулирования по принципу субъектного состава и в зависимости от наличия статуса профессионального участника у предпринимателя как более осведомленного о механизме реализации прав, о способах их защиты и условиях возникновения потенциальных споров, представляется справедливой, обоснованной и целесообразной, но выявлена и обоснована объективная потребность в

установлении четких правовых границ и условий реализации потребителями возможностей защиты своих прав в целях предотвращения явных злоупотреблений с их стороны, получивших в юридической литературе наименование потребительского экстремизма.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-I "О защите прав потребителей" // Ведомости СНД и ВС РФ. 1992. № 15. Ст. 766, с последующими изменениями и дополнениями.
2. Усольцев, Е. Ю. Злоупотребление правом со стороны потребителя: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Усольцев Егор Юрьевич, 2024. – 32 с. Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/zloupotreblenie-pravom-so-storony-potrebitelya> (дата обращения: 30.03.2025 г.).
3. Бурнос, Е. Н. Злоупотребление правами со стороны потребителя: к вопросу о правовом регулировании / Е. Н. Бурнос, В. В. Ошурова // Евразийский юридический журнал. – 2024. – № 8(195). – С. 498-499.
4. Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда Российской Федерации от 06.06.2023 г. № 16КГ23-6-К4. Режим доступа: https://vsrf.ru/lk/practice/stor_pdf/2258070 (дата обращения: 30.03.2025 г.).
5. Определение судебной коллегии по гражданским делам Первого кассационного суда общей юрисдикции от 24.07.2024 г. № 88-24207/2024, УИД 52RS0006-02-2022-003054-35. Режим доступа: https://1kas.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=1&name_op=doc&number=36928736&delo_id=2800001&new=2800001&text_number=1 (дата обращения: 30.03.2025 г.).

Секция 4

Актуальные проблемы и современные тенденции в финансовом секторе страны и ее регионах

УДК 336.71:004

Цифровая трансформация банковского сектора

*Е.В. Губанова, к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Россия*

Аннотация. В научной статье обоснована возможность использования технологий искусственного интеллекта в банковском секторе. Предложено использовать искусственный интеллект и мобильное приложение для осуществления продажи дополнительных банковских услуг ПАО «Сбербанк», произведена оценка экономической эффективности данного управленческого решения.

Ключевые слова: искусственный интеллект, банковский сектор, банковские продукты, финансовая грамотность клиентов, мобильное приложение, рациональные инвестиции, доходность.

Abstract. The scientific article substantiates the possibility of using artificial intelligence technologies in the banking sector. It is proposed to use artificial intelligence and a mobile application to sell additional banking services of Sberbank PJSC, and an assessment of the economic efficiency of this management decision is made.

Keywords: artificial intelligence, banking sector, banking products, financial literacy of clients, mobile application, rational investments, profitability.

Банковский сектор, благодаря своей склонности к использованию технологических инноваций, стал одним из первых секторов экономики, начавших активно внедрять технологии искусственного интеллекта (ИИ). Технологии ИИ являются мощными инструментами глубокой трансформации банковской деятельности и провоцируют серьезные сдвиги в структуре финансовых рынков и их регулировании. [1]

В современном мире, где управление личными финансами становится все более сложным и важным, искусственный интеллект открывает новые возможности для повышения финансовой грамотности.

В последние годы наблюдается значительный рост использования банковских приложений, что оказывает положительное влияние на уровень финансовой грамотности клиентов. Эти приложения предоставляют

пользователям доступ к разнообразной информации о финансовых продуктах, инвестициях и управлении личными финансами. Благодаря интуитивно понятным интерфейсам и образовательным материалам, клиенты могут лучше понимать сложные финансовые концепции и принимать более обоснованные решения. Таким образом, использование банковских приложений не только упрощает доступ к финансовым услугам, но и способствует повышению финансовой грамотности, что является важным аспектом в современном мире.

В свою очередь, для обеспечения дополнительных продаж банкам важно расширять существующий ассортимент продуктов, а также обращать внимание на современные решения обеспечения продаж. В этом контексте также интересным является использование искусственного интеллекта для того, чтобы предложить клиентам дополнительные банковские продукты. Например, уже сейчас банк позволяет клиентам приобретать ценные бумаги, но все же не существует комплексного решения.

В этом контексте предлагаем обратить внимание на американский опыт, например, на создание такого мобильного приложения как Robinhood. Оно позволяет клиентам приобретать ценные бумаги с телефона. Компания зарабатывает на продаже информации об осуществляемых сделках профессионалам рынка. Благодаря отсутствию комиссий удалось привлечь значительный массив клиентов, которые взаимодействуют с приложением на постоянной основе.

ПАО «Сбербанк» целесообразно создать свою альтернативу такого решения, что позволит увеличить объем доходов, расширить сумму продаж благодаря дополнительному взаимодействию с целевой аудиторией.

Для прогнозирования экономического воздействия такого предложения на ПАО «Сбербанк» целесообразно рассмотреть показатели развития компании Robinhood. Как можно судить, на текущий момент количество пользователей составляет 13 млн человек, а рыночная капитализация - 11,7 млрд долл. США. Выручка организации благодаря предоставлению соответствующих услуг составляет 350 млн долл. США (таблица 1).

Таблица 1

Показатели развития американской компании Robinhood

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Количество пользователей на конец года, млн чел.	2	6	10	13	14	11	12
Выручка, млн долл. США	50	100	150	350	365	380	682
Рыночная капитализация, млрд долл. США	1,3	5,6	7	11,7	20	7,7	10,4

Источник: составлено автором на основании данных [2]

Можно предположить, что создание аналогичного решения в России обеспечит такую же динамику прироста количества пользователей.

Соответственно, можно построить прогноз количества пользователей в случае создания ПАО «Сбербанк» сервиса для приобретения ценных бумаг, который представлен на рисунке 1.

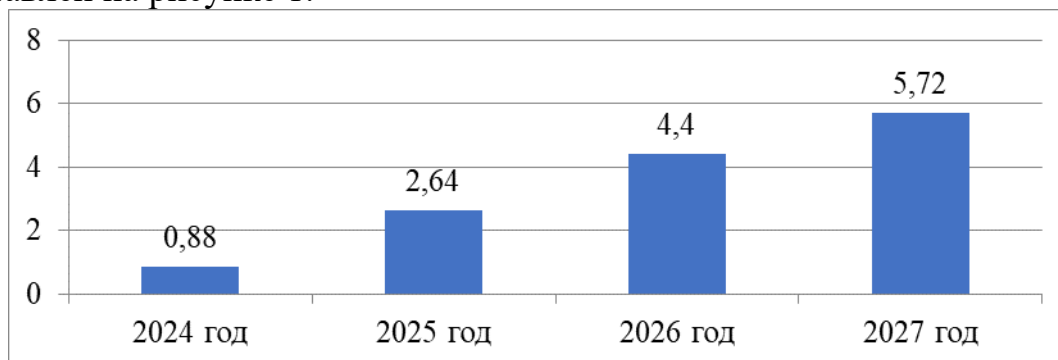


Рисунок 1 - Прогноз количества пользователей в случае создания ПАО «Сбербанк» сервиса для приобретения ценных бумаг, млн чел.

Так в первый год количество пользователей сервиса для приобретения ценных бумаг достигнет 0,88 млн человек. Это достаточно реалистичная цифра, что связано с постоянным поиском физическими лицами дополнительных возможностей осуществления рациональных инвестиций, что позволит в будущем добиться более высокой доходности, чем в случае с банковскими депозитами.

Соответственно, дополнительный доход банка в связи с созданием соответствующего сервиса также будет повышаться ежегодно. На начальном этапе будет достигнут результат в размере 298 млрд руб., а к концу 2027 г. соответствующее значение достигнет 2 089 млрд руб.

Таким образом, соответствующее направление является привлекательным с точки зрения потенциала увеличения стоимости ПАО «Сбербанк» благодаря применению более рациональных подходов продаж с вовлечением искусственно интеллекта (Рисунок 2).

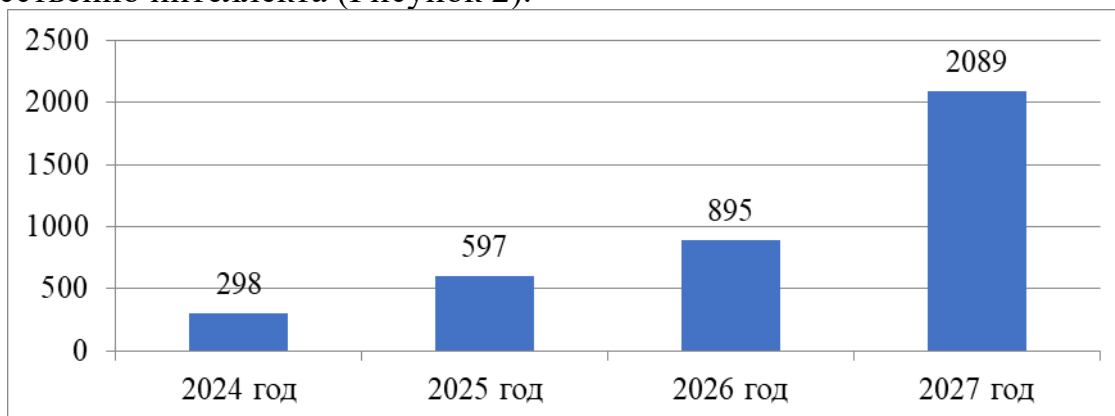


Рисунок 2 - Прогноз выручки ПАО «Сбербанк» в случае создания сервиса для приобретения ценных бумаг, млрд руб.

Особенностью такого приложения является возможность выбора конкретных портфелей или ценных бумаг, индексов, в зависимости от риск-аппетита клиента. Не всегда последний разбирается в состоянии корпораций. Поэтому наличие робо-советчика, который учитывает фактор риска и фактор

доходности, позволит существенно увеличить продажи такого вида продукта, а значит сформировать дополнительный денежный поток в связи с операциями с ценными бумагами в интересах клиентов.

Предлагается финансировать разработку такого приложения за счет заемных средств. Это связано с тем, что ПАО «Сбербанк» всегда имеет возможность привлечь дополнительные ресурсы для того, чтобы покрыть текущие расходы. Стоимость привлечения таких ресурсов является низкой, а именно в случае привлечения 3,75 млн руб. необходимо будет оплачивать ежегодно 0,27 млн руб. финансовых расходов.

Что же касается самой суммы начальных расходов, то учитывается стоимость разработки сложного приложения, а также его запуск на рынке для привлечения внимания физических лиц.

Данные различных сайтов свидетельствуют о том, что с учетом стоимости труда программистов в России, цена создания приложения, обеспечивающего возможность приобретения ценных бумаг, составит 3,75 млн руб. (таблица 2).

Таблица 2

Источники финансирования и финансовые расходы при создании сервиса для приобретения ценных бумаг, млн руб.

Элемент источников финансирования	2024 г.	2025 г.	2026 г.	2027 г.
Собственные средства	-	-	-	-
Заемные ресурсы	3,75	3,75	3,75	3,75
% к уплате	0,27	0,27	0,27	0,27

Что же касается операционных расходов, то есть тех расходов, которые будут осуществляться постоянно, то сюда относятся упомянутые финансовые, маркетинговые и прочие расходы. К прочим следует отнести работу технических специалистов, которые будут поддерживать функционирование приложения. Что же касается маркетинговых расходов, то важно постоянно коммуницировать как с текущими клиентами приложения, так и потенциальной целевой аудиторией, так как это позволит достичь намеченных показателей наращивания базы клиентов. В таблице 3 представлены финансовые, маркетинговые и прочие расходы для поддержания работы сервиса для приобретения ценных бумаг.

Таблица 3

Систематизация операционных расходов для поддержания работы сервиса для приобретения ценных бумаг, млн руб.

Элемент расходов	2024 г.	2025 г.	2026 г.	2027 г.
Финансовые расходы	0,27	0,27	0,27	0,27
Маркетинговые расходы	88	264	440	572
Прочие расходы	1,88	1,88	1,88	1,88
Всего	90,15	266,15	442,15	574,15

Соответственно, будет достигнут значительный объем чистой прибыли в рамках такого предложения. Показатель экономического эффекта представляет собой объем выручки, в то время как общая сумма расходов отображает

операционные затраты, которые необходимы для обеспечения функционирования предложения и привлечения целевой аудитории.

Соответственно, размер финансового результата до налогообложения представляет собой разницу между этими показателями. После вычета налога на прибыль остается чистый результат, который в первом году составит 166 млн руб., а по результатам 2027 г. будет равен 1211 млн руб. (таблица 4).

Таблица 4

Финансовые результаты от функционирования сервиса для приобретения ценных бумаг, млн руб.

Показатель	2024 г.	2025 г.	2026 г.	2027 г.
Экономический эффект	298	597	895	2 089
Общая сумма расходов	90,15	266,15	442,15	574,15
Финансовый результат до налогообложения	207,85	330,85	452,85	1514,85
Налог на прибыль организации	41,57	66,17	90,57	302,97
Чистая прибыль в рамках мероприятия	166,28	264,68	362,28	1211,88

Однако такое значение не подтверждает вывод об эффективности предложенного мероприятия. Для этого необходимо сопоставить достигнутый результат с начальными расходами на обеспечение работы приложения.

Результат расчета инвестиционной привлекательности такого предложения представлен в таблице 5.

Таблица 5

Оценка инвестиционной привлекательности создания сервиса для приобретения ценных бумаг, млн руб.

Показатель	2023 г.	2024 г.	2025 г.	2026 г.	2027 г.	Всего
Отток средств						
Начальные расходы	3,75	-	-	-	-	-
Всего	3,75	-	-	-	-	-
Приток средств						
Чистая прибыль	-	166,28	264,68	362,28	1211,88	-
Всего	0	166,28	264,68	362,28	1211,88	-
Чистый денежный поток	-3,75	166,28	264,68	362,28	1211,88	-
Коэффициент дисконтирования, $i=19,9$	1	0,83	0,7	0,58	0,48	-
Дисконтированный денежный поток	-3,75	138,01	185,28	210,12	581,7	1111,36

В качестве начальных расходов учитываются затраты на разработку такого мобильного приложения, а в качестве притока денежных средств - чистая прибыль в связи с реализацией такого мероприятия. Таким образом, будет достигнут положительный эффект в виде суммы дисконтированного денежного потока. Соответственно, будет получен следующий результативный показатель: $(-3,75) + 138,01 + 185,28 + 210,12 + 581,7 = 1111,36$ млн руб.

Подводя итог, отметим, что предложено использовать искусственный интеллект и мобильное приложение для осуществления продажи дополнительных банковских услуг. Разработка аналога приложения Robinhood

обеспечит значительную чистую прибыль и дисконтированный денежный поток в размере 1111 млн руб.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Семяко Г.В. Искусственный интеллект в банковском секторе: возможности и проблемы // Социальные новации и социальные науки, 2021. № 2. С. 81–97.
2. Robinhood Revenue and Usage Statistics (2023). Режим доступа: <https://www.businessofapps.com/data/robinhood-statistics/>. (дата обращения: 30.01.2025).
3. Эскерханова, Л. Т. Использование технологии блокчейн и искусственного интеллекта в управлении бизнес-процессами / Л. Т. Эскерханова, Э. Ф. Амирова, З. Б. Батчаева // Первый экономический журнал. 2023. № 3(333). С. 98-105.
4. Губанова Е.В., Полярина Е.М., Демичева М.А. Исследование тенденций развития ПАО «Сбербанк» с помощью swot-анализа // Аудит и финансовый анализ. 2016. № 6. С. 272-276.
5. Дроздов, Д. А. К вопросу ведения бухгалтерского учёта на предприятиях малого бизнеса в условиях цифровой экономики / Д. А. Дроздов, М. Э. Зубков, Н. В. Жахов // Цифровая экономика: проблемы и перспективы развития: Сборник научных статей 3-й Межрегиональной научно-практической конференции, Курск, 11 ноября 2021 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. С. 134-137.
6. Захарычев Е.А., Суслов С.А. Автоматизация и оптимизация бизнес-процессов с помощью современных информационных технологий // Учетно-аналитические инструменты развития сельских территорий. 2023. С. 172-174.

УДК 336

Государственные ценные бумаги как элемент долговых обязательств федерального и регионального уровней

А.Ю. Колодяжная, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В современных реалиях государственный долг - это не просто сумма обязательств перед внутренними и внешними кредиторами. Прежде всего, это эффективный инструмент привлечения реальных финансовых ресурсов, способствующий развитию экономики и реализации стратегических государственных задач. В статье представлены и проанализированы отдельные показатели внешнего государственного долга РФ, дана оценка структурно-динамическим изменениям внешних обязательств субъектов РФ и муниципалитетов. Сделан вывод о различной роли государственных облигаций как инструмента долгового финансирования для различных уровней бюджетной системы.

Ключевые слова: государственный бюджет, государственные облигации, государственный внешний долг, государственный внутренний долг, субъекты Российской Федерации.

Abstract. In modern realities, public debt is not just the sum of obligations to domestic and external creditors. First of all, it is an effective tool for attracting real financial resources, contributing to the development of the economy and the implementation of strategic government objectives. The article presents and analyzes individual indicators of the external public debt of the Russian Federation, and provides an assessment of the structural and dynamic changes in the external obligations of the subjects of the Russian Federation and municipalities. The conclusion is drawn about the different role of government bonds as a debt financing instrument for different levels of the budget system.

Keywords: state budget, government bonds, state external debt, state internal debt, subjects of the Russian Federation.

В современной финансовой системе государственный долг играет важную роль как инструмент привлечения дополнительных ресурсов в экономику страны. Примечательно, что эти заимствования не следует рассматривать исключительно как бремя - они представляют собой действенный механизм финансирования различных государственных программ и проектов.

По данным Минфина России, львиная доля привлеченных через долговые инструменты средств (свыше 80%) направляется на покрытие дефицита государственного бюджета, что делает данный механизм критически важным для поддержания финансовой стабильности страны [1, с.168].

Структура государственного долга РФ включает два основных компонента. Внутренние заимствования осуществляются посредством выпуска облигаций в рублях, которые обращаются на отечественном рынке. В свою очередь, внешний долг формируется за счет валютных облигаций, торгуемых на международных площадках.

В условиях глобализации мировой экономики грамотное управление государственным долгом становится одним из ключевых факторов обеспечения экономической безопасности и устойчивого развития страны.

В современной экономической системе существует несколько способов покрытия бюджетного дефицита, каждый из которых имеет свои особенности и последствия. При анализе различных финансовых инструментов становится очевидным преимущество государственных облигаций над альтернативными методами.

Выпуск государственных ценных бумаг зарекомендовал себя как наиболее эффективный и безопасный механизм привлечения средств для покрытия дефицита государственного бюджета. Данный метод существенно превосходит такие варианты, как простая денежная эмиссия или привлечение займов у Центрального банка.

Важно отметить, что использование кредитных ресурсов ЦБ создает серьезные препятствия для полноценного функционирования финансовой

системы. В частности, это существенно сужает возможности регулятора по управлению кредитным рынком и реализации монетарной политики.

Именно поэтому большинство развитых стран, включая Россию, законодательно ограничивают правительственный доступ к ресурсам Центрального банка. Такой подход позволяет сохранить стабильность финансовой системы и обеспечить эффективное управление государственным долгом через рыночные механизмы.

Опыт мировой экономики наглядно демонстрирует, что система государственных облигаций не только решает проблему финансирования бюджетного дефицита, но и способствует развитию финансового рынка в целом.

В современной экономике существует несколько способов управления государственным долгом и дефицитом бюджета. Одним из наиболее рискованных методов является эмиссионное финансирование дефицита. Когда государство прибегает к печати необеспеченных денег, это неизбежно приводит к серьезным макроэкономическим последствиям. В экономике появляются денежные средства, не подкрепленные реальным производством товаров и услуг.

Для минимизации подобных рисков правительства чаще используют долговые инструменты. Государственные облигации представляют собой более безопасный механизм привлечения средств. Они позволяют структурировать государственный долг и управлять им более эффективно. При этом важно отметить, что облигации являются не просто долговыми бумагами, а полноценным финансовым инструментом, формирующим целый сегмент фондового рынка.

Грамотное использование облигационных займов помогает избежать инфляционного давления на экономику и сохранить стабильность денежного обращения. В отличие от эмиссии, такой подход обеспечивает более устойчивое развитие финансовой системы в долгосрочной перспективе.

Отметим, что все показатели, представленные в таблицах актуальны по состоянию на 1 января соответствующего года.

Таблица 1

Показатели величины государственного долга Российской Федерации, млрд. руб.

Годы	ВВП млрд. руб.	Доходы федерального бюджета, млрд. руб.	Государственный долг, всего		Государственный внешний долг		Государственный внутренний долг	
			млрд. руб.	% к ВВП	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%
2020	103876	19454,4	12591,3	12,12	3414,9	33,3	9176,4	66,7
2021	108414	20174,9	15566,8	14,36	4237,3	25,1	11329,5	70,5
2022	112863	20379,4	17201,9	15,24	4220,6	24,5	12981,3	65,8
2023	120364	21246,5	19117,7	15,88	4474,1	19,9	14643,7	80,1
2024	128508	22058,3	21204,0	16,50	4584,8	21,7	16619,3	78,3

Источник [38]

Одним из ключевых показателей эффективности долговой политики считается соотношение государственного долга к ВВП страны. Значение показателя, как правило, используется для сравнения долговой нагрузки различных стран. Чем меньше данное соотношение, тем выше долговая устойчивость государства. Динамика данного показателя за период исследования указывает на незначительное увеличение с 12,12% в 2020 г. до 16,5% в 2024 г.

Значение государственного долга в абсолютном выражении увеличилось более чем в 1,5 раза. Внутренний государственный долг на протяжении всего периода исследования значительно превышает внешние обязательства. Например, в 2024 г. на внешние обязательства приходился 21,7%, а внутренние займы 78,3% соответственно. Такое соотношение является результатом взвешенной долговой политики, проводимой на государственном уровне. Внутренние займы, особенно сформированные посредством эмиссии государственных облигаций, повышают финансовый потенциал страны, ее независимость от внешнего давления и снижают риск дефолта по внешним обязательствам.

Таблица 2

Структура государственного внешнего долга Российской Федерации на начало 2024 г.

Категория долга	млн. долларов США
Государственный внешний долг Российской Федерации всего, в том числе:	57 416,8
Задолженность перед официальными двусторонними кредиторами - не членами Парижского клуба	209,6
Задолженность перед официальными многосторонними кредиторами	1 296,4
Задолженность по внешним облигационным займам	36 242,6
Прочая задолженность	21,7
Государственные гарантии Российской Федерации в иностранной валюте	19 646,5

В структуре внешнего государственного долга по состоянию на начало 2024 г. преобладают задолженность по облигационным займам (63,1%) и государственными гарантиями (34,2%).

Рассмотрим долговые обязательства на региональном уровне.

На уровне субъектов РФ наблюдается постепенный отказ от финансирования бюджетного дефицита за счет привлечения кредитов в коммерческих банках. С 575,8 млн. руб. в 2020 г. этот показатель сократился до 126,7 млн. руб. в 2024 г. Эмиссия государственных облигационных займов постепенно наращивает обороты. Начиная с 2020 г. этот инструмент находится на втором месте по объему средств в общей структуре государственного регионального долга. Тем не менее, темп роста государственного долга, выраженного в государственных облигаций субфедерального уровня значительно ниже темпов роста основного структурного элемента займов –

бюджетных кредитов. К 2024 г. сложилась следующая структура государственного субфедерального долга: бюджетные кредиты - 77,2% (2462,2 млрд. руб.), государственные субфедеральные облигации – 16,8% (537,2 млрд. руб.), коммерческие кредиты – 3,9% (126,7 млрд. руб.), государственные гарантии – 1,9% (59,3 млрд. руб.), иные обязательства – 0,2% (5,5 млрд. руб.).

Таблица 3

Структура государственного долга субъектов Российской Федерации, млрд. руб.

период	государственный долг, всего	В том числе				
		государственные облигации	кредиты кредитных организаций	бюджетные кредиты	государственные гарантии	иные
2020	2112,9	588,5	575,8	886,2	55,3	7,1
2021	2496,04	768,8	567,1	1101,9	47,4	11,9
2022	2474,5	799,8	257,6	1371,4	39,3	6,4
2023	2789,7	651,8	126,2	1979,9	26,0	5,8
2024	3191,9	537,2	126,7	2469,2	53,3	5,5

Источник [38]

В структуре муниципального долга наблюдаются несколько иные тенденции.

Таблица 4

Структура муниципального долга субъектов Российской Федерации, млрд. руб.

период	муниципальный долг всего	В том числе			
		муниципальные облигации	кредиты кредитных организаций и иные обязательства	бюджетные кредиты	муниципальные гарантии
2020	380,2	21,3	258,5	91,1	7,3
2021	387,5	24,6	264,6	91,2	7,1
2022	376,9	19,8	220,1	132,4	4,6
2023	374,6	13,9	113,2	243,6	3,9
2024	397,7	10,6	135,3	247,1	4,7

Источник [39]

В структуре муниципальных займов наибольший удельный вес имеют кредиты кредитных организаций (или коммерческие кредиты) и бюджетные кредиты. Соотношение их удельного веса в общей структуре долга менялось. Так в период с 2020 по 2021 гг. наибольшую долю имели коммерческие кредиты, то в 2023 и 2024 гг. бюджетные кредиты превалируют над коммерческими почти в два раза. Объем муниципальных облигаций в общей структуре составляет на протяжении анализируемого периода составляет в среднем от 2 до 6%.

Таким образом, государственные ценные бумаги, являясь формой существования государственного долга оказывают различное влияние на долговую политику и обеспечение финансовой устойчивости для различных

уровней бюджетной системы. На федеральном уровне государственный долг является ключевым элементом. Внутренние долговые обязательства Российской Федерации, полностью представлены облигациями федерального займа различных типов. Внешний государственный долг по состоянию на начало 2024 г. на 63,1% состоит из государственных ценных бумаг, размещенным на внешнем рынке соответственно.

Субфедеральные долговые обязательства имеют в своем составе и иные инструменты долгового финансирования. Однако средний удельный вес субфедеральных облигаций в составе государственного регионального долга варьируется в пределах 15-20% от общего объема займов. Для муниципального долга наличие в составе облигаций носит скорее имиджевый характер и не влияет существенным образом на привлечение финансовых ресурсов в бюджет.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Колодяжная, А. Ю. Прогнозирование расходов бюджета Российской Федерации / А. Ю. Колодяжная // Проблемы развития национальной экономики в цифрах статистики: Материалы X Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Тамбов, 18 апреля 2024 года. – Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2024. – С. 167-172.
2. Официальный сайт единого портала бюджетной системы Российской Федерации «Электронный бюджет» [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://budget.gov.ru/> (дата обращения: 24.03.2025).
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 26.03.2024).
4. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 26.03.2025).

УДК 336

Статистический анализ конкурентной среды на рынке банкострахования

***Е.В. Лаптева**, к.э.н., доцент,
зав. кафедрой финансов и менеджмента
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Банкострахование представляет собой важный инструмент в арсенале современной финансовой системы, поддерживающий её жизнеспособность и развитие. Это направление продолжает демонстрировать потенциал для инноваций и развития, отражая общую тенденцию к интеграции различных финансовых услуг в удобные и эффективные пакеты, отвечающие меняющимся потребностям и предпочтениям клиентов.

Ключевые слова: банкострахование, банк, конкретная среда, структура, динамик, лидер, рейтинг.

Abstract. Banking insurance is an important tool in the arsenal of the modern financial system, supporting its viability and development. This area continues to demonstrate the potential for innovation and development, reflecting the general trend towards integrating various financial services into convenient and efficient packages that meet the changing needs and preferences of customers.

Keywords: banking insurance, bank, specific environment, structure, dynamic, leader, rating.

В основе банкострахования лежит синергия между банковскими учреждениями и страховыми компаниями, причём их взаимодействие преимущественно строится через банковские каналы для продажи страховых продуктов. Именно предоставление услуг страхования через банки открывает новые возможности для обеих сторон: банки получают дополнительные источники дохода и инструменты для привлечения и удержания клиентов, в то время как страховые компании расширяют свою клиентскую базу и увеличивают продажи. Это взаимовыгодное партнёрство способствует не только росту прибыльности, но и укреплению финансовой стабильности обоих участников.

За последние десятилетия рост кредитования вызвал необходимость в эффективной защите от различных рисков, в том числе банковских. В этом контексте, страхование банковских рисков превратилось в ключевой элемент, обеспечивающий стабильность банковской системы. Этот процесс не только повышает устойчивость банков к возможным финансовым потрясениям, но и способствует более эффективному управлению инвестициями.

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2013 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 1).

Таблица 1

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2013 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	Группа РенессансСтрахование	21 592 489	1 195 841
2	Страховая группа «АльфаСтрахование»	17 508 631	1 165 208
3	ООО СК «ВТБ Страхование»	16 952 559	1 733 414

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2013 году рынок банкострахования в России был довольно конкурентным, и среди главных игроков в этом сегменте были компании, такие как Ренессанс, АльфаСтрахование и ВТБ Страхование. РенессансСтрахование активно развивала свои банковские партнерства для увеличения объемов страховых продаж через банки, предлагая разнообразные продукты, включая страхование жизни и здоровья, а также имущественное страхование. Они стремились улучшить клиентский сервис и предлагать клиентам выгодные условия. АльфаСтрахование также занималась активным расширением присутствия в сегменте банкострахования. Компания фокусировалась на

привлечении новых клиентов через партнерские программы с различными финансовыми учреждениями, предлагая конкурентные тарифы и пакеты услуг [1]. ВТБ Страхование, как часть группы ВТБ, имела преимущества в виде доступа к широкой клиентской базе банка. Они активно развивали свои страховые предложения и интегрировали их в банковские продукты, что позволяло им предложить клиентам комплексные решения по страхованию и финансам [2].

Конкуренция между этими компаниями проявлялась в стремлении привлекать новых клиентов, улучшать условия страхования и повышать качество обслуживания. Каждая из компаний использовала свои уникальные преимущества и стратегии, чтобы завоевать рынок и увеличить свою долю в сегменте банкострахования [3].

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2014 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 2).

Таблица 2

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2014 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	36 474 176	514 606
2	ООО СК «ВТБ Страхование»	21 626 262	2 461 525
3	Страховая группа «АльфаСтрахование»	21 188 056	2 203 634

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2014 году в России произошли значительные изменения в сфере страхования, включая банковское страхование. ООО «СК «Сбербанк страхование жизни» является частью группы Сбербанка и предоставляет услуги в области жизни и здоровья, такие как страхование жизни, страхование от несчастных случаев и медицинское страхование. В этом году компания активно развивала свои продукты и услуги, ориентируясь на потребности клиентов. Одним из направлений её работы стало внедрение новых технологий для улучшения клиентского сервиса, а также расширение продуктового портфеля. Банковское страхование в целом в это время также стало более популярным, поскольку клиенты начали искать способы защиты своих финансовых вложений, особенно на фоне экономической нестабильности и кризисных явлений в стране.

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2015 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 3).

Таблица 3

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2015 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	44 041 733	2 543 463
2	ООО СК «ВТБ Страхование»	29 252 777	3 383 239
3	Страховая группа «АльфаСтрахование»	23 650 726	3 019 176

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2015 году рынок банкострахования представлен все теми же компаниями конкурентами, увеличивающие как страховые взносы, так и страховые выплаты. [4].

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2016 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 4).

Таблица 4

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2016 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	65 661 941	4 005 026
2	ООО СК «ВТБ Страхование»	48 362 057	6 205 827
3	Страховая группа «Альфастрахование»	42 063 409	4 980 306

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2016 году повторяется тенденция 2014-2015 гг., представленные компании наращивают объемы страховых взносов и страховых выплат. Темп прироста объема взносов ООО СК «Сбербанк страхование жизни» в 2016 году по отношению к предыдущему периоду составил 149 %. В ООО СК «ВТБ Страхование» – 165 %, в «Альфастраховании» – 178 %.

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2017 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 2.6).

Таблица 5

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2017 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	101 996 362	5 280 249
2	ООО СК «ВТБ Страхование»	64 666 749	3 350 054
3	Страховая группа «Альфастрахование»	63 660 154	3 866 651

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2017 году рынок банкострахования представлен все теми же лидерами. Темп прироста по объему страховых взносов составил ООО СК «Сбербанк страхование жизни» – 155 %, в ООО СК «ВТБ Страхование» – 134 %, в «Альфастраховании» – 151 %. Таким образом, темп прироста увеличился только у лидера – ООО СК «Сбербанк страхование жизни».

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2018 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 6).

Таблица 6

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2018 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	180 885 713	13 616 327
2	ООО СК «ВТБ Страхование»	98 751 404	4 208 418
3	Страховая группа «Альфастрахование»	71 150 673	10 754 997

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2018 году конкуренцию оставляли такие же компании, как и предыдущем периоде. По-прежнему лидирует ООО СК «Сбербанк страхование жизни», прирост составил – 177,3 %, ООО СК «ВТБ Страхование» – 152,7 %, в СК «Альфастррахование» – 112 %. Темпы прироста по взносам увеличились у ООО СК «Сбербанк страхование жизни» и ООО СК «ВТБ Страхование».

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2019 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 7).

Таблица 7

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2019 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	150 614 995	37 516 591
2	Страховая группа «СОГАЗ»	86 085 371	6 681 415
3	Страховая группа «Альфастррахование»	74 114 106	26 949 102

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2019 году тройка конкурентов в банкостраховании изменилась, в связи с тем, что Банк России отозвал лицензию на ОСАГО у компании «ВТБ Страхование». Лицензия была отозвана в связи с отказом компании осуществлять страхование транспортных средств. Страховые взносы ООО СК «Сбербанк страхование жизни» снизились, а выплаты увеличились. В 2019 году «СОГАЗ» активно развивал свои услуги в сфере банкострахования, сотрудничая с различными финансовыми учреждениями. Это сотрудничество позволяло банкам расширить ассортимент предлагаемых услуг и улучшить качество обслуживания клиентов, одновременно снижая риски. Выплаты в Страховая группа «Альфастррахование» увеличились в 2,5 раза.

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2020 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 8).

Таблица 8

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2020 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	Страховая группа «СОГАЗ»	192 448 725	31 443 535
2	Страховая группа «Альфастррахование»	105 276 578	49 206 096
3	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	101 421 866	46 735 159

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2020 году ООО СК «Сбербанк страхование жизни» не выдержал конкуренции с «СОГАЗ» и упал на 3 строчку рейтинга. Успех «СОГАЗ» в этой сфере, как и в других, связан с развитием страховых решений, адаптированных под потребности клиентов, высокой квалификацией специалистов компании и эффективными партнерскими отношениями с кредитными организациями. Во всех компаниях страховые выплаты увеличились в связи с рядом причин:

□ пандемия COVID-19: Введение ограничительных мер и массовая заболеваемость привели к росту обращений за медицинскими страховками, а также увеличению выплат по страховкам, связанным с потерей трудоспособности;

□ экономический кризис: экономические последствия пандемии привели к увеличению числа людей, обращающихся за социальной поддержкой и страховками по безработице;

□ рост страховых случаев: в некоторых случаях наблюдался рост страховых случаев, например, в автостраховании меньше аварий вовремя локдаунов, но, наоборот, увеличение случаев мошенничества или других рисков;

□ изменения в законодательстве: в некоторых странах были введены новые правила и обязательства для страховых компаний, что могло повлиять на объем страховых выплат.

□ инфляция и рост стоимости медицинских услуг: к тому же, общий рост стоимости медицинского обслуживания и услуг также способствовал повышению объема страховок и, соответственно, выплат.

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2021 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 9).

Таблица 9

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2021 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	244 791 269	65 879 223
2	Страховая группа «СОГАЗ»	207 756 222	74 569 855
3	Страховая группа «Альфастрахование»	145 252 365	65 221 333

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2021 году страховой рынок России продолжал адаптироваться к изменениям, вызванным пандемией COVID-19 и экономической нестабильностью. Однако компании, такие как ООО СК «Сбербанк страхование жизни», Страховая группа «СОГАЗ» и Страховая группа «Альфастрахование», показали стабильные результаты и продолжили развиваться [5].

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2022 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 10).

Таблица 10

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2022 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	Страховая группа «СОГАЗ»	210 564 879	76 959 456
2	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	183 320 562	78 895 224
3	Страховая группа «Альфастрахование»	152 458 963	68 955 456

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

В 2022 году страховой рынок в России продолжал адаптироваться к изменениям, вызванным экономическими и политическими обстоятельствами. ОАО «Сбербанк Страхование Жизни», СК «СОГАЗ» и «АльфаСтрахование» являются одними из крупных игроков на этом рынке.

Рассмотрим структуру конкурентной среды в банкостраховании 2023 года, представленной тремя лидерами в данной области (таблица 11).

Таблица 11

Оценка конкурентной среды в банкостраховании в 2023 году, тыс. руб.

Место в рейтинге	Наименование компании	Страховые взносы	Страховые выплаты
1	Страховая группа «СОГАЗ»	230 568 778	82 562 456
2	ООО СК «Сбербанк страхование жизни»	225 456 221	83 564 552
3	Страховая группа «АльфаСтрахование»	182 813 562	74 562 896

Источник: Рейтинговое агентство Эксперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

На фоне меняющегося законодательства и конкурентной среды в страховой отрасли, эти компании могут фокусироваться на адаптации к новым условиям и потребностям клиентов, а также на внедрении технологий для оптимизации процессов и улучшения качества сервиса.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что конкуренция на рынке банкострахования в России за последние годы претерпела значительные изменения, обусловленные различными факторами:

□ увеличение числа участников: в рынок активно входят новые игроки, включая как крупные страховые компании, так и специализированные организации. Это создает конкурентную среду, где банки могут выбирать среди множества партнеров для предложения страховых продуктов.

□ дифференциация продуктов: страховые компании начинают предлагать более разнообразные и специализированные продукты, что позволяет банкам адаптировать свои предложения под потребности клиентов. Это включает в себя уникальные условия страхования, дополнительные услуги и пакеты.

□ комиссионные вознаграждения: конкуренция за привлечение банков-партнеров приводит к изменению комиссионной политики. Страховые компании предлагают дифференцированные комиссионные, что делает рынок более гибким и конкурентоспособным. Это также может привести к снижению комиссионных в некоторых сегментах.

□ цифровизация и технологии: внедрение новых технологий, таких как онлайн-продажи, мобильные приложения и автоматизация процессов, изменяет подходы к продажам и взаимодействию с клиентами. Это создает дополнительные конкурентные преимущества для тех компаний, которые успешно интегрируют технологии в свои бизнес-процессы.

□ изменение потребительских предпочтений: с изменением потребительских предпочтений и увеличением интереса к цифровым и

удобным решениям, компании, предлагающие инновационные и удобные продукты, получают конкурентное преимущество.

□ экономические факторы: экономическая нестабильность и колебания на финансовых рынках также влияют на конкуренцию. В условиях кризиса компании могут пересматривать свои стратегии, что может привести к как увеличению, так и снижению конкуренции в различных сегментах.

Таким образом, конкуренция на рынке банкострахования в России становится все более динамичной и многогранной, требуя от участников рынка постоянной адаптации и инноваций для сохранения конкурентоспособности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кузьменко, М. В. Правовые аспекты развития экономической конкуренции в процессе банкострахования / М. В. Кузьменко // *Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах: Материалы 2-й Международной научно-практической конференции в 2-х томах, Курск, 19 февраля 2013 года. Том 1.* – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2013. – С. 217-220.
2. Донецкова, О. Ю. Банкострахование: учебное пособие / О. Ю. Донецкова, Е. А. Помогаева. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 92 с.
3. Шепелин, Г.И. Банкострахование в современных условиях: учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 1. - Москва: Московская государственная академия водного транспорта (МГАВТ), 2013. - 146 с.
4. Смарагдов, И. А. Изменение конкуренции на рынках банкострахования и оценки / И. А. Смарагдов, В. Н. Сидорейко, С. В. Чижова // *Научно-методический электронный журнал "Концепт".* – 2015. – № 11. – С. 101-105
5. Шевалье, С. В. Ограничение конкуренции в процессе продажи банками страховых продуктов / С. В. Шевалье // *Актуальные проблемы развития юридической науки в условиях правовой интеграции: Монография. К 90-летию Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) / Под общей редакцией В.В. Блажеева, М.А. Егоровой.* – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "КноРус", 2021. – С. 392-398.
6. Рейтинговое агенство Эсперт Ра. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru>. Дата обращения: 03.03.2025)

УДК 339.73

Особенности развития финтех-индустрии в ведущих экономиках мира

Н.Т. Талипова, к.э.н., профессор

У.М. Алиев, к.э.н., доцент

Ташкентский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Узбекистан

Аннотация. В статье рассматриваются особенности развития финтех-индустрии в развитых странах с учетом экономических, территориальных и регуляторных факторов. Анализируется влияние государственных стратегий, уровня цифровизации и инвестиционной активности на проникновение финтех-услуг. Особое внимание уделено международному сотрудничеству, децентрализации регулирования и межотраслевой интеграции финтех-решений.

Ключевые слова: финтех, цифровые технологии, финансовые услуги, государственное регулирование, инвестиции, экономическое развитие.

Abstract. The article examines the development of the fintech industry in developed countries, considering economic, territorial, and regulatory factors. It analyzes the impact of government strategies, digitalization levels, and investment activity on fintech adoption. Special attention is given to international cooperation, regulatory decentralization, and cross-industry integration of fintech solutions.

Keywords: fintech, digital technologies, financial services, government regulation, investments, economic development.

Финансовые технологии (финтех) стали неотъемлемой частью мировой экономики, однако темпы их внедрения и механизмы регулирования существенно различаются в зависимости от страны. В статье рассматриваются ключевые проблемы финтех-индустрии, включая регуляторные барьеры, конкуренцию с традиционными банками и влияние национальных стратегий на развитие отрасли.

Объектом исследования является динамика развития финтех-рынков в развитых странах, таких как Великобритания, Сингапур, Гонконг, США, Канада и Австралия. Достигнутый уровень процесса исследования отражает текущее состояние индустрии, выявленные закономерности ее масштабирования и роль государственных институтов.

Новизна результатов заключается в сравнительном анализе финтех-ландшафтов различных стран, выявлении факторов, влияющих на скорость внедрения финансовых технологий, и оценке их вклада в экономику. Область применения результатов охватывает разработку государственных стратегий поддержки финтех-индустрии, совершенствование регуляторных механизмов и стимулирование инновационного роста.

Развитие финтех-индустрии обусловлено технологическими и институциональными факторами. Ведущую роль играют искусственный интеллект, технологии распределенного реестра, облачные вычисления и анализ данных. Значительное влияние оказывают также государственная поддержка инноваций, адаптивное регулирование и цифровая грамотность населения, что способствует масштабному внедрению финтех-решений [1].

Объектом исследования выступают финансово-технологические экосистемы Великобритании, США, Канады, Франции, Сингапура, Гонконга и Австралии, отличающиеся высокой зрелостью. Их анализ важен в контексте концепции технологической конвергенции, согласно которой инновации быстрее распространяются в развивающиеся страны после успешной апробации в устойчивых экономиках. Исследование опыта ведущих стран позволяет определить ключевые направления эволюции финтеха и разработать стратегические подходы к его адаптации в условиях цифровой трансформации экономик с формирующимися рынками.

Таблица 1 представляет сводную характеристику сектора финансовых инноваций в развитых экономиках, позволяя выявить ключевые особенности финтех-индустрии и общие закономерности ее функционирования [2]. Анализ включает показатели совокупного вклада финтеха в ВВП, объем инвестиций в стартапы, масштабы вложений банковского сектора в технологии и уровень занятости в отрасли.

Наибольшая доля финтеха в ВВП зафиксирована в Гонконге (около 20%). Несмотря на формальный статус специального административного района Китая, Гонконг де-факто функционирует как развитая экономика с высокой степенью автономии. Значительная роль финтеха обусловлена рядом структурных факторов, включая ограниченность территории и концентрацию финансовых институтов, что способствует активному внедрению цифровых решений и их интеграции в экономику.

Таблица 1

Статистические данные о финтех индустрии продвинутых экономик

	Вклад финтеха в ВВП (%)	Инвестиции в финтех сектор (млн\$)	Вложения банковского сектора в финтех (млн\$)	Занятость в финтех секторе (тыс.чел)
Великобритания	8	2820,6	7835	1100
США	7,5	10655,6	30948,3	6300
Канада	7	430,9	6268	830
Франция	4	411,3	7056,3	1000
Сингапур	13	293,8	1018,6	200
Гонконг	20	215,5	912,8	260
Австралия	9	313,4	7051,5	800

Финансовая система Гонконга демонстрирует высокую степень централизации, что контрастирует с децентрализованной структурой финансового сектора США. Этот фактор оказывает существенное влияние на эволюцию финтех-индустрии и уровень ее экономической интеграции. Сопоставление Гонконга и США показывает, что, несмотря на значительный объем инвестиций со стороны банковского сектора и венчурного капитала в Соединенных Штатах, удельный вес финтеха в ВВП остается ниже, чем в Гонконге. Это свидетельствует о том, что централизованная финансовая архитектура способствует более тесной корреляции между ростом финтех-рынка и его экономическим воздействием.

Географические и институциональные характеристики Гонконга определяют специфику развития его финтех-сегмента. Ограниченные территориальные ресурсы стимулируют не пространственную экспансию, а расширение каналов дистрибуции и международную экспансию финансовых услуг, что отражается на ВВП через компонент чистого экспорта. Хотя агрегированные данные о совокупных инвестициях в финтех Гонконга отсутствуют, анализ свидетельствует, что финансирование со стороны банков составляет порядка 15% от общих затрат финансовых посредников, что

соотносится с аналогичными показателями США и Сингапура.

Глобальный анализ финтех-индустрии подтверждает взаимосвязь между ростом капитальных вложений в сектор и увеличением численности занятых в данной сфере. Однако количественная оценка влияния занятости на уровень распространения финтех-решений затруднена, поскольку значительная часть специалистов работает в международных компаниях и не привязана к локальному рынку труда. Например, в Великобритании около 60% кадрового состава финтех-компаний составляют иностранные граждане, однако отсутствуют точные данные о том, какова доля работников, осуществляющих свою деятельность непосредственно внутри страны. Этот фактор усложняет оценку влияния уровня занятости на развитие отрасли в национальном масштабе.

Одним из индикаторов уровня проникновения финтеха является Fintech Adoption Index, демонстрирующий долю пользователей финтех-услуг среди активных цифровых потребителей. Динамика данного показателя в ведущих экономиках за 2015–2024 годы (рис. 1) позволяет выявить корреляции между уровнем внедрения финансовых технологий и их макроэкономическим воздействием [4].

Финтех-услуги стремительно развиваются в Сингапуре, Гонконге и Канаде, где индекс проникновения за 2015–2024 годы вырос более чем в два раза. В Сингапуре это обусловлено широкой доступностью сервисов, поддерживаемых 1200+ финансовыми учреждениями. В Гонконге толчком стало решение Центрального банка о выдаче восьми виртуальных лицензий, расширивших цифровые банковские услуги. В Канаде драйвером роста выступила программа Global Skills Strategy, привлечшая 24 тыс. специалистов и создавшая 50 тыс. рабочих мест.

Во Франции темпы внедрения финтеха умеренные: 25% пользователей отдают предпочтение традиционным банкам, а доминирование шести крупных игроков создает барьеры для конкуренции. В ответ финтех-компании развивают модель B2B2C, реализовав 243 совместных проекта.

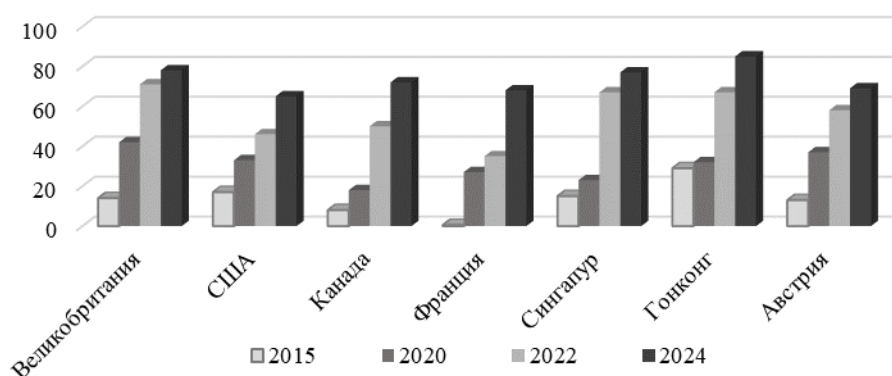


Рисунок 1 - Уровень проникновения финтех-услуг в развитых странах в 2015–2024 гг. (%)

Таблица 2 систематизирует особенности финтех-индустрий, включая регуляторные стратегии и спрос. Например, Великобритания влияет на

регулирование в Австралии, но последняя делает упор на финтех вне финансового сектора. Сингапур и Великобритания продвигают отрасль через регуляторы, но различаются по масштабам рынков.

Таблица 2

Особенности финтех индустрии продвинутых экономик

	Отличительные черты финтех индустрии	Регулирование и инфраструктура	Факторы спроса как драйверы развития финтех инноваций
Великобритания	Лондон — ведущий центр инноваций с гибким регулированием и международными связями	Лидер в создании поддерживающей инфраструктуры для инноваций: Faster Payment Scheme, Open Banking, активная поддержка стартапов	Активное цифровое население и предприятия, благоприятная нормативная среда и запрос от правительства
США	Децентрализация финтех ландшафта	Государственная политика, направленная на повышение привлекательности региона для финтех-индустрии	Обширная база потребителей за счет размера экономики, финансовая зрелость пользователей и предприятий
Канада	Привлечение инвестиций и талантов + концентрация талантов в институтах	Программа Global Skills Strategy и рост миграции талантов, Монреаль выбран центром в масштабировании искусственного интеллекта	Доверие потребителей банкам и финтеху в связи с относительной устойчивостью в кризисы, привлечение талантов
Франция	Коллаборации финтех с банками, B2B2C решения	Правительство Франции выделила финтех как ключевой сектор для поддержки, проактивный подход	Локальные предпочтения пользователей, концентрация финансовой системы вокруг доминирующих игроков
Сингапур	Ведущая роль ЦБ Сингапура, рост инвестиций примерно в 8 раз с 2015 по 2024	Стратегия Smart Nation и лидерство в финтехе АСЕАН: ключевые инициативы — APIX, цифровая идентификация	Доступность финтех-услуг, рост венчурных инвестиций, экспансия в АСЕАН.
Гонконг	Межотраслевые инновации, более централизованная финансовая система	8 виртуальных лицензий выдано ЦБ Сингапура, поддержка межотраслевых инноваций	Расширение каналов сбыта и экспорта финтех инноваций
Австралия	Стимулирование разнообразия финтех-ландшафта, гос. поддержка и осведомленность	Поддержка в ключевых стратегических целях: запуск New Payments Platform, запуск Open Banking	Рост осведомленности об услугах финтех и поддержка Королевской комиссии (Royal Commission)

Небольшие страны, такие как Великобритания, Сингапур и Гонконг, развивают финтех-индустрию через выход на зарубежные рынки, в то время как крупные экономики (Канада, США, Австралия) делают ставку на привлечение инвестиций и кадров, используя потенциал внутреннего спроса [5].

Роль государства в развитии финтеха варьируется. В большинстве развитых стран действует централизованная поддержка инноваций, тогда как в США регулирование остается децентрализованным и зависит от решений штатов.

Финтех-индустрия становится глобальной, расширяя границы применения за пределами традиционного финансового сектора. Это подтверждают международные инициативы Великобритании и межотраслевые инновации Гонконга, которые формируют новые направления роста.

Финтех-индустрия в развитых странах демонстрирует устойчивый рост, обусловленный регуляторной поддержкой, технологическими инновациями и международной экспансией. Малые экономики, такие как Сингапур и Гонконг, активно развивают финтех-услуги для внешних рынков, тогда как крупные страны, включая США и Канаду, ориентируются на привлечение инвестиций и расширение внутреннего спроса. Различия в регуляторных подходах определяют темпы и направления развития отрасли, при этом общий тренд свидетельствует о расширении финтеха за пределами традиционного финансового сектора. Глобальная интеграция и межотраслевые инновации способствуют усилению влияния финтеха на мировую экономику.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Талипова Н.Т. Современные подходы к финансированию и оценке инвестиционных проектов. // В сборнике: Университет предпринимательского типа в контексте устойчивого развития. Сборник материалов IV Межфилиальной международной научной конференции Брянского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова. Москва, 2024. С. 280-288.
2. UK FinTech: Moving mountains and moving mainstream. World Bank.- URL: <https://www.cityoflondon.gov.uk/assets/Business/uk-fintech-moving-mountains-and-moving-mainstream.pdf> (дата обращения: 01.03.2025)
3. Состояние рынка финансовых технологий. Институт макроэкономических и региональных исследований. URL: https://imrs.uz/publications/articles-and-abstracts/financial_technologies (дата обращения: 05.03.2025)
4. Самые прогрессивные страны мира во внедрении финтех-решений. URL: <https://psm7.com/ru/blogs/samye-progressivnye-strany-mira-vo-vnedrenii-fintex-reshenij.html?ysclid=m81ynetoiu501059614> (дата обращения: 08.03.2025)
5. Алиев У.М. Внедрение технологий BIG DATA в управлении информационными системами. // В сборнике: Стратегия развития Нового Узбекистана в обеспечении качественного образования и заботы о человеке. Сборник научных трудов. Курск, 2023. С. 131-133.

Секция 5

Современное состояние и перспективы учета и контроля

УДК 338

Привлекательность бухгалтерской профессии: оценка текущего состояния

*М.С. Коське, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

*И.В. Воюцкая, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

*Ю.Г. Мишучкова, к.э.н., доцент
Оренбургский государственный университет, Россия*

Аннотация. Повышение уровня привлекательности бухгалтерской профессии является важной общественной задачей, так как представители данной профессии стабильно востребованы на рынке труда. При этом престиж бухгалтерской профессии снижается, что подтверждают не только социологические опросы, но и осязаемое сокращение числа студентов в высших учебных заведениях, желающих обучаться по профилю, связанному с бухгалтерским учетом.

Ключевые слова: бухгалтер, рынок труда, престиж профессии, высшее бухгалтерское образование.

Abstract. Increasing the attractiveness of the accounting profession is an important social task, as representatives of this profession are consistently in demand on the labor market. At the same time, the prestige of the accounting profession is decreasing. This is confirmed not only by opinion polls, but also by a noticeable decrease in the number of students in higher education institutions who want to study in a profile related to accounting.

Keywords: accountant, labor market, prestige of the profession, higher accounting education.

Текущие изменения в бизнес-среде обуславливают увеличение запросов работодателей на бухгалтеров. По оценке Алексея Иванова, директора по развитию аутсорсинговой компании Genplace, опирающегося, в свою очередь, на исследование Высшей школы экономики, в 2015 году бухгалтеры в России составляли 4% трудящегося населения страны, и их количество достигало почти 3,5 млн. чел. [1]. Более точных статистических данных о количестве представителей бухгалтерской профессии на сегодняшний день нам найти не удалось. Изменится ли тренд в ближайшей перспективе, сократится или

увеличится потребность в бухгалтерях? А может быть профессия уже не статусная? Все эти вопросы требуют глубокого анализа.

Сейчас работодатели при найме на работу бухгалтеров ожидают от них владения новыми технологиями обработки экономической информации, взаимодействия с искусственным интеллектом, коммуникативных навыков. Но реально специалистов в сфере бухгалтерского учета недостаточно, что подтверждают данные исследований, проведенные одним из самых крупных агентств по поиску работы и сотрудников в мире HeadHunter совместно с банком для предпринимателей и предприятий «Точка». Результаты названного совместного исследования подтверждают, что: «Спрос работодателей на бухгалтеров на российском рынке труда вырос на 318% с 2014 года, и на 33% — за последние два года. В ноябре 2024 года общее число вакансий бухгалтеров в России достигло 272 тыс., хотя 10 лет назад их количество составляло всего 65 тыс. В 2022 году медианная зарплата бухгалтеров составляла 46 тыс. рублей, а к 2024 году она выросла более чем на треть, до 62 тыс. рублей» [2]. Аналитики также отмечают что «зарплатные» предложения отличаются по регионам. Например, в Московской области главному бухгалтеру строительной фирмы обещают оклад до 300 тысяч рублей, а в Новосибирске работодатель ищет бухгалтера по учёту заработной платы с окладом до 130 тысяч рублей [3]. Понятно, что размеры зарплат бухгалтеров варьируются в зависимости не только от регионов, но и от объема и сложности самой работы, требуемого от конкретного специалиста уровня компетенций. Все приведенные аргументы предопределяют необходимость поиска причины повышения спроса на бухгалтеров, определения их профессионального престижа и привлекательности профессии.

Престижность профессий исследуется таким подразделом социологической науки, как социология профессий. В рамках этой науки интересны результаты, представленные А.Р. Бессудновым, изучавшим социальный статус различных профессий параллельно с предпочтениями россиян. Данное исследование, конечно, не было прицельно направлено на бухгалтерскую профессию. Однако выявило интересные сведения и о ней. Как следует из приведенных названным автором данных, в середине прошлого века исследователями из США был проведен опрос 2100 бывших граждан СССР, они на тот момент проживали в Западной Германии или в США, так как после окончания Второй мировой войны не вернулись на родину. В результате этого опроса исследователями была выстроена шкала престижности от наиболее престижных к наименее престижным профессиям, включавшая 13 профессий: врач, научный работник, инженер, директор завода, бригадир, бухгалтер, офицер, учитель, рядовой рабочий, бригадир в колхозе, секретарь партии, председатель колхоза, колхозник. Критически оценивая данную шкалу А.Р. Бессуднов, обратил внимание, что если исключить из ряда секретаря партии и председателя колхоза, то профессии умственного труда начинают этот список, а профессии физического труда замыкают его [4]. Далее в своей статье он привел

информацию о результатах проведенного в 1963 году группой новосибирских социологов исследования престижности профессий. Там респондентами были 3000 школьников из Новосибирской области, которые оценивали престижность 74 профессий по 10-ти балльной шкале. В результате бухгалтеры, наряду с продавцами и конторскими клерками попали в десятку наименее привлекательных профессий, причем бухгалтеры заняли исключительно низкое положение, даже ниже, чем у представителей физического труда.

Мы отмечаем, что в исследовании 50-х годов прошлого века бухгалтер в СССР занимает шестое место, то есть профессия попадает в середину списка, фактически замыкая перечень гражданских профессий, связанных с умственным трудом. Но уже в 60-х годах прошлого века советская молодежь относит бухгалтера к наименее престижным профессиям, что связано с романтизацией ряда профессий в области науки и техники на фоне освоения космоса, когда повышается престиж ученых, инженеров, врачей и ряда других профессий.

При этом в СССР была выстроена уникальная система высшего бухгалтерского образования, в которой существовала возможность заочного обучения (без отрыва от работы). Созданный в 1930 году Всесоюзный заочный финансово-экономический институт (ВЗФЭИ) имел десятки консультационных пунктов и филиалов в 70 городах СССР, в нем обучалось свыше 20 тысяч студентов. За 80 лет (с 1930 по 2010 год) ВЗФЭИ подготовил более 400000 бухгалтеров, контролеров и аналитиков. Несмотря на некоторые ограничения в учебном процессе, практикоориентированность студентов, обучающихся заочно, была выше, чем у студентов дневной формы обучения [5].

В 90-е годы прошлого века, когда начинается построение рыночных отношений и отход от командно-административной системы хозяйствования, возникают частные предприятия и соответственно возрастает потребность в бухгалтерах, что повышает престиж профессии в обществе, ввиду ее необходимости для успешного ведения частного бизнеса.

Д.С. Кузнецова исследовала специалистов экономического профиля как социально-профессиональную группу на основании данных государственной статистики за 2013 год. В результате анализа было выявлено, что наиболее популярными экономическими профессиями являлись – бухгалтер, экономист, финансист (экономист по финансам) и их популярность держалась на уровне 22-23% начиная с девяностых годов, причем 20% абитуриентов желали получить высшее образование в области экономики, из них 17% именно по направлениям: «бухгалтерский учет, анализ и аудит», «экономист», «финансы и кредит» [6].

Трудовые предпочтения россиян в контексте престижности профессий изучались А.Ю. Красновым, он анализировал информацию, полученную в 2017 г. в России по данным ежедневного опроса «ВЦИОМ-Спутник». Этот опрос содержал открытые вопросы и проводился среди людей, имеющих подрастающих детей и внуков. Всего в список вошли 27 мест, которые

занимали различные профессии в зависимости от интереса опрашиваемых. В результате наиболее привлекательными, занявшими самые высокие места стали профессии: врача/медработника, военнослужащего, юриста. На шестом месте оказались экономист, финансист, бухгалтер [7]. Таким образом, профессии - бухгалтер, экономист и финансист рассматриваются как профессии, носители которых обладают универсальными компетенциями, позволяющими трудоустроиться и получать стабильную заработную плату даже в условиях рыночной неопределенности. Здесь следует еще раз уточнить, что опрос проводился среди родителей и бабушек/дедушек молодых людей, которым лишь предстояло осуществить выбор направления профессиональной деятельности. Это исследование особенно интересно, поскольку позволяет анализировать оценки применительно к опыту семьи, транслируемому на профессиональные ориентации детей. При этом мнение старшего поколения является значимым для молодых людей, так как при отсутствии возможности обучаться на бюджетных местах в высших учебных заведениях или в учебных заведениях среднего профессионального образования именно старшие родственники выступают в роли заказчиков по договорам об оказании платных образовательных услуг.

Почему вопрос престижа сейчас важен для бухгалтерской профессии, равно как и для любой другой? Престиж определяет интерес молодежи и ее мотивацию при выборе той или иной профессии. Привлекательность профессии определяется возможностью самореализации и высокой оплатой труда. Судя по статистическим данным, приведенным в начале данной статьи, в текущем периоде оплата труда бухгалтеров зависит от региона, занимаемой должности (главный бухгалтер, заместитель главного бухгалтера, бухгалтер и проч.), масштабов деятельности организации и отраслевой принадлежности. В отношении возможностей самореализации специалиста в бухгалтерской сфере реально существует мало ограничений, поскольку возможен карьерный рост от низовых должностей до главного бухгалтера или финансового директора, причем этот рост может быть реализован и в другой организации, и здесь все зависит от мотивации и интереса самого индивида. Как преподаватели высшей школы, мы наблюдаем снижение интереса молодежи к бухгалтерской профессии, что вызывает беспокойство. Многие высшие учебные заведения даже не набирают необходимое количество студентов, желающих обучаться в бакалавриате по профилю, связанному с бухгалтерским учетом. Причин здесь много, они требуют подробного изучения и исследования. Цифровизация и применение искусственного интеллекта, активно пропагандируются как технологии, которые способны исключить из процесса ведения бухгалтерского учета человека, как специалиста-профессионала. Также существуют стереотипы в восприятии бухгалтера, например, что это скучные люди, сосредоточенным на своей работе, при этом выполняющие рутинные операции, которые лишены творческой составляющей. В целом образ бухгалтера формируется разными способами и инструментами, например, в кинофильмах,

литературных произведениях, деловой прессе, объявлениях о вакансиях на сайтах рекрутинговых агентств и прочими. В итоге складывается ошибочное мнение о том, что бухгалтер (мужчина или женщина) – человек, который воспринимается консервативным, заикленным на точности подсчетов, особенно, если это касается денег. В действительности главной характеристикой бухгалтера, как профессионала является добросовестность, которая проявляется в ответственном отношении к выполнению профессиональных обязанностей, честности и соблюдение профессиональных этических норм. Важной составляющей профессиональной пригодности бухгалтеров является необходимость постоянно повышать свою квалификацию, так как происходят изменения в нормативном регулировании бухгалтерского учета, налогообложения, совершенствуются и усложняются технологии обработки и защиты информации.

Рынок труда демонстрирует растущий спрос на профессионалов-бухгалтеров, подтверждает наличие возможностей их трудоустройства и карьерного роста, что повышает престиж профессии. Поэтому представителям и бизнеса, и академического сообщества необходимо прилагать усилия для привлечения внимания молодежи к интересной и нужной для бизнеса и общества профессии – бухгалтер.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Иванов А. Много ли в России бухгалтеров. Режим доступа: <https://genplace.ru/ivanov-acc-count?ysclid=m7d67val7n625339392> (дата обращения 24.02.2025).
2. В России спрос на бухгалтеров за 10 лет вырос на 318%. Режим доступа: <https://finance.mail.ru/2024-11-21/v-rossii-spros-na-buhgalterov-za-poslednie-10-let-vyros-na-318-63736373/> (дата обращения 24.02.2025).
3. В России вырос спрос на бухгалтеров. Режим доступа: <https://rg.ru/2023/11/21/v-rossii-vyros-spros-na-buhgalterov.html?ysclid=m7d899ig7k585855789> (дата обращения 24.02.2025).
4. Бессуднов А. Р. Социально-профессиональный статус в современной России // Мир России. 2009. № 2. С. 89-115
5. Sidorova M., Nazarov D., Listopad E. The impact of ideology on the institutionalization of correspondence accounting education in Soviet Russia (1929–1939) // Journal of Accounting Education. 2022. Т. 58. С. 100766
6. Кузнецова Д. С. Специалисты экономического профиля как социально-профессиональная группа / Д. С. Кузнецова // Интернет-журнал Науковедение. 2015. Т. 7, № 2(27). С. 45. DOI 10.15862/21EVN215.
7. Краснов А. Ю. Престиж профессии и современные трудовые предпочтения россиян / А. Ю. Краснов // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. № 9(53). С. 29-33. DOI 10.24158/spp.2018.9.5.

Актуальные тенденции управления современным предприятием

УДК 658:338

Развитие мониторинга финансовой безопасности компании с использованием аналитического инструментария в Республике Беларусь

*Н.А. Антипенко, к.э.н., доцент
Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Республика Беларусь*

Аннотация. Мониторинг финансовой безопасности компании с использованием аналитического инструментария является ключевым аспектом устойчивого развития бизнеса, а также позволяет создавать предпосылки для дальнейшего роста, возможности масштабирования и повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования. В статье обосновывается необходимость совершенствования и развития аналитического инструментария финансовой безопасности для обеспечения устойчивости и защищенности бизнеса в условиях постоянно изменяющейся экономической среды.

Ключевые слова: финансовая безопасность, финансовый мониторинг компания, устойчивое развитие, бизнес, оценка, методы, аналитический инструментарий.

Abstract. Monitoring the financial security of a company using analytical tools is a key aspect of sustainable business development, and also allows creating prerequisites for further growth, scaling opportunities and increasing the competitiveness of business entities. The article substantiates the need to improve and develop analytical tools for financial security to ensure the sustainability and security of business in a constantly changing economic environment.

Keywords: financial security, financial monitoring company, sustainable development, business, assessment, methods, analytical tools.

Мониторинг финансовой безопасности компании с использованием аналитического инструментария обусловлен необходимостью своевременного выявления и оценки финансовых рисков для обеспечения устойчивости и защищенности бизнеса в условиях постоянно изменяющейся экономической среды.

Финансовая безопасность представляет собой состояние защищенности имущества и активов фирмы от внутренних и внешних угроз, что особенно актуально для бизнеса. Успешное управление финансовыми рисками позволяет минимизировать потери и сохранить конкурентные преимущества. В связи с

этим необходимым инструментом становится применение аналитических инструментов, позволяющих глубже и всесторонне оценивать финансовые показатели бизнеса [1, с. 45].

Аналитические инструменты, такие как системы мониторинга и управления финансовыми потоками, позволяют эффективно собирать и обрабатывать данные о текущем финансовом состоянии компании. Внедрение этих инструментов помогает быстрее реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и выявлять потенциальные риски.

Оценка финансовой безопасности включает в себя анализ ключевых показателей, таких как ликвидность, прибыльность, финансовая устойчивость и оборачиваемость активов. Используя комплексный подход, компании могут определить не только текущее состояние, но и склонность к рискам, основанную на исторических данных. Это предоставляет возможность строить прогностические модели.

Не менее важными являются и аспекты адаптации к изменениям на рынке. Компании, способные оперативно реагировать на внешние вызовы, имеют больше шансов на успешное преодоление финансовых кризисов. Данная адаптация может быть достигнута через адаптивные модели управления и применение гибких методов.

Диагностика финансовой безопасности с использованием аналитического инструментария является ключевым элементом успешного управления компанией. Она не только позволяет отслеживать текущее финансовое состояние, но и формирует стратегию защиты от потенциальных рисков, улучшая общую устойчивость бизнеса. Инвестирование в современные аналитические решения становится необходимостью для организаций, стремящихся к стабильному и прибыльному развитию в условиях современного рынка [2, с.151].

Вопросы диагностики финансовой безопасности компании обсуждались в научной литературе и рассматривались в различных методических рекомендациях и инструкциях органов управления. Тем не менее, недостаточное внимание уделяется оценке финансовой безопасности с использованием современных аналитических инструментов. Проблема диагностики финансовой безопасности предприятий через призму применения аналитического инструментария остается в значительной степени незаслуженно обделенной вниманием как в отечественной, так и в зарубежной литературе.

В последние годы наблюдается растущий интерес к применению аналитических технологий, таких как бизнес-аналитика и машинное обучение, в области диагностики финансовой устойчивости и безопасности. Однако, несмотря на это, концепции и методологии, обеспечивающие системный взгляд на проблему, по-прежнему требуют дальнейшего развития. Таким образом, необходимы дополнительные исследования, направленные на интеграцию различных аналитических инструментов и методов для построения целостной системы диагностики финансовой безопасности [3, с.33].

Вопросы диагностики финансовой безопасности компании с использованием аналитического инструментария исследуются в финансовом менеджменте, риск-менеджменте, антикризисном управлении, информационных технологиях и т.д. Авторы, В.Г. Артющко, М.В. Белендир, Е.П. Гарина, Ю.А. Патласов в своих работах рассматривают различные подходы и методологии, применяемые для оценки финансовой безопасности. Эти исследования подчеркивают важность использования аналитических инструментов в процессе диагностики и повышения устойчивости бизнеса к финансовым рискам [3].

В Российской Федерации, методические указания, утвержденные Приказом Федеральной службы финансового мониторинга России (ФСФО РФ) от 23 января 2001 года № 16, регламентируют порядок анализа финансового состояния организаций, проводимого сотрудниками ФСФО. Основное внимание в указаниях уделяется процедуре экспертизы и составления заключений по вопросам финансового состояния, а также мониторингу и выполнению иных функций службы.

В Республике Беларусь, при оценке платежеспособности и оценки риска банкротства предприятия применяется инструментарий в соответствии с постановлением Министерства экономики Республики Беларусь и Министерства финансов Республики Беларусь от 07.08.2023 №16/46 «Об оценке степени риска наступления банкротства», вступившее в силу с 01.10.2023 г.

В Республике Беларусь анализ финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования, до 1 октября 2023 года, осуществлялся на основании постановления Министерства финансов и Министерства экономики от 27.12.2011 г. № 140/206 (Инструкция № 140/206).

Введенные постановлением Министерства экономики Республики Беларусь и Министерства финансов Республики Беларусь от 07.08.2023 №16/46 «Об оценке степени риска наступления банкротства» (постановление) показатели и критерии позволяют с 01.10.2023 определить степень риска банкротства и принять меры по обеспечению финансовой устойчивости организаций и индивидуальных предпринимателей, а также выбрать необходимую процедуру в деле о банкротстве, рассчитываются показатели:

☐ коэффициент обеспеченности обязательств имуществом, характеризующий соотношение обязательств и имущества;

☐ коэффициент просроченных обязательств, характеризующий соотношение просроченных обязательств и общей суммы обязательств.

По приведенным коэффициентам определяется четыре степени риска банкротства субъекта хозяйствования (низкая, средняя, высокая, критическая), что позволит более точно оценивать риск банкротства и принимать соответствующие меры для обеспечения финансовой устойчивости бизнеса.

Аналитический инструментарий для оценки финансового состояния и устойчивости предприятия включает различные метрики и показатели, которые

позволяют проанализировать соотношение заемных и собственных средств, ликвидность, финансовую стабильность, рентабельность и другие аспекты деятельности компании.

Каждый из этих показателей предоставляет полезную информацию для комплексной оценки финансового состояния предприятия, что позволяет как внутренним, так и внешним пользователям принимать обоснованные решения.

Главная цель финансовой безопасности предприятия заключается в обеспечении его устойчивого и эффективного функционирования в текущих условиях, а также в создании прочной основы для будущего роста и развития. Это достигается через комплексное управление финансовыми ресурсами, минимизацию рисков и оптимизацию всех бизнес-процессов, что позволяет компании не только справляться с потенциальными угрозами, но и активно воспользоваться возможностями на рынке. Важными аспектами финансовой безопасности являются стабильность денежных потоков, наличие резервов для оперативного реагирования. Таким образом, финансовая безопасность представляет собой не только защиту текущих интересов, но и стратегический ресурс для достижения конкурентных преимуществ и максимизации потенциала предприятия в будущем [4, с.20].

Современный этап становления экономики и общества характеризуется масштабным развитием компьютерных информационных и сетевых технологий, облачных вычислений, электронных способов передачи и обработки огромных массивов информации. Их применение обуславливает цифровизацию экономики. Стремительный прогресс в науке и технике побуждает технологическую трансформацию и в решении типовых процессов финансового менеджмента.

Основное направление современного развития инструментов финансовой диагностики заключается в разработке и применении эффективных инструментов автоматизации финансового анализа. Чаще всего автоматизация финансового анализа обеспечивается возможностями электронных таблиц.

В современном бизнесе важнейшим аспектом управления является финансовая безопасность компании, которая требует постоянного мониторинга, анализа и прогнозирования. Для эффективной диагностики финансовой безопасности необходимы инструменты, позволяющие обрабатывать большие объемы данных и предоставлять достоверную информацию. В отличие от традиционных методов, современные информационные системы предлагают интегрированные решения, которые значительно повышают эффективность анализа и управления финансами [5, с.52].

Диагностика финансовой безопасности компании — это многогранный процесс, требующий комплексного подхода с использованием различных аналитических инструментов. Регулярный анализ финансового состояния, а также выявление и управление рисками позволяют компании не только поддерживать свою стабильность, но и создавать предпосылки для дальнейшего роста и развития. Информационные системы помогают

автоматизировать процесс мониторинга рисков — от рыночных до кредитных. Это позволяет не только выявлять риски на раннем этапе, но и разрабатывать стратегии их минимизации, обеспечивая более высокий уровень финансовой безопасности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Антикризисный менеджмент: учеб. для вузов / Л.Н. Оголева [и др.]; под ред. Л.Н. Оголевой. – М.: Инфра-М, 2023. – 680 с.*
2. *Моделирование влияния финансовых факторов на высокотехнологичный валовый региональный продукт в региональных кластерах в условиях экономики знаний / Н. И. Яшина, А. В. Аникин, О. И. Кашина [и др.] // Фундаментальные исследования. – 2019. – № 10. – С. 150-159. – EDN HLQORK.*
3. *Бусыгин, Ю. Н. К вопросу сбалансированности и эффективности использования краткосрочных активов организацией, описанной расчетно-аналитической моделью / Ю. Н. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2024. – № 2. – С. 33-37.*
4. *Бусыгин, Ю. Н. Компьютерный аудит оценки риска потери финансовой устойчивости организации / Ю. Н. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2024. – № 6. – С. 20-25.*
5. *Бусыгин, Д.Ю. Управление проектами в условиях рецессии / Д.Ю. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2024. – № 7. – С. 51-55.*

УДК 004.8

Искусственный интеллект и его влияние на развитие маркетинга (проблемы и перспективы)

***И. В. Боровкова**, к.ф.н., доцент,
руководитель Центра научных исследований
Ивановский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация: статья посвящена возможностям применения искусственного интеллекта в маркетинговых бизнес-процессах, отмечается его способность обрабатывать большие объемы данных, а также возможности в решении задач персонализации и экономии рабочего времени. Приводятся примеры использования искусственного интеллекта в бизнесе, отмечается, что для этого требуется приобретение дорогостоящей техники, обучение сотрудников, постоянное обновление системы для актуальной и правильной работы. Авторы указывают также на ряд возможных проблем в использовании ИИ, решение которых еще предстоит, к примеру, не решен вопрос авторских прав применительно к продуктам, созданным на основе искусственного интеллекта.

Ключевые слова: искусственный интеллект, искусственный интеллект в экономике, маркетинг, цифровизация, искусственный интеллект и право, этический кодекс ИИ.

Annotation: the article is devoted to the possibilities of using artificial intelligence in marketing business processes, noting its ability to process large volumes of data, as well as the possibilities in solving personalization problems and saving working time. Examples of the use of artificial intelligence in business are given, it is noted that this requires the purchase of expensive equipment, training of employees, constant updating of the system for relevant and correct operation. The authors also point out a number of potential problems in the use of AI that have yet to be resolved, for example, the issue of copyright in relation to products created on the basis of artificial intelligence has not been resolved.

Keywords: artificial intelligence, artificial intelligence in economics, marketing, digitalization, artificial intelligence and law, code of ethics AI

В условиях обострившейся борьбы за ресурсы и непрерывных попыток перераспределить доходы от мировых логистических маршрутов научное сообщество в этот же период переживает бурный всплеск интереса к вопросам использования так называемого «искусственного интеллекта», возлагая большие надежды на возможность автоматизировать и ускорить многие процессы, повысив эффективность работы. Несомненно, это касается и менеджмента.

Полагаем, что в ближайшем будущем экономическое сообщество могло бы прийти к выработке стратегии, касающейся вопросов функционирования ИИ, а также юридических вопросов регулирования возникающих при этом противоречий.

Актуальность статьи основана на необходимости исследования ряда проблем, связанных с использованием искусственного интеллекта в маркетинге. Мы поставили перед собой цель сделать обзор некоторых научных публикаций, посвященных этой теме, применяя методы количественного и сравнительного анализа. Отметим, что в современном научном мире активно публикуют и обсуждают тему искусственного интеллекта.

Так, в системе РИНЦ насчитывается уже более сорока тысяч таких публикаций. По данным Elibrary количество публикаций с ключевыми словами «искусственный интеллект» за 2024 год составило порядка десяти тысяч, в том числе отметим вышедшую в 2024 году монографию «Маркетинг в новой реальности», подготовленную при активном участии научных кадров РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Взрывной рост количества публикаций говорит о бурном развитии научной мысли в данном направлении, а также об активном внедрении современных технологий в бизнес-процессы. Можно с уверенностью утверждать, что наше общество вошло в эпоху онлайн-торговли, мобильного банкинга, электронного документооборота.

Одно из определений искусственного интеллекта дается в статье В. М. Кутергина «Современные технологии искусственного интеллекта, их применение в экономике», где сказано, что ИИ – «это наука и технология

создания алгоритмов и компьютерных программ, которые действуют как интеллектуальные системы» [1, с. 278]. Полагаем, что искусственным интеллектом можно назвать способность компьютера воспроизводить навыки, подобные человеческим, основанным на возможностях человеческого мозга. Машина использует определенные алгоритмы обработки больших объемов информации для решения задач аналогично тому, как их решил бы человек, но в отличие от него не способна испытывать эмоции либо усталость. Человечество может использовать эту способность ИИ для выявления различных закономерностей и пытаться прогнозировать события, чтобы иметь возможность принять то или иное выверенное решение.

Первые наработки по данной теме появились еще в середине прошлого века. Английский ученый Алан Тьюринг высказал свою мысль о том, что машины, наравне с людьми, могут обрабатывать имеющуюся у них информацию, чтобы принимать решения. В 50-х годах XX века появился известный нам термин "искусственный интеллект" и начата активная работа в этом направлении. В XXI веке исследования искусственного интеллекта получили стремительное развитие. Мощные алгоритмы машинного обучения и постоянный поток данных из интернета и социальных сетей создали основу, благодаря которой можно анализировать и обрабатывать информацию на высоких скоростях.

Считается, что лидеры в отрасли разработки и исследования ИИ в мире – это США и Китай. В России инвестиционная активность в ИИ значительно ниже, поэтому о его повсеместном внедрении пока речи не идет. Однако новые технологии находят все большую популярность среди таких крупных компаний, как Сбер, Яндекс, VK, МТС. Искусственный интеллект находит применение во многих сферах деятельности: медицина, образование, сельское хозяйство, промышленность, электронная коммерция.

В современном мире ИИ активно используется маркетологами для повышения эффективности работы и снижения расходов компании. Практически каждому, например, приходилось взаимодействовать с виртуальным помощником или чат-ботом в приложениях банков или магазинов. Да, иногда они работают некорректно, но простые шаблонные задачи они выполняют с легкостью, а также доступны в любое время дня и ночи. Это увеличивает скорость обработки обращений и снимает часть нагрузки с операторов, что позволяет перенаправить их на решение более сложных заявок.

Процесс генерации искусственным интеллектом различных текстов для рекламных проектов, смс- и email-рассылок, афиш и прочего полезного материала, помогающего в привлечении и удержании аудитории, происходит буквально за пару секунд, что экономит сотрудникам время и ресурсы. Более того, с помощью анализа больших объемов данных, ИИ может предугадать, какой материал наиболее понравится потребителям, в какое время суток стоит его выложить или что добавить для больших охватов аудитории. Кроме того,

ориентируясь на перемещение пользователей по различным сайтам, ИИ может предлагать персонализированный материал, например, статьи или продукты, которые будут отвечать их интересам. Такой подход призван обеспечить удовлетворенность клиентов и сделать более продуктивным их пользование электронными ресурсами (сайтами). Стоит добавить, что «несмотря на преимущества, цифровой маркетинг сталкивается с рядом этических и социальных проблем, которые подрывают к нему доверие и создают негативные последствия для общества» [2]. Проблема сохранения конфиденциальности наиболее актуальна, так как наши личные данные, предпочтения в покупках и просмотре того или иного контента могут быть использованы не только во благо. Замечено также, что социальные медиа и поисковые системы способны вмешиваться в процесс подбора информации, попадающей в поле зрения пользователей, создавая так называемые «информационные пузыри» [2, стр. 36]. Выходом из подобных ситуаций видится применение политики прозрачности в работе компаний, занимающихся цифровым маркетингом, а также создание универсального этического кодекса ИИ, поддерживаемого мировым сообществом. Определенные работы в данном направлении уже ведутся. В научных кругах встречаются упоминания о том, что в Китае выпустили кодекс этических принципов для искусственного интеллекта с целью ограничить влияния высоких технологий на человека (Гимадеева Н. Р.: «КНР стремится стать мировым лидером по разработкам в области ИИ к 2030 году»). [3].

Научные круги возлагают определенные надежды на внедрение искусственного интеллекта в маркетинговые бизнес-процессы. Это позволит компаниям высвободить временные и трудовые ресурсы и направлять их на решение более сложных задач. Кроме того, способность ИИ обрабатывать большие объемы данных позволит бизнесу понимать свою целевую аудиторию, узнавать, каковы ее предпочтения, и быстро принимать решения в условиях постоянно изменяющейся рыночной среды. Персонализированный подход к каждому клиенту, о котором мы упомянули, поможет в свою очередь привлечь и удержать аудиторию, повысить лояльность потребителей к компании.

Помимо достоинств и определенных перспектив использования ИИ учеными отмечаются и существенные проблемы. Одним из самых первых препятствий является дороговизна данных технологий и поддержание их работы. Часто для этого требуется приобретение дорогостоящей техники, обучение сотрудников, постоянное обновление системы для актуальной и правильной работы. Все это может потребовать немалых инвестиций, которых, например, у среднего и малого бизнеса может не оказаться. Под сомнение можно поставить и уникальность контента, созданного ИИ, поскольку он разрабатывается на основе уже существующих шаблонов. Полученный продукт в таких случаях может быть лишен оригинальности или же не иметь эмоциональной окраски. Полагаем, что на данный момент креативные способности человека невозможно передать искусственному интеллекту.

Остаются нерешенными правовая и этическая стороны использования ИИ, включая вопросы авторского права (на контент, созданный ИИ), ответственности за ложную или негативную информацию, предоставленную данными технологиями и тому подобное. В 2021 году, к примеру, вышла статья «Искусственный интеллект и право: краткий обзор» (автор Темирбеков Ж. Р.) [4], в которой отмечалось, что «в юридическом сообществе обсуждаются вопросы о возможном признании роботов на базе искусственного интеллекта носителями моральных и юридических прав» [6, стр. 155]. Считаем, что в Российской Федерации назревает необходимость принятия законодательной базы в сфере разработки и внедрения ИИ, которая была бы адаптирована к существующим реалиям и позволяла бы применять гибкий подход к его регулированию с учетом всей специфики.

Таким образом можно сказать, что в настоящее время идет активное использование искусственного интеллекта в маркетинге (как на уровне компаний, так и на уровне потребителей), однако данные технологии не лишены отрицательных черт. Описаны случаи его использования в решении различных маркетинговых задач и его способность быстро реагировать в условиях рынка, но ряд исследователей отмечает, что полностью заменить человека ИИ не может, так как сохраняет зависимость от шаблонов, не способен креативно мыслить, а также «зависит от точности данных, представленных ему для анализа» [5, с. 80]. Тем не менее изменения в жизни общества, связанные с искусственным интеллектом, увеличивают не только эффективность и качество работы предприятий, но и качество жизни населения.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кутергин, В. М. Современные технологии искусственного интеллекта, их применение в экономике / В. М. Кутергин // Молодежь. Наука. Современность: IX Всероссийская научно-практическая конференция. Сборник статей, Воткинск, 10 апреля 2023 года. – Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2023. – С. 277-281. – EDN JHDTEN.
2. Калмыков, К. Б. Этика и социальная ответственность в цифровом маркетинге: проблемы и пути их решения / К. Б. Калмыков // Экология и экономика: проблемы и поиски путей устойчивого регионального развития : Сборник статей по материалам VI Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», посвященной 65-летию Ивановского филиала, Иваново, 16–17 мая 2024 года. – Иваново, 2024. – С. 35-38. – EDN XFOXGC.
3. Гимадеева, Н. Р. Этические кодексы России, Востока и западного мира: сравнительный анализ / Н. Р. Гимадеева, Е. В. Потапова // Экономика, управление, бизнес в современном мире: актуальные вопросы и перспективы развития : Сборник научных трудов по материалам IX Международной научно-практической конференции, Тверь, 21 мая 2024 года. – Тверь: ЗАО "Университетская книга", 2024. – С. 241-246. [Электронный ресурс] <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=70225127> (дата обращения: 09.10.2024).
4. Темирбеков, Ж. Р. Искусственный интеллект и право: краткий обзор / Ж. Р. Темирбеков // Право и государство. – 2021. – № 3(92). – С. 142-156. – DOI 10.51634/2307-5201_2021_3_142. – EDN EVCXSM.

5. Слицкая А. Е. Применение искусственного интеллекта в маркетинге / А. Е. Слицкая // Практический маркетинг. – 2023. - № 12 (318). – С. 77 – 80. [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-iskusstvennogo-intellekta-v-marketinge-1> (Дата обращения 02.11.2024)

УДК 336.62

Прогнозирование денежных потоков в целях принятия управленческих решений

*Е.А. Григорьева, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В процессе деятельности финансовые менеджеры нацелены на приумножение благосостояния собственников (акционеров) и соответственно должны анализировать каждый свой шаг с точки зрения влияния на рост стоимости компании. Именно поэтому компании должны ставить перед собой цели, выраженные в показателях дисконтированного денежного потока, которые являются самыми подходящими критериями создания стоимости

Ключевые слова: инерционная модель, прогнозирование результатов

Abstract. In the course of their activities, financial managers are aimed at increasing the well-being of owners (shareholders) and, accordingly, must analyze each step in terms of its impact on the growth of the company's value. That is why companies should set goals for themselves, expressed in terms of discounted cash flow, which are the most appropriate criteria for creating value.

Keywords: inertial model, prediction of results

Главная цель функционирования предприятия представлена как извлечение и максимизация прибыли. Многие предприятия нашей страны ставят подобные цели и сегодня. Однако, многолетний западный и уже наработанный отечественный опыт доказали, что компании, должна сосредоточиться на принятии управленческих решений на основе стоимости бизнеса. В этих целях необходимо сформировать инерционную модель развития предприятия и спрогнозировать несколько показателей [1]. Начать следует с прогнозирования состояния основных средств и амортизационных отчислений на ближайшие 5 лет. Результаты проведения прогноза состояния основных средств и начисленной амортизации представлены в таблице 1.

Прогнозирование результатов происходило следующим образом.

Для начала были рассчитаны средние геометрические темпов роста коэффициентов поступления и выбытия. Затем были найдены значения коэффициентов поступления и выбытия для прогнозного периода путем умножения средней геометрической на значение предыдущего года [2]. Далее были рассчитаны объемы поступления и выбытия основных средств путем

произведения соответствующих коэффициентов, рассчитанных ранее, на объем основных средств на конец предыдущего года. Объем основных средств на конец года рассчитывается путем прибавления к аналогичному показателю прошлого года спрогнозированного объема поступлений и вычитания спрогнозированного объема выбытий. Расчетная норма амортизации определяется методом скользящей средней за 6 предыдущих лет. Прогнозная величина амортизации рассчитывается как произведение разницы объема основных средств на конец отчетного года и конец базисного на расчетную норму амортизации отчетного года с прибавлением к полученной величине объема амортизационных отчислений базисного года.

Таблица 1

Прогноз объема основных средств и амортизации организации на 2025-2029 гг.

Показатель	2025 г.	2026 г.	2027 г.	2028 г.	2029 г.
Основные средства на конец года, тыс. р.	113264,55	111627,7	105505,5	93192,97	72696,86
Поступление, тыс. р.	4317,42	2979,14	1949,31	1223,19	717,32
Выбытие, тыс. р.	30,87	4615,92	8071,57	13535,73	21213,43
Коэффициент поступления	0,04	0,03	0,02	0,01	0,01
Коэффициент выбытия	0,02	0,04	0,07	0,13	0,23
Амортизация, тыс. р.	74170,06	73238,35	69749,42	62492,54	50375,64
Норма амортизации расчетная	0,58	0,57	0,57	0,59	0,59

Полученные прогнозные данные, представленные в таблице 1, свидетельствуют о том, что предприятие активно использует амортизационную политику в целях снижения налога на прибыль, так как норма амортизации на протяжении всего анализируемого периода довольно высокая.

На следующем этапе следует спрогнозировать объемы выручки на следующие 5 лет. При прогнозировании выручки для начала необходимо перевести выручку в миллионы рублей для наглядности. Затем на основании полученных данных можно составить логарифмическое уравнение. Потом в это уравнение вместо неизвестной следует подставить номер прогнозного года. Полученные результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2

Прогнозирование выручки организации на период с 2025 по 2029 гг.

Номер периода	2025 г.	2026 г.	2027 г.	2028 г.	2029 г.
Выручка, млн. р. по логарифмической функции	249	258	265	272	278
Натуральный логарифм	1,9459101	2,0794415	2,1972245	2,3025850	2,3978952
Выручка, млн. р. по линейной функции	271,586	293,594	315,602	337,61	359,618
Выручка для дальнейших прогнозов, тыс. р.	249 204	257 795	265 374	272 153	278 285

Как видно из таблицы 2, прогноз выручки с помощью построения линии трендов с использованием логарифмической и линейной существенно отличается. При дальнейших расчетах следует использовать выручку,

спрогнозированную по логарифмической функции [2]. Также следует сказать, что если прогнозировать путем произведения значения базисного года на среднюю геометрическую, то полученные результаты будут намного превосходить реальный уровень. График, с помощью которого можно наблюдать результаты прогноза, изображен на рисунке 1.

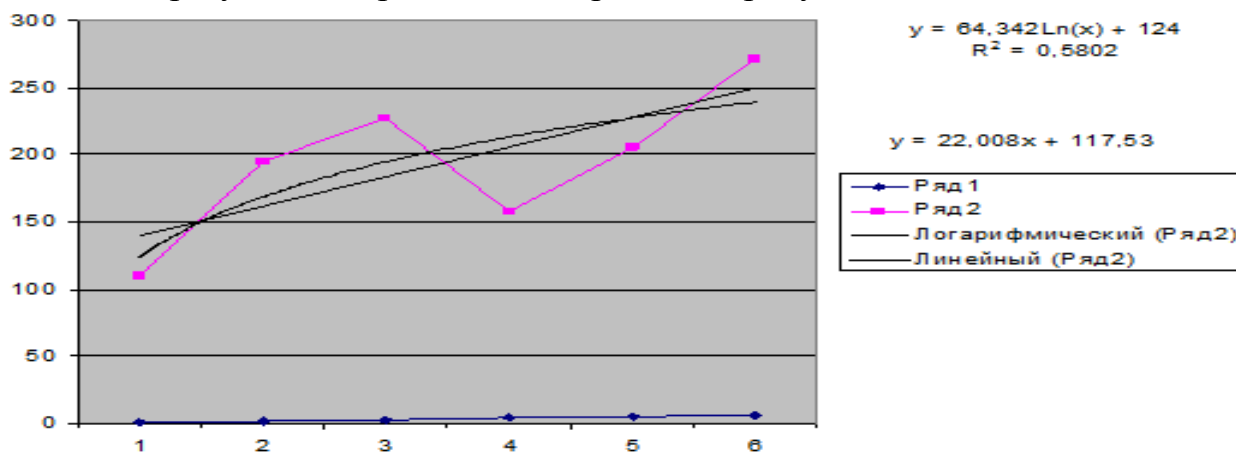


Рисунок 1 – График прогнозирования выручки на 5 лет

Затем следует спрогнозировать затраты предприятия. Чтобы спрогнозировать переменные затраты, необходимо найти среднее арифметическое значение доли переменных затрат в выручке и умножить на ранее спрогнозированный объем выручки отчетного года. Для прогнозирования заработной платы следует найти среднюю геометрическую темпов роста заработной платы за ретроспективный период и умножить на значение заработной платы предыдущего года [3]. Но данный прогноз будет неточен вследствие действия инфляции. Следует спрогнозировать зарплату с учетом инфляционных ожиданий (Министерством экономического развития РФ). Для того, чтобы получить оптимальные значения заработной платы, следует найти среднее значение между прогнозом заработной платы с помощью средней геометрической темпов роста и прогнозом с учетом инфляции. Социальные отчисления рассчитываются как 30 % от спрогнозированного значения заработной платы. Прочие расходы планируются путем произведения средней геометрической темпов роста прочих расходов на значение показателя в предыдущем году. Полученные прогнозные значения представлены в таблице 3.

Из таблицы 3 видно, что и переменные, и постоянные затраты растут большими темпами, чем растет выручка. Данный факт негативно скажется на прогнозировании чистой прибыли предприятия. На следующем этапе следует спрогнозировать чистую прибыль предприятия на 5 лет вперед.

Таблица 3

Прогнозирование затрат организации на 2025 - 2029 гг.

Показатели	2025 г.	2026 г.	2027 г.	2028 г.	2029 г.
Выручка, тыс. р.	249203,8	257795,4	265373,8	272152,9	278285,4
Переменные затраты, тыс. р.	97299,42	100654	103612,9	106259,7	108654,1
Постоянные затраты (с амортизацией), тыс. р.	236319,1	258124,3	282243	308510,2	337909,1
ЗП, тыс. р.	57849,94	57635,67	57422,2	57209,51	56997,62
Темп роста	62026,42	66230,33	70535,3	74767,42	79926,37
Инфляция, %	106,8	106,8	106,5	106	106,9
ЗП средние прогнозы, тыс. р.	59931,68	61933	63978,75	65988,47	68462
Начисления, тыс. р.	17979,5	18579,9	19193,62	19796,54	20538,6
Амортизация, тыс. р.	74170,06	73238,35	69749,42	62492,54	50375,64
Прочие затраты, тыс. р.	84237,83	104373,1	129321,2	160232,7	198532,9

Для того чтобы спрогнозировать балансовую стоимость основных фондов, необходимо умножить среднее значение доли балансовой стоимости в первоначальной в ретроспективном периоде на спрогнозированную ранее первоначальную стоимость основных фондов. Чтобы найти налог на имущество, необходимо полученную балансовую стоимость на конец года умножить на 2,2 %. Далее следует рассчитать операционную прибыль путем вычитания из спрогнозированной выручки постоянных, переменных затрат, а также налога на имущество. Полученные результаты представлены в таблице 4.

Таблица 4

Прогноз чистой прибыли организации на 2025 - 2029 гг., в тыс. р.

Показатель	2025 г.	2026 г.	2027 г.	2028 г.	2029 г.
Выручка	249203,8	257795,4	265373,8	272152,9	278285,4
Переменные затраты	97299,42	100654	103612,9	106259,7	108654,1
Постоянные затраты	236319,1	258124,3	282243	308510,2	337909,1
Балансовая стоимость на конец года	47349,59	46665,34	44105,97	38958,78	30390,5
Первоначальная стоимость	113264,6	111627,8	105505,5	93192,97	72696,86
Налог на имущество	1041,691	1026,638	970,3313	857,0931	668,591
Операционная прибыль	-85456,44	-102009,5	-121452,4	-143474,1	-168946,4
Чистая прибыль	-68365,15	-81607,6	-97161,92	-114779,3	-135157,1

Далее следует спрогнозировать собственный оборотный капитал. Чтобы найти коэффициенты оборачиваемости текущих активов и краткосрочных обязательств, необходимо умножить среднюю геометрическую темпов роста соответствующих коэффициентов на значение коэффициента в предыдущем году. Для того чтобы рассчитать объемы текущих активов и краткосрочных обязательств на конец года, необходимо спрогнозированную выручку разделить на соответствующий коэффициент оборачиваемости [3]. Собственный оборотный капитал рассчитывается как разница между текущими активами и краткосрочными обязательствами на конец отчетного года.

Изменение собственного оборотного капитала рассчитывается как разница между значением отчетного и базисного годов. Полученные данные представлены в таблице 5.

Таблица 5

Прогноз собственного оборотного капитала организации на 2025 - 2029 гг.

Показатель	2025 г.	2026 г.	2027 г.	2028 г.	2029 г.
Выручка, тыс. р.	249203,8	257795,43	265373,82	272152,93	278285,38
ТА на конец г., тыс. р.	111207,94	117451,93	123437,39	129242,51	134923,15
КО на конец г., тыс. р.	59538,28	67871,67	76991,55	87010,10	98043,47
ТА сред. тыс. р.	114975,47	114329,94	120444,66	126339,95	132082,83
КО сред. тыс. р.	59218,14	63704,98	72431,61	82000,83	92526,79
Коб ТА	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06
Коб ТО	4,19	3,80	3,45	3,13	2,84
СОК, тыс. р.	51669,66	49580,26	46445,84	42232,41	36879,68
ΔСОК, тыс. р.	-3057,84	-2089,41	-3134,42	-4213,43	-5352,73

Из таблицы 5 следует, что коэффициент оборачиваемости будет из года в год снижаться и в 2029 году составит 2,06. Текущие активы на протяжении всего прогнозного периода будут увеличиваться, и в конце анализируемого периода достигнут величины в 135 миллионов рублей. Собственный оборотный капитал будет снижаться, по причине того, что темпы роста краткосрочных обязательств опережают темпы роста текущих активов.

На следующем этапе следует спрогнозировать долгосрочные обязательства. Чтобы рассчитать дефицит финансовых ресурсов необходимо из планируемых капитальных вложений, рассчитанных ранее, вычесть планируемую чистую прибыль и рассчитанную амортизацию. Остаток долгосрочных обязательств после погашения рассчитывается как сумма долгосрочных обязательств на конец года и дефицита финансовых ресурсов. Полученные данные представлены в таблице 6.

Таблица 6

Прогноз долгосрочных обязательств организации на 2025 - 2029 гг., в тыс. р.

Показатель	2025 г.	2026 г.	2027 г.	2028 г.	2029 г.
Планируемые капитальные вложения	4317,424	2979,14	1949,306	1223,19	717,3201
Планируемая ЧП	-68365,2	-81607,6	-97161,9	-114779	-135157
Амортизация	74170,06	73238,35	69749,42	62492,54	50375,64
Дефицит финансовых ресурсов	-1487,49	11348,39	29361,81	53509,95	85498,8
Остаток ДО после погашения	35420,51	46768,91	76130,72	129640,7	215139,5

На завершающем этапе формирования инерционной модели развития организации следует спрогнозировать денежные потоки. Денежный поток рассчитывается путем прибавления к чистой прибыли амортизации, прибавления изменения долгосрочных обязательств, вычитания изменения собственного оборотного капитала, вычитания капитальных вложений. Результаты прогноза представлены в таблице 7.

Таблица 7

Прогноз денежных потоков организации на 2025-2029 гг., в тыс. р.

Показатель	2025 г.	2026 г.	2027 г.	2028 г.	2029 г.
Чистая прибыль	-68365,15	-81607,60	-97161,92	-114779,29	-135157,12
Амортизация	74170,06	73238,35	69749,42	62492,54	50375,64
Изменение ДО	-1487,49	11348,39	29361,81	53509,95	85498,80
Изменение СОК	-3057,84	-2089,41	-3134,42	-4213,43	-5352,73
Капитальные вложения	4317,42	2979,14	1949,31	1223,19	717,32
Денежный поток	3057,84	2089,41	3134,42	4213,43	5352,73

Как видно из таблицы 7, спрогнозированные денежные потоки организации растут на протяжении последних четырех лет и достигнут своего максимума в 2029 году. Для дисконтирования денежных потоков необходимо рассчитать ставку дисконтирования.

Прогноз денежных потоков дает возможность:

- ☐ синхронизировать денежные потоки во времени и пространстве;
- ☐ сформулировать прогнозные значения плана поступления и расходования денежных средств в едином документе на краткосрочную перспективу;
- ☐ обеспечить приоритетность платежей предприятия, исходя из их значения для финансово – хозяйственной деятельности предприятия;
- ☐ достичь ликвидного денежного потока, чтобы обеспечить максимальную платежеспособность в краткосрочной перспективе;
- ☐ интегрировать управление денежными потоками с системой оперативного контроллинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Григорьева Е.А. Разработка результативной системы риск-менеджмента организации // *Управленческий учет*, 2022. №2.. С. 399-405.
2. Каменова А.В. *Управление денежными потоками*. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. - 168 с.
3. Спиридонова Е.А. *Оценка и управление стоимостью бизнеса – 3-е изд., испр.* – Москва: Издательство Юрайт, 2024. - 257 с.

УДК 330.146

Формирование интеллектуального капитала для повышения инновационной активности современных предприятий

***В.Г. Дайнеко, к.э.н., доцент
ВГУ, Россия***

***Е.Ю. Дайнеко, к.э.н., доцент
ВГПУ, Россия***

Аннотация. В статье проведен анализ уровня инновационной активности предприятий в России. Дан анализ факторов, влияющих на инновационный потенциал предприятий, их инновационную активность, повышение темпов технологического развития. Определены изменения в структуре интеллектуального капитала, необходимые для технологического обновления российских предприятий и повышения их инновационной активности.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, инновационная активность, инновационный потенциал предприятия, исследования и разработки.

Abstract. The article analyzes the level of innovative activity of enterprises in Russia. The analysis of the factors influencing the innovative potential of enterprises, their innovative activity, and an increase in the pace of technological development is given. The changes in the structure of intellectual capital necessary for technological renewal of Russian enterprises and increasing their innovation activity have been identified.

Keywords: intellectual capital, innovative activity, innovative potential of the enterprise, research and development.

Для современного периода экономического развития характерно крупномасштабное обновление технологий во всех отраслях и переход к новому технологическому укладу. Объективной необходимостью этого процесса является рост инновационной активности предприятий, который невозможен без накопления интеллектуального капитала и его применения для генерации новых технологий, и инновационных продуктов.

В современных условиях российской экономики имеются препятствия для формирования необходимого инновационного потенциала предприятий, повышения их инновационной активности. К ним традиционно относят недостаточное финансирование, высокие затраты на нововведения, значительные риски неудач инновационных проектов. Однако, в последнее время, по нашему мнению, все большее значение приобретают факторы, связанные с наращиванием инновационного потенциала предприятий. Это подтверждают исследования Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ; было выявлено, что почти четверть крупных и средних организаций, занимающихся инновационной деятельностью, считают барьеры, обусловленные недостаточностью внутреннего потенциала, значимыми [1]. Также было выявлено большое значение для инновационного потенциала предприятий достаточности или нехватки квалифицированного персонала; дополнительный фактор связан с несовершенством институциональной среды. Несомненным препятствием в последние годы стало существенное ограничение возможностей приобретения российскими предприятиями за рубежом не только новых технологий, но и современного оборудования и техники.

В дополнение к этим проблемам, по нашему исследованию, все в большей мере негативно влияет на инновационную активность недостаточность интеллектуального капитала на предприятиях, как в количественном, так и качественном аспектах, что отражается в низкой доле нематериальных активов в основном капитале, незначительном объеме патентов. Также одна из существенных причин обусловлена несовершенством в организации НИОКР на крупных и средних предприятиях.

По мере усиления значения освоения новых технологий с целью обеспечения технологического лидерства страны актуальным становится проблема формирования и накопления интеллектуального капитала нового качества. Это особенно важно в связи с фактической блокировкой возможностей импорта технологий, при этом одновременно появляются дополнительные стимулы освоения новейших технологий и обеспечения технологического суверенитета собственными силами. В этих условиях целесообразны дополнительные усилия со стороны государственных институтов для расширения преференций инновационно-активным предприятиям, создание условий и стимулов для масштабирования применения перспективных нововведений, в том числе двойного назначения, и соответственно стимулирование спроса на рынке инновационной продукции.

Для обеспечения развития экономики России актуальной проблемой является недостаточный уровень инновационной активности как крупных и средних, так и особенно малых фирм. Однако в разных отраслях ситуация по уровню инновационной активности существенно различается. Относительно лучшее положение в высокотехнологичных отраслях и научных организациях, в организациях обрабатывающих отраслей, где уровень достиг в 2023 году 22,5 %, тогда как в сфере услуг 9,9 %, в сельском хозяйстве 8,0 %, и в строительстве только 4 % [2, с. 10].

Инновационное развитие и активность предприятий на основе интеллектуального капитала позволяет решать задачи обеспечения технологического лидерства, достигнуть результатов в конкурентоспособности, в частности, расширить ассортимент товаров и услуг, сохранить и освоить новые рынки сбыта, повысить качество продукции в соответствии с запросами потребителей. Опросы в российских организациях выявили высокую и среднюю степень воздействия инноваций на эти процессы. Однако у трети организаций эффект от применения инноваций отсутствовал [3, с. 97].

Позитивной тенденцией, способствующей накоплению интеллектуального капитала в организациях, является рост числа научно-исследовательских и проектно-исследовательских подразделений (рост 2015 г. по 2022 г. составил 17,4 %, т. е. среднегодовой темп был 2,18 %) [3, с. 40], что повышает возможности генерирования интеллектуальной собственности и создания необходимых патентных активов. При этом удельный вес организаций, имевших такие подразделения в общем числе организаций, снизился вдвое – с 10,6 % в 2015 г. до 5,5 % в 2022 г., так же при увеличении

численности работников данных подразделений, средняя численность работников, выполнявших исследования и разработки, уменьшилась с 19 до 17 человек [3, с. 40], в том числе исследователи составляют лишь половину сотрудников данных подразделений. Относительно меньше за последнее десятилетие стало конструкторских бюро и проектных подразделений. Это свидетельствует о недостаточном уровне инновационного потенциала предприятий. Несмотря на противоречивость тенденций, в целом потенциал предпринимательского сектора должен быть существенно увеличен для решения многих задач обеспечения технологического лидерства и суверенитета.

В современном технологическом развитии предприятий происходят важные изменения в структуре интеллектуального капитала, его качестве. Это выражается в соотношении составляющих частей интеллектуального капитала, изменении их функциональной нагрузки, повышении роли и значения его новых элементов, в результате чего усиливается влияние на инновационную активность технологических, цифровых и маркетинговых инноваций, обеспечивающих новые возможности коммуникаций и привлечения клиентов, прежде всего, при использовании искусственного интеллекта и интеллектуальной собственности по цифровым продуктам.

Учитывая необходимость масштабного освоения технологий, основанных на искусственном интеллекте, важно выявить эффективные перспективные направления преобразования инновационной деятельности и управления ею в современных фирмах. По нашему мнению, одним из важных условий решения проблем активизации инновационной деятельности является качественное обновление интеллектуального капитала, его реструктуризация с учетом применения сквозных технологий. Традиционно в структуре преобладал человеческий капитал и акцент делался на обновление навыков и компетенций работников, стимулирование их креативной деятельности, что по-прежнему остается актуальным. Но в современных условиях этот процесс должен быть синхронизирован с накоплением необходимых объектов интеллектуальной собственности и использованием новейших технологий.

Таким образом, в структуре интеллектуального капитала будет увеличиваться объем информационных и цифровых продуктов, без которых невозможно решение проблем инновационной активности и повышения конкурентоспособности предприятий, что прежде всего в современных условиях зависит от качественного улучшения товаров и услуг. При этом возникает потребность и спрос в инновациях, связанных с дизайном и конструктивными характеристиками продуктов, инжинирингом.

Как следствие, в процессе создания инновационной продукции будут увеличиваться информационные затраты, в том числе на программные продукты, которые могут составлять в совокупности в продукции крупных технологических фирм более 80 % [4, с. 11].

Важным условием инновационной активности российских фирм является достаточность венчурных инвестиций и расширение венчурного рынка, однако в последнее два года произошло значительное его падение по объему инвестиций. Это обусловлено низкой заинтересованностью инвесторов из-за отсутствия перспектив роста стоимости стартапов, поэтому вложения они предпочитают делать в относительно немногие стартапы с целью получения дивидендов (реализуя дивидендную модель).

Повышение инновационной активности российских предприятий может осуществляться на основе накопления интеллектуального капитала в ходе развития собственных исследований, расширения кооперативных связей с бизнес партнерами, научными организациями и вузами. Не только в крупных, но и в средних предприятиях нужны исследовательские подразделения с достаточной численностью персонала и необходимым оборудованием. Поскольку это сопровождается значительными затратами, целесообразно со стороны государства сформировать пакет соответствующих льгот предприятиям для реализации и большей заинтересованности в такой деятельности.

На основных предприятиях в рамках осуществления менеджмента знаний необходима организация эффективного стимулирования креативной деятельности работников во всех подразделениях с целью поиска новых идей и дальнейшего их внедрения. Важно создать благоприятные условия для накопления персонального интеллектуального капитала сотрудников за счет обучения и переподготовки, постоянного обновления их знаний и навыков. Позитивной тенденцией в инновационной деятельности российских предприятий в последние годы является опережающий рост затрат на собственные исследования и разработки, которые по своей величине превышают объемы средств на приобретение готовых технологий, оборудования и техники (в 2022 г. доля на исследования и разработки составила 41,7 %) [3, с. 54].

Таким образом, основными факторами повышения уровня инновационной активности российских предприятий является формирование собственного интеллектуального капитала в необходимом количестве и качестве за счет расширения исследований и разработок в соответствии с технологическими трендами, повышения роли искусственного интеллекта и цифровых технологий.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Что мешает российскому бизнесу развивать инновации?* URL: <https://issek.hse.ru/news/707347228.html?ysclid=m7uhmi5b77204962361> (дата обращения: 01.02.2025)
2. *Индикаторы инновационной деятельности. 2025: статистический сборник / В.В. Власова, Л. М. Гохберг, Г.А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. 196 с.*

3. *Индикаторы инновационной деятельности: 2024 : статистический сборник / В. В. Власова, Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. 260 с.*

4. *Вызов 2035 / Агамирзян И. Р. и др.; Сост. Буров В. В. М.: Издательство «Олимп–Бизнес», 2016. 240 с.*

УДК 338.02

Социально-психологические методы управления предприятием

Т.В. Жукова, к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье рассматривается сущность социально-психологических методов управления, различные психологические подходы к управлению персоналом, а также методы формирования группового взаимодействия.

Ключевые слова: социально-психологические методы, кадры, управление персоналом, команда, мотивация

Annotation. The article examines the essence of socio-psychological management methods, various psychological approaches to personnel management, as well as methods for forming group interactions.

Keywords: socio-psychological methods, personnel, personnel management, team, motivation

Управление персоналом - ключевая функция любой организации, направленная на эффективное использование человеческих ресурсов. Для достижения стратегических целей компании менеджеры используют различные методы управления, в том числе и социально-психологические. Сущность социально-психологических методов управления заключается в совокупности различных способов воздействия на человеческий фактор, регулирование взаимоотношений в коллективе, повышение стимула и мотивации сотрудников в различных организациях. Психологические подходы к управлению персоналом являются достаточно эффективными, так как они помогают понять потребности, интересы и ожидания работников, что немало важно для любой организации. Если игнорировать психологические методы организации труда и использовать только лишь административные методы, то добиться высоких показателей в компании будет очень сложно.

Социально-психологические методы управления в наше время как никогда эффективны, ведь в условиях современности повысился рост

значимости именно человеческого капитала. В 2024 году акцент во многих организациях очень сильно сместился на креативность, инновации и личную вовлеченность сотрудников в трудовую деятельность. Также стоит отметить, что у современных сотрудников, особенно поколения Z произошло изменение ценностей. Для них стал очень важен хороший климат в коллективе и грамотные условия для личностного развития. Сотрудники современности стремятся к индивидуализму, и именно поэтому от современных менеджеров как никогда требуется особый социально-психологический подход к своим подчиненным.

Работа в команде имеет огромное значение, особенно в контексте современного менеджмента, где успех организации зависит от совместных усилий сотрудников. Любой грамотный менеджер должен уметь объединять персонал через совместные рабочие и нерабочие процессы, когда это необходимо организации. Существует множество методов формирования группового взаимодействия, рассмотрим некоторые из них:

Первым самым распространенным методом является тимбилдинг. Тимбилдинг способствует созданию комфортного психологического климата в коллективе, развитию доверия и укреплению связей между членами рабочего коллектива, развитию навыка совместного решения задач и повышению авторитета руководителя и лояльности к нему.

Вторым методом формирования группового взаимодействия можно считать развитие корпоративной культуры, которая направлена на объединение команды сотрудников, повышению их вовлеченности в рабочий процесс, а также повышению их мотивации.

Таким образом, тимбилдинг и развитие корпоративной культуры являются эффективными способами объединения персонала, что необходимо на любом предприятии. Работа в команде очень важна для любого бизнеса, поскольку она увеличивает скорость выполнения различных проектов, способствует распределению обязанностей и улучшению качества решений. Именно поэтому эти методы формирования группового воздействия очень популярны среди современных менеджеров.

Положительный результат проделанной работы напрямую зависит от уровня заинтересованности сотрудника в трудовой деятельности, от его мотивации сделать свою работу качественно. Для любого управленца важно, чтобы у сотрудников были собственные стимулы работать, ведь чем выше мотивация сотрудника, тем выше эффективность труда.

С позиции менеджмента мотивация может быть материальной, нематериальной и моральной. К материальной мотивации мы можем отнести денежные эквиваленты, к нематериальным - вознаграждение за заслуги, имеющее денежное выражение, но выдаваемое работнику в не денежной форме.

Моральные методы мотивации и стимулирования стоят по важности наравне с материальными методами. Моральное вознаграждение способствует

повышению самооценки сотрудника, а также улучшению его психологического состояния за счет самоутверждения в обществе.

Каждому менеджеру в зависимости от ситуации, которая складывается у него с работником, необходимо грамотно выбирать тот или иной метод психологического воздействия. Это очень действенные способы влияния на своих подчиненных, так как они направлены непосредственно на их сознание и подсознание. Данные приемы хороши тем, что они дают хорошие результаты не только в ближайшей, но и в дальнейшей перспективе, поскольку они формируют самоконтроль работника.

После рассмотрения всех социально-психологических методов управления необходимо более подробно выделить их непосредственную значимость и эффективность на работе коллектива.

Стоит напомнить, что коллектив в широком смысле — это люди, объединённые общими идеями, потребностями, интересами и многим другим. Коллектив — это не однообразная группа людей, где все похожи друг на друга, а группа людей разнородных. У каждого члена команды свои таланты, интересы, свое мировоззрение, индивидуальный характер и темперамент. Данный вывод подводит нас к тому, что в любом коллективе всегда есть место разногласиям и столкновению интересов. Однако в любой организации важна сплоченность, именно эту сплоченность должен поддерживать руководитель. Для этого существует множество инструментов управления. И самые главные психологические. Метод формирования группового взаимодействия, индивидуальная мотивация и психологическое воздействие как никогда эффективны в данном вопросе.

Работа в команде — это залог эффективности любой организации, любого предприятия и бизнеса. Данные методы направлены на улучшение климата в коллективе, распределению ответственности, объединению знаний и навыков, гибкости и адаптивности. Между сотрудниками должно быть доверие, взаимопонимание, стремление достичь общих целей. Это порождает стремление работать на благо организации всем вместе, словно одной семьей.

Используя мотивацию (похвалу, повышение), руководитель повышает внутреннюю уверенность сотрудника, также и уверенность коллектива в этом сотруднике.

Данные методы управления имеют сильную взаимосвязь, и применение только одного из них в группе не даст нужного результата. Их грамотное использование окажет сильное воздействие на эффективность работы в коллективе.

Перейдем непосредственно к конкретной значимости социально-психологических методов управления. Рассмотрим их на практике конкретных организаций.

Начиная с 2012 года компания Google запустила проект под названием «Аристотель», в течение двух лет они изучали 250 характеристик 180 своих команд, включая команды из разных подразделений — от разработки

продуктов до административных групп. Исследования были направлены на понимание того, какие факторы делают команды сотрудников Google наиболее эффективными.

Команда, работавшая над проектом, изначально предположила, что в первую очередь необходима структурированная иерархия умных людей, однако позже они обнаружили, что команды, в которых царит атмосфера ценности и уважения, более успешны. Членам команды больше всего нужно было чувствовать, что они могут открыто делиться своими идеями, проблемами и ошибками, задавать вопросы, не опасаясь смущения и унижения.

Чтобы реализовать свои выводы, Google стремилась создать более психологически безопасную среду, поощряя открытое общение и взаимное понимание между сотрудниками. Их результаты показали, что “даже чрезвычайно умным и сильным сотрудникам необходима психологически безопасная среда, чтобы реализовать свои таланты.”

С момента создания психологически безопасной среды у работников значительно выросла продуктивность и снизилась текучесть кадров в компании. Согласно исследованиям Google, команды с высоким уровнем психологической безопасности демонстрируют рост продуктивности на 20%. Такая среда позволяет участникам свободно делиться идеями и обсуждать ошибки, что приводит к более эффективным обсуждениям и инновационным решениям. Также такие команды зафиксировали снижение текучести кадров на целых 27%. Сотрудники чувствуют большую вовлеченность в работу и осознают свою ценность, что укрепляет их приверженность компании.

Создание среды для открытого общения, регулярная обратная связь, эмоциональная поддержка сотрудников и фокус на культуре уважения позволили одному из крупнейших ИТ-гигантов значительно повысить продуктивность сотрудников, что крайне положительно сказалось на эффективности работы групп.

Применение социально-психологических методов на практике является ключевым фактором для повышения эффективности работы в команде, что способствует улучшению производительности, снижению текучести кадров и быстрому решению проблем. Это особенно актуально для компаний, стремящихся к долгосрочному успеху и устойчивости.

Таким образом, социально-психологические методы управления - неотъемлемая часть современного менеджмента. Работа в коллективе и личностная мотивация сотрудника – залог успеха любой компании. Социально – психологические методы стимулирования стоят на одном уровне с материальными методами, они также представляют собой весомую важность. Они повышают производительность за счет личной удовлетворенности сотрудников. Позитивный климат на работе для любого работника важен также, как и заработная плата, и это доказано конкретными примерами огромного количества организаций.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Андрейченко, Е. Ю. Мотивация персонала / Е. Ю. Андрейченко, Л. Н. Юдина // *Наука. Технологии. Инновации: XV Всероссийская научная конференция молодых ученых, посвященная Году науки и технологий в России. Сборник научных трудов в 10-ти частях, Новосибирск, 06–10 декабря 2021 года / Под редакцией Д.О. Соколовой. Том Часть 4. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2021. – С. 305-308. – EDN BXRSGY.*
2. Шипелин, К. А. Мотивация и стимулирование персонала, как элементы системы мотивации персонала / К. А. Шипелин // *Академия педагогических идей Новация. Серия: Студенческий научный вестник. – 2020. – № 6. – С. 31-34. – EDN YPDVYF..*
3. Жукова, Т. В. Анализ внешних и внутренних факторов деятельности предприятия / Т. В. Жукова // *Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12, № 4-1. – С. 99-106. – DOI 10.34670/AR.2022.75.73.004. – EDN HWETIU.*
4. Ланчаков, А. Б. Совершенствование системы управления персоналом предприятия / А. Б. Ланчаков, С. А. Филин, К. А. Холопцева // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2022. – Т. 18, № 11(416). – С. 2101-2133. – DOI 10.24891/n.18.11.2101. – ЭДН ВВЯДЗ.*

УДК 338

Управление закупочной деятельностью предприятия

***М.М. Киреева**, к.э.н., доцент
Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье представлен анализ закупочной деятельности предприятия оптовой торговли. На основе анализа разработаны мероприятия по совершенствованию процесса управления закупочной деятельности фирмы. Дана оценка экономической эффективности сформированных мер.

Ключевые слова: управление, закупочная деятельность, предприятие, поставщики, ассортимент.

Annotation. The article presents an analysis of the purchasing activities of a wholesale company. Based on the analysis, measures have been developed to improve the management process of the company's procurement activities. An assessment of the economic efficiency of the formed measures is given.

Keywords: management, purchasing activity, enterprise, suppliers, assortment.

Каждый хозяйствующий субъект осуществляет закупочную деятельность, поскольку именно от нее напрямую зависит наличие сырья, материалов для производства продукции или товаров для торговли. Работа по закупкам должна быть целостным, системным процессом, целью которого должна являться минимизация затрат для своевременного получения необходимых для организации материалов, товаров, работ и услуг. Данная сфера в деятельности организации призвана определять, что, сколько, у кого и на каких условиях

закупать, а также решать вопросы размещения материальных ресурсов в складских помещениях, их хранение и выдача в производство или продажу.

В условиях рыночной экономики принципы закупочной деятельности характеризуются свободой выбора и множественностью источников закупки, возросшей ролью договоров на поставку товаров, а также саморегулированием процессов поставки и свободой ценообразования. Сегодня закупочная деятельность охватывает все процессы транспортировки и хранения товаров и связанную с этим информационную и управленческую деятельность. От того насколько эффективно организована закупочная деятельность, во многом зависят результаты деятельности организации и ее конкурентоспособность на рынке [3]. Указанными обстоятельствами обусловлена актуальность темы исследования.

В числе авторов, занимающихся вопросами управления закупочной деятельности предприятия, можно отметить: Воронина М.В. и его работу [1], в которой проводится совершенствование закупочной деятельности предприятий общественного питания на основе принципов логистики и управления качеством, Орлюк О.В. и работу [2], в которой управление закупочной деятельностью предлагается осуществлять на основе компетентностного подхода, Сергееву С.А., Гладилину И.П., Погудаева М.Ю. и их труд [4], в котором представлены основы управления качеством закупок товаров, работ, услуг в условиях цифровой трансформации закупочной деятельности.

Целью статьи является совершенствование управления закупочной деятельностью на примере торгового предприятия. Объектом исследования является ООО «Предприятие Ретекс», занимающееся оптовой торговлей продуктами питания и товарами хозяйственного назначения.

Организация закупок материальных ресурсов компании возложена на отдел закупок, сотрудники (коммерческий агент по закупкам, товаровед, экспедитор) которого подчиняются начальнику отдела. Закупка продукции на оптовом предприятии осуществляется с помощью методов коммерческой логистики. С помощью построения логистической системы обеспечивается координация действий торговых работников по: 1) формированию необходимого ассортимента; 2) рациональному применению транспортных средств, гарантирующему своевременную доставку этих товаров в соответствии с выявленными потребностями покупателей и экономической целесообразностью; 3) размещению и эффективному использованию складского хозяйства, его оборудования и инвентаря; 4) применению средств упаковки товаров, тары, соответствующей требованиям как складирования и обеспечения сохранности товаров, так и возможностям транспортных средств, при перевозках на соответствующие расстояния; 5) обеспечению финансовыми и людскими ресурсами всех операций продвижения товаров от производителя до потребителя.

На рисунке 1 приведены основные функции работников отдела закупок.

Функции персонала отдела закупок	
Начальник отдела закупок	Отвечает за эффективность процесса закупок, намечает основные источники материального обеспечения, координирует деятельность подчиненных ему сотрудников, увязывает планы закупки с деятельностью других функциональных подразделений, подбирает кадры
Коммерческий агент по закупкам	Занимается поиском поставщиков; совместно с коммерческим директором заключает с ними договора, оформляют документацию на приобретение материальных ресурсов, заказывают транспорт для перевозки.
Товаровед	Определяет требования к товару, проверяет соответствие его качества стандартам, ТУ, договорным обязательствам, участвует в разработке и внедрении стандартов предприятия по МТО, контроль качества продукции, организации транспортировки и хранения товара. Участвует в проведении инвентаризации материальных ресурсов. Осуществляет контроль над соблюдением правил хранения материальных ресурсов, сроками отгрузки возвратной тары
Экспедитор	Сопровождает грузы в пути и обеспечивает их сохранность.

Рисунок 1 – Функции персонала отдела закупок организации

Компания имеет широкий ассортимент продуктов питания, товаров хозяйственного назначения и бытовой химии. Следовательно, перед менеджерами предприятия стоят задачи – оценка запросов покупателей, отбор поставщиков, закупка товаров, контроль их транспортировки.

К важнейшим элементам закупочной работы относится установление хозяйственных связей с поставщиками товаров. Анализируемое предприятие имеет обширные деловые контакты с компаниями–поставщиками. Так компания является дистрибьютором торговых марок: «Микоян», «Великолукский мясокомбинат», «Егорьевская КГФ», «Сергиево-Посадский МК», «Mr. Ricco», «Мега Соус», «Тогрус», «Чудесная семечка», «Миладора», «PROfood», «Индилайт», «Благояр», «Наша птичка» и др. Эти компании являются поставщиками колбасных изделий, мясных деликатесов, полуфабрикатов, мяса свинины, охлажденного в полутушах, мяса птицы (курица, индейка), сыров, масла сливочного и растительного, майонеза, кетчупа, томатной пасты, мясной и овощной консервации. В компании складские площади продуктового подразделения оборудованы холодильными и морозильными камерами.

Как уже отмечалось ранее, компания представляет также полный спектр товаров бытовой химии, гигиены и по уходу за домом. Услуги торговых представителей, логистики и финансового сопровождения розничной торговли доступны на всей территории Ивановской области. В настоящее время происходит активное развитие в сопредельных Костромской и Владимирской областях. Сегодня компания является партнерами и представляет региональные интересы таких компаний как Хенкель Рус, Нэфис косметикс, Тиссю Групп и

другие. Компания открыта для предложений от потенциальных партнеров с целью совместного развития продаж на заявленной территории.

Проведем анализ показателей оборачиваемости запасов предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Анализ оборачиваемости запасов предприятия за 2021-2023 гг.

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Изменение
Товaroоборот от реализации, тыс. руб.	1 397 651	1 435 614	2 446 660	1 049 009
Запасы, тыс. руб.	68 725	79 327	98 659	29 934
Коэффициент оборачиваемости запасов, об	20,34	18,10	24,80	4,46
Длительность оборота запасов, дней	17,70	19,89	14,52	-3,19

Расчеты показали, что коэффициент оборачиваемости запасов имел разнонаправленную динамику, тем не менее, за анализируемый период увеличился с 20,34 до 24,8 оборотов, соответственно длительность оборота запасов сократилась более чем на 3 дня. Это свидетельствует об эффективности управления запасами.

Установлено, что в компании уделяется большое внимание оперативному управлению и планированию закупочной деятельности. Тем не менее, иногда в торговом предприятии бывают проблемы с управлением закупками, в связи, с чем возникают потребности в некоторых видах товаров, которые быстро заканчиваются на складе, так как их запас не нормировался. Одновременно отмечается наличие на складе избытка невостребованных и «купленных про запас» товаров, срок годности по многим из которых вышел. Таким образом, руководству компании и бухгалтерии следует обратить внимание на контроль над наличием, использованием и нормированием товарных запасов, их оперативному управлению и планированию объема закупок.

В сложившейся ситуации в целях совершенствования закупочной деятельности и повышения эффективности торговой деятельности предлагаются следующие мероприятия: оптимизация поставщиков товара; оптимизация товарного ассортимента; минимизация запасов и повышение их оборачиваемости.

Предлагается отказаться от трех поставщиков: «Мега Соус», «Благояр», «PROfood» в пользу увеличения поставок от компаний «Mr. Ricco», «Чудесная семечка» и некоторых других, поскольку они являются перспективными кандидатами для увеличения товарооборота.

Вторым рекомендуемым предложением является оптимизация товарного ассортимента. Как известно, ассортимент является главной составляющей стратегии в торговле и оружием в конкурентной борьбе. Управление товарным ассортиментом это непрерывный и постоянно развивающийся процесс закупочной деятельности, позволяющий сокращать издержки, оптимизировать логистику при поставках, увеличивать продажи и скорость оборачиваемости товаров. Используем ABC-анализ для оценки товарного ассортимента предприятия (табл.2).

ABC – анализ товарного ассортимента предприятия

Группа товаров	Поставки	Товарооборот	Доля товарооборота в общем объеме продаж, %	Накопительный вклад
Продуктовая линейка				
А	мясо птицы (курица, индейка)	686 955	38,43	38,43
	мясо свинины, охлажденное в полутушах	420 432	23,52	61,95
	колбасные изделия	189 659	10,61	72,56
В	сыры	161 773	9,05	81,61
	мясные полуфабрикаты	77 401	4,33	85,94
	мясные деликатесы	59 347	3,32	89,26
	масло сливочное	58 632	3,28	92,54
	масло растительное	40 220	2,25	94,79
С	майонез, кетчуп, томатная паста	34 857	1,95	96,74
	замороженные овощи и фрукты	32 533	1,82	98,56
	мясная консервация	18 233	1,02	99,58
	овощная консервация	7 508	0,42	100
	Итого	1 787 550	100	-
Линейка товаров бытовой химии и гигиены				
А	средства для стирки	288 558	43,78	43,78
	моющие средства	235 434	35,72	79,5
В	уходовая косметика для женщин	51 542	7,82	87,32
	антибактериальные и антисептические средства	27 749	4,21	91,53
	средства гигиены для детей	22 871	3,47	95,0
С	уходовая косметика для мужчин	11 996	1,82	96,82
	декоративная косметика	9 293	1,41	98,23
	дезинфицирующие и санитарные средства	7 052	1,07	99,3
	средства для чистки и удаления пятен	2 702	0,41	99,71
	ватно-гигиеническая и бумажная продукция	1 911	0,29	100
	Итого	659 110	100	-

Таким образом, наибольший вес в формирование общего объема (72,56%) имеют три товарные группы А: мясо птицы (курица, индейка), охлажденное мясо свинины в полутушах и колбасные изделия. В группу В вошли пять товарных групп (41,6%), на долю которых приходится 22,23% общего оборота. Остальные 5,21% оборота обеспечивали оставшиеся товарные группы.

Полученные результаты свидетельствуют о необходимости в корректировке существующего ассортимента. Например, учитывая современные тенденции в рациональном питании целесообразно отказаться от мясной и овощной консервации в пользу увеличения закупки товаров группы замороженных овощей и фруктов. В группе товаров бытовой химии и гигиены оптимальное соотношение, поэтому целесообразно на данный момент оставить существующий ассортимент без изменения.

Третьим предложением в рамках данного исследования является минимизация запасов и повышение их оборачиваемости. Наличие избыточного запаса, ухудшает финансовое состояние компании. Для предотвращения неликвидов необходимо проанализировать причины их образования (задвоение позиции в корпоративной информационной системе; появление товара-заменителя; несвоевременная продажа остатков товаров и пр.).

Рассчитаем планируемый объем продаж после реализации всех предложенных мер, применив для этого специальный метод расчета по темпам роста. Для этого проследим динамику оборота оптовой торговли за последние три года (табл. 3).

Таблица 3
Расчет темпов роста оборота оптовой торговли фирмы за период 2021 – 2023 г.

Год	Товарооборот, тыс. руб.	Темп роста, %
2021	1 397 651	132,5
2022	1 435 614	102,7
2023	2 446 660	170,4

Темп роста объема продаж на планируемый период составит:

$$B = \sqrt[3]{132,5 \times 102,7 \times 170,4} = 132,35\%$$

Тогда планируемый объем продаж составит:

$$B_{\text{пл.}} = 2\,446\,660 \times 132,35 \times 1,05 = 3\,400\,063 \text{ (тыс. руб.)}$$

Таким образом, планируемый объем продаж составит 3 400 063 тыс. руб., в т.ч.: продуктовой линейки – $3\,400\,063 \times 0,73 = 2\,482\,046$ тыс. руб., товаров бытовой химии и гигиены $3\,400\,063 \times 0,27 = 918\,017$ тыс. руб.

В таблице 4 представим анализ оборачиваемости запасов до и после проведения предложенных мероприятий.

Таблица 4
Анализ оборачиваемости запасов предприятия после реализации мер

Показатель	До проведения мероприятий	После реализации мероприятий	Изменение
Товарооборот от реализации, тыс. руб.	2 446 660	3 400 063	953 403
Запасы, тыс. руб.	98 659	95 056	-3 603
Коэффициент оборачиваемости запасов, об	24,80	35,76	10,96
Длительность оборота запасов, дней	14,52	10,2	-4,32

Расчеты показали, что коэффициент оборачиваемости запасов после реализации мероприятия по минимизации запасов путем распродажи части товара, увеличился с 24,80 до 35,76 оборотов, соответственно длительность оборота запасов сократилась более чем на 4 дня. Это свидетельствует о повышении эффективности управления запасами.

Таким образом, управление закупочной деятельностью предприятия основывается на анализе таких ключевых направлений деятельности как построение взаимоотношений с поставщиками продукции, формирование ассортимента, определение уровня запасов и показателей оборачиваемости. По результатам анализа деятельности конкретного предприятия оптовой торговли предложены: оптимизация количества поставщиков товара; оптимизация товарного ассортимента; минимизация запасов и повышение их оборачиваемости. Рассчитан плановый товарооборот и плановые показатели оборачиваемости запасов предприятия.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Воронин, М. В. Совершенствование закупочной деятельности предприятий общественного питания на основе принципов логистики и управления качеством /

М. В. Воронин // Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы: Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, Иваново, 17–19 апреля 2019 года. – Иваново: АО "Информатика", 2019. – С. 110-116.

2. Орлюк, А. В. Управление закупочной деятельностью на основе компетентностного подхода: специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности)" : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Орлюк А.В., 2021. – 220 с.

3. Стратегическое управление бизнесом в условиях цифровой экономики: технологии и инструменты: юбилейное издание, посвященное 65-летию ВУЗа: Учебное пособие / М. А. Бушуева, Я. Э. Жукова, С. М. Степанова [и др.]. – Иваново: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2024. – 165 с. – ISBN 978-5-605-26136-0. – EDN TCHAWB.

4. Управление качеством закупок товаров, работ, услуг в условиях цифровой трансформации закупочной деятельности / С. А. Сергеева, И. П. Гладилина, М. Ю. Погудеева [и др.] // Экономическое развитие России. – 2024. – Т. 31, № 2. – С. 101-105.

УДК 331.222

Анализ расчетов с поставщиками и покупателями на предприятии Колхоз (СПК) им. С.М. Кирова

*А.В. Мурава-Середа, к.э.н.,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Россия*

Аннотация. В статье исследованы состояние расчетов предприятий животноводства, занимающихся разведением крупного рогатого скота Российской Федерации. В контексте указанного анализа исследовано состояние расчетов Колхоза (СПК) им. С.М. Кирова. Дан прогноз на 2025-207 годы таких показателей развития Колхоз (СПК) им. С.М. Кирова, расположенного в Богородском районе д. Теряево, как: выручка, себестоимость продаж и валовая прибыль.

Ключевые слова: сельскохозяйственные предприятия, выручка, ведомость реализации, финансовая устойчивость.

Abstract. The article examines the state of settlements of livestock enterprises engaged in cattle breeding in the Russian Federation. In the context of this analysis, the state of settlements of the Collective Farm (SPK) named after S.M. Kirov was studied. A forecast for 2025–2027 is provided for the following development indicators of the Collective Farm (SPK) named after S.M. Kirov, located in the Bogorodsky district, village of Teryaev: revenue, cost of sales, and gross profit.

Keywords: agricultural enterprises, revenue, sales statement, financial stability.

Введение. Сельское хозяйство России – одна из основных важнейших отраслей. Актуальной проблемой является разработка научно обоснованного подхода к финансовой устойчивости предприятий сельскохозяйственной

отрасли. Финансовая устойчивость предприятия напрямую связана с эффективным управлением расчетами с поставщиками и покупателями. В условиях изменяющейся рыночной конъюнктуры и роста конкуренции для оценки финансовых результатов чрезвычайно важны анализ выручки и ведомости реализации. Анализ выручки и данных по реализации Колхоза (СПК) им. С.М. Кирова, расположенного в Богородском районе д. Теряево, позволит выявить ключевые факторы, влияющие на финансовую устойчивость предприятия, что необходимо для повышения прозрачности финансовых операций, оптимизации расчетов и поиска возможностей для увеличения объемов реализации продукции.

Цель исследования. Дать анализ расчетов с поставщиками и покупателями в Колхозе (СПК) им. С.М. Кирова (Богородский район, д. Теряево) на основе изучения выручки и ведомости реализации.

Объекты, условия и методы исследования. Объектом исследования являются предприятия, занимающиеся разведением крупного рогатого скота Российской Федерации, Колхоз (СПК) им. С.М. Кирова (Богородский район, д. Теряево). Методы исследования: графический, статистические, монографический.

Результаты и обсуждение. Сельское хозяйство является структурным звеном агропромышленного комплекса Нижегородской области, однако, Колхоз (СПК) им. С.М. Кирова (Богородский район, д. Теряево) является единственным животноводческим предприятием Нижегородской области. Ввиду важности основного вида деятельности для целей нашего исследования, базой для сравнения были выбраны другие животноводческие предприятия Российской Федерации.

Всего предприятиями животноводства было получено в 2021 году от реализации товаров, работ и услуг 1,8 млрд. руб. выручки, что на 14,5% больше уровня 2020 года.

Согласно информации Центра экономики рынков «На долю выручки предприятий, занимающихся разведением крупного рогатого скота, приходится 20,9% выручки предприятий отрасли... Количество крупных предприятий, занимающихся разведением КРС, составляет 79 или 3% от общего количество предприятий в секторе...» [1].

Таблица 1

Прогноз динамики крупного рогатого скота по годам

Показатель	Ед. изм.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	2026 г.	CAGR (2022-2026)
Поголовье с/х животных	тыс. голов	641 187	643 917	646 709	649 565	652 489	0,40%
КРС	тыс. голов	16 946	16 689	16 435	16 186	15 940	-1,50%

Источник: составлено автором на основе ЕМИСС, расчеты: Центр экономики рынков.

На 1 января 2025 года в Российской Федерации функционируют 19 прибыльных сельскохозяйственных предприятий, занимающихся разведением племенного молочного крупного рогатого скота.

Таблица 2.

Сведения о предприятиях, занимающихся разведением племенного молочного крупного рогатого скота в Российской Федерации

Наименование	Юридический адрес	Сотрудников, человек	Стоимость (Ф1.1300), тыс.рублей
СПК "ЗАРЯ"	452200, Республика Башкортостан, Чекмагушевский р-н, 2 Чекмагушевский сельсовет, с. Чекмагуш, ул. Октябрьская, д.24	114	275271
ООО "ПЕЖМА"	165103, Архангельская область, Вельский р-н, 2 Пежемское, с. Пежма, ул. Юбилейная, д.18	68	573520
ООО "БЫЧОК-1"	155131, Ивановская область, Комсомольский р-н, д. Михеево, д.15	19	73804
ООО "Зодчий"	Ставропольский край, Кировский, ст-ца Старопавловская, д. 17	1	4010
СПК "Уллучай"	368577, Республика Дагестан, Дахадаевский р-н, 2 село Кунки, с. Кунки	-	8186
ООО "ИНТЕРГЕН РУС"	238642, Калининградская область, Полесский р-н, п Ближнее, ул Ягодная, д. 3а	22	54626
ООО "АГРОФИРМА "ХОЛМОГОРСКАЯ"	164567, Архангельская область, Холмогорский р-н, д Заполье, д. 7а, помещ. 2	57	89310
АО ПЛЕМЗАВОД "ПОВАДИНО"	142063, Московская область, г. Домодедово, с. Вельяминово, стр. 9, помещ. 32, этаж 2	244	779906
ОАО "ПЛЕМЗАВОД КРАСНЫЙ МАЯК"	663620, Красноярский край, Канский р-н, 2 Терский сельсовет, п Красный маяк, ул Победы, д. 62	497	1155380
ЗАО "КАЛИНИНСКОЕ"	170007, Тверская область, Калининский р-н, п Загородный, стр. 4, офис 1	199	828950
КОЛХОЗ (СПК) ИМ.С.М.КИРОВА	607617, Нижегородская область, Богородский р-н, д Теряево, ул Дорожная, д. 2	99	299746
СПК КОЛХОЗ "БОЛЬШЕВИК"	612450, Кировская область, Сунский р-н, п. Большевик, пер. Центральный, д.1	398	697632
СПК "КОЛХОЗ ИМ.ЧАПАЕВА"	624683, Свердловская область, Алапаевский р-н, с. Костино	426	857716
КФХ "КУБАНСКАЯ СЛАДКАЯ ЯГОДА"	350901, Краснодарский край, город Краснодар, г Краснодар, ул 1-го мая, д. 196		39

Источник: составлено автором на материалах list-org.com.

Успешное решение производственных, экономических и социальных задач в значительной степени определяется выручкой, себестоимостью и валовой прибылью предприятия. Выручка представляет собой совокупность денежных средств, полученных от реализации продукции или оказания услуг. Ее анализ позволяет оценить эффективность работы предприятия [2]. Себестоимость продаж включает все расходы, связанные с производством и реализацией продукции. Оптимизация этих расходов является важнейшей задачей управления финансами [3]. Валовая прибыль рассчитывается как разница между выручкой и себестоимостью продаж. Она показывает, насколько эффективно предприятие использует свои ресурсы [4].

Таблица 3

Основные финансовые показатели, занимающихся разведением племенного молочного крупного рогатого скота в Российской Федерации

Код	Ф2.2110	Ф2.2120	Ф2.2100
Показатель	Выручка	Себестоимость продаж	Валовая прибыль (убыток)
	тыс.рублей	тыс.рублей	тыс.рублей
СПК "ЗАРЯ"	117240	108296	8944
ООО "ПЕЖМА"	326872	305733	21139
ООО "БЫЧОК-1"	45492	43983	1509
ООО "Зодчий"	23534	22581	0
СПК "Улучай"	3196	3248	-52
ООО "ИНТЕРГЕН РУС"	533546	364631	168915
ООО "АГРОФИРМА "ХОЛМОГОРСКАЯ"	166237	174315	-8078
АО ПЛЕМЗАВОД "ПОВАДИНО"	981278	793117	188161
ОАО "ПЛЕМЗАВОД КРАСНЫЙ МАЯК"	724721	597556	127165
ЗАО "КАЛИНИНСКОЕ"	745624	566618	179006
КОЛХОЗ (СПК) ИМ.С.М.КИРОВА	211260	-194914	16346
СПК КОЛХОЗ "БОЛЬШЕВИК"	544174	444006	100168
СПК "КОЛХОЗ ИМ.ЧАПАЕВА"	695837	616628	79209
КФХ "КУБАНСКАЯ СЛАДКАЯ ЯГОДА"	553	165	0

Источник: составлено автором на материалах финансовой отчетности предприятий за 2023 год.

Выручка Колхоза (СПК) им. С.М. Кирова, расположенного в Богородском районе д. Теряево за 2023 год, составила 211,260 тыс. руб., что на 0.66% выше показателя предыдущего года. Этот рост связан с увеличением объемов реализации продукции и оптимизацией ценовых стратегий. Себестоимость продаж увеличилась на 2.59% по сравнению с 2022 годом. Основными причинами такого роста являются: увеличение стоимости энергоносителей и удобрений; рост зарплат сотрудников и социальных выплат; удорожание сырья и материалов. Это требует внимательного пересмотра текущих затрат для минимизации их влияния на конечную прибыль. Валовая прибыль снизилась на 17.76% по сравнению с 2022 годом. Такое падение объясняется значительным ростом себестоимости продаж, который превысил темпы роста выручки. Это указывает на необходимость оптимизации производственных процессов и снижения издержек.

Прогноз выполненный статистическим методом [6-8] на период 2025-2027 годы показывает устойчивый дальнейший рост предприятия (таблица 4).

Таблица 4

Прогноз показателей развития Колхоз (СПК) им. С.М. Кирова, расположенного в Богородском районе д. Теряево

Показатель	2025 год, тыс. руб.	2026 год, тыс. руб.	2027 год, тыс. руб.
Выручка	212,645 (0,66%)	214,048	215,461
Себестоимость продаж	199,829 (2,52%)	204,865	210,027
Валовая прибыль	12,816 (-21,56%)	10,053	7,885

Источник: составлено автором на данных финансовой отчетности предприятия.

Выводы. Разведение крупного рогатого скота – одна из важнейших сфер экономики России, который имеет значительный потенциал для дальнейшего наращивания объемов производства продукции. В целом динамика в сфере положительная. Однако, Колхоз (СПК) им. С.М. Кирова, расположенный в Богородском районе д. Теряево, показывает менее быстрое развитие по сравнению с предприятиями-конкурентами. Выручка предприятия демонстрирует незначительный рост на 0.66%, что связано с оптимизацией ценовой политики. Себестоимость продаж в 2023 году увеличилась на 2.59%, что указывает на рост затрат на производство продукции. Основными причинами являются удорожание сырья и материалов, а также повышение зарплат сотрудников. Валовая прибыль в 2023 году снизилась на 17.76%. Это требует внимания к управлению издержками для предотвращения дальнейшего падения прибыльности. Новизна настоящего исследования заключается в

анализе сегмента, а также в прогнозировании и предложении повышения финансовой устойчивости сельскохозяйственного предприятия посредством: оптимизации закупочных цен на сырье и материалы через переговоры с поставщиками или поиск альтернативных источников, проведение модернизации технологий производства для снижения затрат на единицу продукции, а также усиления контроля за прочими расходами путем внедрения системы бюджетирования. Результаты могут быть применены в операционной деятельности Колхоза (СПК) им. С.М. Кирова, расположенный в Богородском районе д. Теряево и других предприятий, специализирующихся на разведении крупного рогатого скота.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Животноводство в России [Электронный ресурс] // Центр экономики рынков. – URL: <https://research-center.ru/zhivotnovodstvo-v-rossii> (дата обращения: 07.02.2025).*
2. *Лысов И. А. Понятие, сущность и значение финансовых результатов предприятия / И. А. Лысов // Вестник НГИЭИ. – 2015. – № 3 (46). – С. 60–64.*
3. *Крылов С. И. Сбалансированная система показателей и прикладной стратегический анализ в стратегическом управлении финансами / С. И. Крылов // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 21 (420). – С. 2–14.*
4. *Буравлева А. С. Анализ методик расчета валовой и маржинальной прибыли / А. С. Буравлева, Ж. И. Медведева, Е. Е. Есакова // Научные исследования 2023: актуальные теории и концепции : сб. материалов XXIX Междунар. очно-заочной науч.-практ. конф., в 4 т. Т. 2. – Москва : Изд-во НИЦ «Империя», 2023. – С. 67.*
5. *Петерс И. А. Методика аналитического выравнивания для прогнозирования показателей финансовой устойчивости агропредприятия / И. А. Петерс, Е. Е. Смотров, Е. С. Шемет, Ю. Н. Дрокин // Лучшие научные исследования 2021 : сб. материалов. – 2021. – С. 41–44.*
6. *Гладких М. О. Разработка модели прогнозирования рынка производных финансовых инструментов в аграрном секторе региональной экономики с применением фрактального подхода / М. О. Гладких, А. М. Лопухин // Современная экономика: проблемы и решения. – 2024. – № 10. – С. 25–39.*

Влияние внешней среды на организацию с точки зрения социологии

*Сигида Д.А., к.ф.н., доцент
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается влияние внешних социальных и культурных факторов, влияющих на организационную деятельность. Данная статья может быть полезна практикующим менеджерам, ищущим способы оптимизировать отношения своих организаций с внешней средой.

Ключевые слова: фактор, социальные нормы, сообщество, спрос, общество, культура.

Annotation. The article examines the influence of external social and cultural factors affecting organizational activity. This article may be useful for practicing managers who are looking for ways to optimize their organizations' relationship with the external environment.

Keywords: factor, social norms, community, demand, society, culture.

В современном обществе организации являются частью огромной взаимосвязанной социальной системы. Любые взаимодействия с окружающей средой оказывают влияние на функционирование организации, ее успех. Внешняя среда организации включает в себя множество факторов. Они могут быть как положительными, так и отрицательными. В данной статье будут рассмотрены внешние социальные и культурные факторы влияния на организационную деятельность.

Социальные нормы и ценности одни из основных факторов формирования организационного поведения в социологических рамках [1]. Социальные нормы являются исторически сложившимися правилами поведения и ключевым регулятором взаимодействий между людьми [2]. Эти нормы диктуют приемлемые практики и поведение, тем самым влияя на процессы принятия решений и межличностные отношения внутри организации. Когда эти социальные нормы деформируются или оспариваются, это может привести к нестабильности и дезорганизации в социальной структуре организации [3]. Следовательно, руководителю требуется знать о преобладающих социальных нормах во внешней среде, чтобы поддерживать сплоченность и эффективность своей деятельности.

Влияние сообщества и сетевые отношения являются основополагающими факторами, которые формируют организационную динамику [1]. А значит,

связи между организациями и их сообществами оказывают влияние на все аспекты их деятельности: от общей эффективности до операционных стратегий. Можно взять в пример демографические изменения, экологические требования, а также сдвиги в потребительском спросе — все эти примеры создают новые проблемы и возможности для деятельности компаний [4]. Эти внешние факторы заставляют организации адаптировать свои практики для лучшего взаимодействия со своими сообществами и укрепления своих сетей, тем самым повышая свою способность к сотрудничеству и совместному использованию ресурсов.

Иерархическое упорядочение людей в обществе в соответствии с переменными благосостояния, образования и рода занятий может влиять на внутреннее функционирование организаций. Все это про социальную стратификацию. Она является еще одним ключевым элементом, оказывая влияние как на поведение, так и на структуру [1]. Организации могут испытывать различия в уровнях мотивации и вовлеченности среди сотрудников, принадлежащих к разным социальным слоям. В итоге эти различия не дают создать сплоченный коллектив для совместной рабочей среды [5].

Культурное разнообразие играет решающую роль в оказании влияния на командное сотрудничество в организациях [6]. Организатор, создавая команды, должен учитывать культурное происхождение всех участников, их трудовую этику и стиль общения. С одной стороны, такие команды повышают креативность и инновации, а с другой же стороны, появляется много противоречий: столкновение культур может создать проблемы на почве конфликтов участников. Организации следует развивать инклюзивную культуру, которая ценит и уважает культурные различия.

Проблемы межкультурной коммуникации распространены в организациях, работающих в разнообразных культурных условиях [7]. Возникновение таких проблем часто обусловлено наличием языковых барьеров, различиями в невербальных сигналах и сложностями в толковании социальных норм. Поскольку организации все больше выходят на межкультурные рынки, понимание и решение этих проблем коммуникации становится необходимым условием для достижения успеха. Навыками преодоления культурных различий можно вооружить сотрудников с помощью предоставления обучения культурной компетентности, повышая шансы на эффективную работу в многокультурных командах [8]. Всякая организация должна стремиться к улучшению своей внутренней динамики и созданию среды, способствующей взаимному уважению и пониманию.

Экономические условия, окружающие организацию, играют решающую роль в формировании ее бизнес-операций и общего успеха [9]. В периоды экономического спада организации могут столкнуться со снижением доверия потребителей, что в обязательном порядке приведет к сокращению продаж и доходов [10]. Большинство экономических факторов, такие как уровень инфляции, уровень занятости и потребительские привычки расходов, могут напрямую влиять на рыночный спрос и операционные расходы. И наоборот, надежная экономическая среда может создавать возможности для роста и расширения.

Роль образования и навыков рабочей силы является еще одним важным социально-экономическим фактором, влияющим на эффективность организации [11]. Качественная рабочая сила — то есть высококвалифицированные и образованные сотрудники — стимулируют инновации, повышают производительность и общую эффективность организационной деятельности. По мере развития отраслей и технологий спрос на определенные навыки постоянно меняется, что делает необходимым для организаций инвестирование в обучение и развитие сотрудников. Исследования показали, что организации, уделяющие большое внимание образованию сотрудников и постоянному повышению квалификации, как правило, превосходят своих конкурентов с точки зрения производительности и прибыльности [14]. Инвестиции такого рода вносят вклад в более широкий экономический ландшафт, способствуя формированию более способной рабочей силы.

Политическая и правовая среда, в которой работает организация, существенно влияет на ее стратегические решения и организационные стратегии [12]. Новые законы о труде могут потребовать от организаций корректировать свою практику найма и льготы для сотрудников. Бдительные и умеющие адаптироваться организации будут процветать в динамичной среде [13]. Если у компании есть возможность предвидеть потенциальные риски и заранее разработать стратегию, соответствующую нормативным требованиям, ее нельзя упускать.

В заключение следует отметить, что взаимодействие внешней среды и организационного поведения представляет собой многогранное явление, глубоко укорененное в социологических принципах. Социальные структуры в значительной степени формируют организационное поведение, при этом нормы и ценности влияют на принятие решений, а общественные сети способствуют сотрудничеству. Решающую роль в управлении внешними изменениями и содействии эффективному общению между членами команды играет организационная культура. Наконец, социально-экономические условия,

включая экономическую стабильность, образование рабочей силы и политический ландшафт, имеют основополагающее значение для успеха и адаптивности организации. Главной задачей для организаций понимание этих факторов влияния, так как анализируя их, компании могут разрабатывать стратегии, которые не только улучшают их внутреннюю динамику, но и эффективно реагируют на постоянно меняющуюся внешнюю среду. В настоящее время организации продолжают работать в сложных социальных рамках, признание и использование этих социологических факторов будет иметь жизненно важное значение для устойчивого роста и конкурентоспособности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Социальная среда и организационная культура организации. Режим доступа: https://yandex.ru/q/article/sotsialnaia_sreda_i_organizatsionnaia_0c9bbbb9/ (дата обращения: 20.01.2025).
2. Социальные нормы: что это, зачем нужны и как действуют // Фоксфорд. Режим доступа: <https://externat.foxford.ru/polezno-znat/wiki-obshchestvoznanie-socialnye-normy-povedeniya-cheloveka> (дата обращения: 20.01.2025).
3. Костин Р.А., Бутолина И.О. Деформация социальных ценностей и норм как фактор дезорганизации социальной системы // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. - 2010. - №2078-5852. - С. 17.
4. Внешняя и внутренняя среда предприятия // Studfiles. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/5676122/page:17/> (дата обращения: 20.01.2025).
5. § 3.9. Внешняя среда // Studfiles. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/5676122/page:17/> (дата обращения: 20.01.2025).
6. Шумейко М.В. Влияние социокультурных факторов на формирование национальной модели корпоративного управления (концептуальный анализ) // Теория и практика общественного развития. - 2007. - №2072-7623. - С. 9.
7. Дарья А.П. Культурно обусловленные особенности общения в процессе межкультурной коммуникации // НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ. ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕСА И СЕРВИСА. - 2016. - №1590. - С. 5.
8. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. - 978-5-98704-127-9 изд. - Москва: Логос, 2008. - 224 с.
9. Сулейменова Г.Н. ДЕЛОВАЯ СРЕДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА // Научное обозрение. Экономические науки. - 2016. - №1. - С. 94-102.
10. Полунина Н.Л. Факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на социальную и экономическую эффективность предпринимательской деятельности // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. - 2013. - №11. - С. 167-175.
11. Суханова С.Ф., Азаубаева Г.С., Лещук Т.Л. Степень влияния внешних факторов на показатели функционирования биологических систем // Вестник Курганской ГСХА. - 2017. - №2. - С. 65-69.
12. Филонова А.А. АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ // Форум молодых ученых. - 2017. - №11 (99). - С. 1171-1774.
13. Елькина Н.В. Влияние внешней среды на стратегию развития организации // Известия Байкальского государственного университета. - 2004. - №1 том 34. - С. 167-174.

Структура цифрового двойника управления предприятием

В.С. Стародубцев,

Общество с ограниченной ответственностью «Оренпресс»,

г. Оренбург, Россия

Аннотация. В статье обосновано содержание основных модулей цифрового двойника управления предприятием: руководителя, аналитика, исследователя, программиста и исполнителя. Кроме того, представлена структура базовых компонентов цифрового двойника данного типа: прототипа и агрегата, ориентированных на разработку и принятие управленческих решений, минимизирующих упущенную выгоду данного предприятия.

Ключевые слова: цифровой двойник, предприятие, управление, управленческое решение, упущенная выгода.

Abstract. This article discusses the content of the main components of a digital twin for enterprise management, including manager, analyst, researcher, programmer, and executor. It also presents the structure of the basic digital twin, consisting of a prototype and an aggregate that focus on developing and implementing management decisions to minimize lost profits for the enterprise.

Keywords: digital twin, enterprise, management, decision-making, lost profits.

Цифровые технологии и программные продукты являются важнейшими инструментами решения актуальных проблем развития общества и различных сфер человеческой деятельности. К числу таких проблем, в частности, относятся проблемы «экологии, размытых границ между отраслями, конвергенции, колебаний спроса, дерегулирования, приватизации и глобализации». В то же время использование цифровых технологий и программных продуктов при реализации концепции Индустрия 4.0 сопровождается не только впечатляющими результатами, но и их неопределенностью и даже противоречивостью. Негативные аспекты внедрения данной концепции были учтены при разработке концепции следующего поколения, известной как Индустрия 5.0, особенностями которой является ориентация на человека, устойчивость и жизнестойкость. Особый акцент в концепции Индустрия 5.0 сделан «на сотрудничестве между людьми и машинами», в том числе, в сфере управления [1].

Сфера управления социально-экономическими системами трудно поддается цифровизации по следующим причинам. Во-первых, она отличается широким разнообразием субъектов и объектов управления, а также характером их взаимодействия в различных их сочетаниях, например, в цепях поставок. Во-вторых, данная сфера включает значительное количество нефизических

объектов управления, которые крайне сложно поддаются идентификации, формализации и структуризации [2]. В-третьих, параметры и характеристики объектов управления постоянно меняются в зависимости от уникальных сочетаний факторов внешней среды, что существенно затрудняет их компьютерное моделирование. В-четвертых, в сфере управления несколькими предприятиями, в том числе, цепями поставок, могут появляться межфункциональные барьеры, провоцируя их упущенную выгоду и снижая результативность создания желаемой ценности для потребителей продукции и услуг [3].

Как следует из содержания концепции Индустрия 5.0, важное место при её реализации занимает «дефизикализация» [4], под которой в данной статье понимается логически обоснованный переход от цифровизации и оптимизации физических объектов к цифровизации и оптимизации нефизических объектов управления и далее к их интеграции и моделированию. К объектам данного типа относятся ценности потребителей продукции и услуг, отношения между контрагентами, организационная культура, принятые управленческие решения, поведение персонала, идеи, проекты, а также ряд факторов внешней среды.

Повышенная сложность нефизических объектов управления может быть нивелирована посредством использования цифровых двойников, в состав которых входят прототипы, экземпляры и агрегаты [5]. Данные компоненты позволяют установить двустороннюю связь между реальными и виртуальными объектами управления, моделируемыми в цифровой внешней среде. В отличие от цифровых двойников физических объектов цифровые двойники нефизических объектов управления имеют следующие особенности:

- сложность создания и поддержания устойчивой связи между реальными и виртуальными объектами управления в связи с отсутствием традиционных для физических объектов датчиков и сенсорных устройств;
- необходимость формирования эталонов (виртуальных копий) нефизических объектов управления, использование которых предполагает уточнение их параметров и характеристик в соответствии с их реальными аналогами;
- проблемы с созданием искусственного интеллекта, способного вырабатывать управленческие решения, касающиеся воздействия на объекты управления данного типа;
- отсутствие методологии структуризации данных решений по вертикали и горизонталям организационной структуры управления предприятием;
- объективные предпосылки для использования системы контроля и мониторинга принятых управленческих решений с целью оперативной выработки эффективных воздействий на объекты управления в связи неизбежными изменениями управленческой ситуации.

Задачей данного исследования является обоснование содержания базовых модулей и компонентов цифрового двойника управления предприятием или

звеном цепи поставок, создающих предпосылки для разработки цифровых управленческих решений.

Методами данного исследования являются:

- терминологический анализ нефизических объектов управления, позволяющий выявить и ранжировать актуальные классификационные признаки данных объектов;
- дескрипторный метод, на основе которого формируются идентификационные ряды, включающие не только данные признаки, но и результаты их измерения, в простейшем случае - дихотомии;
- фасетный метод, обеспечивающий создание бинарных матриц, в ячейках которых размещаются искомые варианты исследуемых объектов управления, между которыми установлены взаимосвязи.

Использование данных методов позволило:

1) установить необходимые должности специалистов, обслуживающих цифровой двойник управления предприятием, такие как руководитель, исследователь, аналитик, программист. Кроме данных должностей необходимо предусмотреть в должностных инструкциях работников предприятия функции своеобразных «датчиков», информирующих руководителя о сбоях в процессе создания ценности потребителя продукции и услуг наподобие функции «андон», используемой в производственной системе «Тойота»;

2) определить для каждой должности специалиста соответствующий ему модуль цифрового двойника, соответственно:

- модуль руководителя, включающий блоки управленческих ситуаций и управленческих решений;
- модуль исследователя, состоящий из функциональных и/или проектных блоков, являющихся основой для проектирования экземпляров и агрегатов цифрового двойника;
- модуль аналитика, предназначенный для идентификации конкретной управленческой ситуации и основанный на блоках внутренней и внешней среды предприятия, причем эти блоки формируют прототип цифрового двойника;
- модуль программиста, ориентированный на совершенствование прототипов, экземпляров и агрегатов данного двойника как программных продуктов;

3) обосновать два дополнительных модуля цифрового двойника:

- модуль исполнителя, основу которого образуют работники предприятия, а также датчики и сенсорные устройства физических объектов, реагирующие на критические отклонения параметров и характеристик объектов управления в целом (обратная связь) и воздействующие на данные объекты в соответствии с указаниями руководителя (прямая связь);
- модуль структуризации управленческих решений по вертикали и горизонталям организационной структуры управления предприятием.

Использование данных результатов на практике предполагает уточнение содержания основных компонентов цифрового двойника управления предприятием.

Прототип цифрового двойника данного типа включает компоненты подготовки требования на цифровое управленческое решение и его последующей обработки (рис. 1). В свою очередь агрегат искомого цифрового двойника также предусматривает два базовых компонента: подготовки и разработки цифрового управленческого решения (рис. 2).

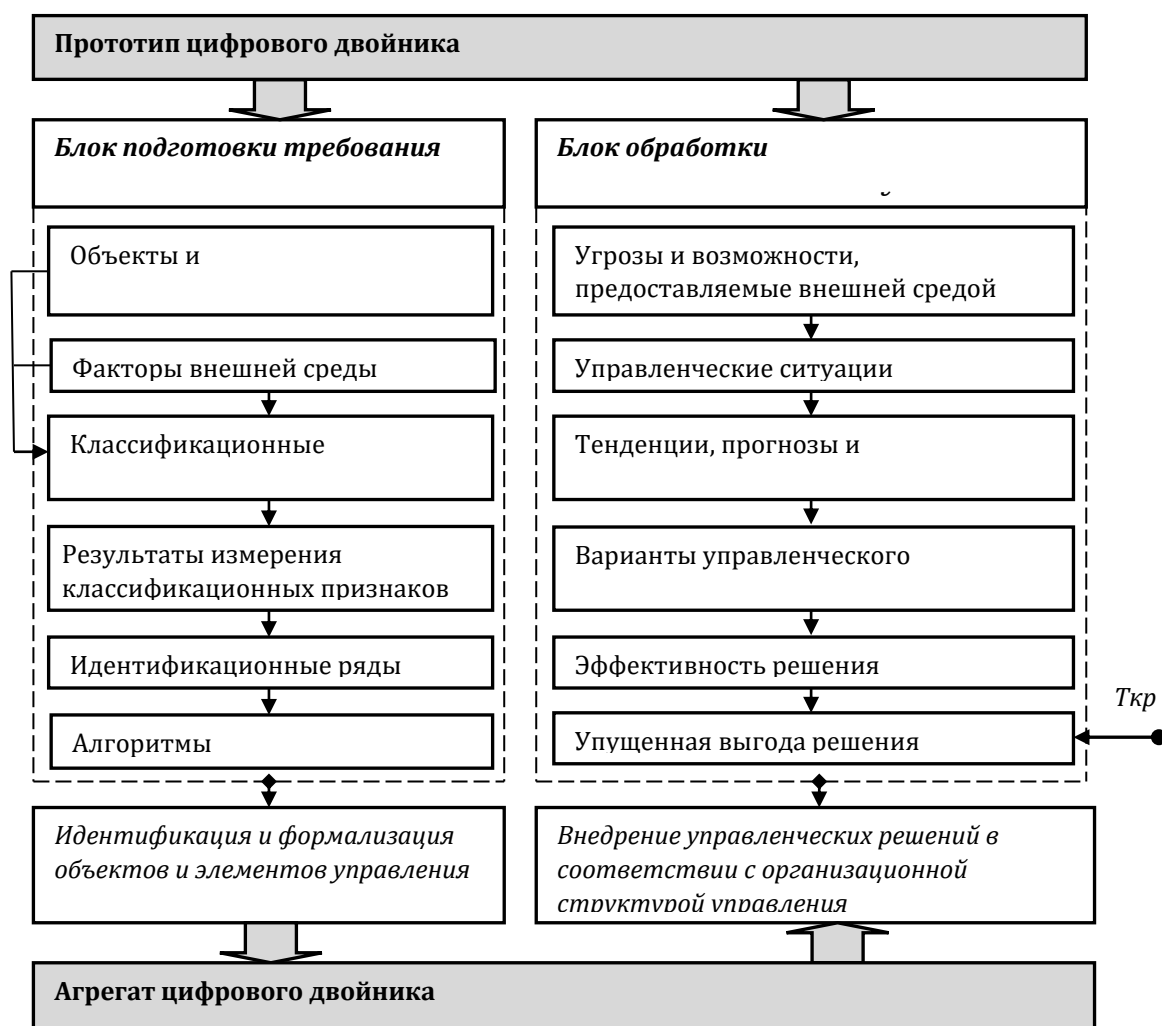


Рисунок 1 - Структура прототипа цифрового двойника управления звеном цепи поставок

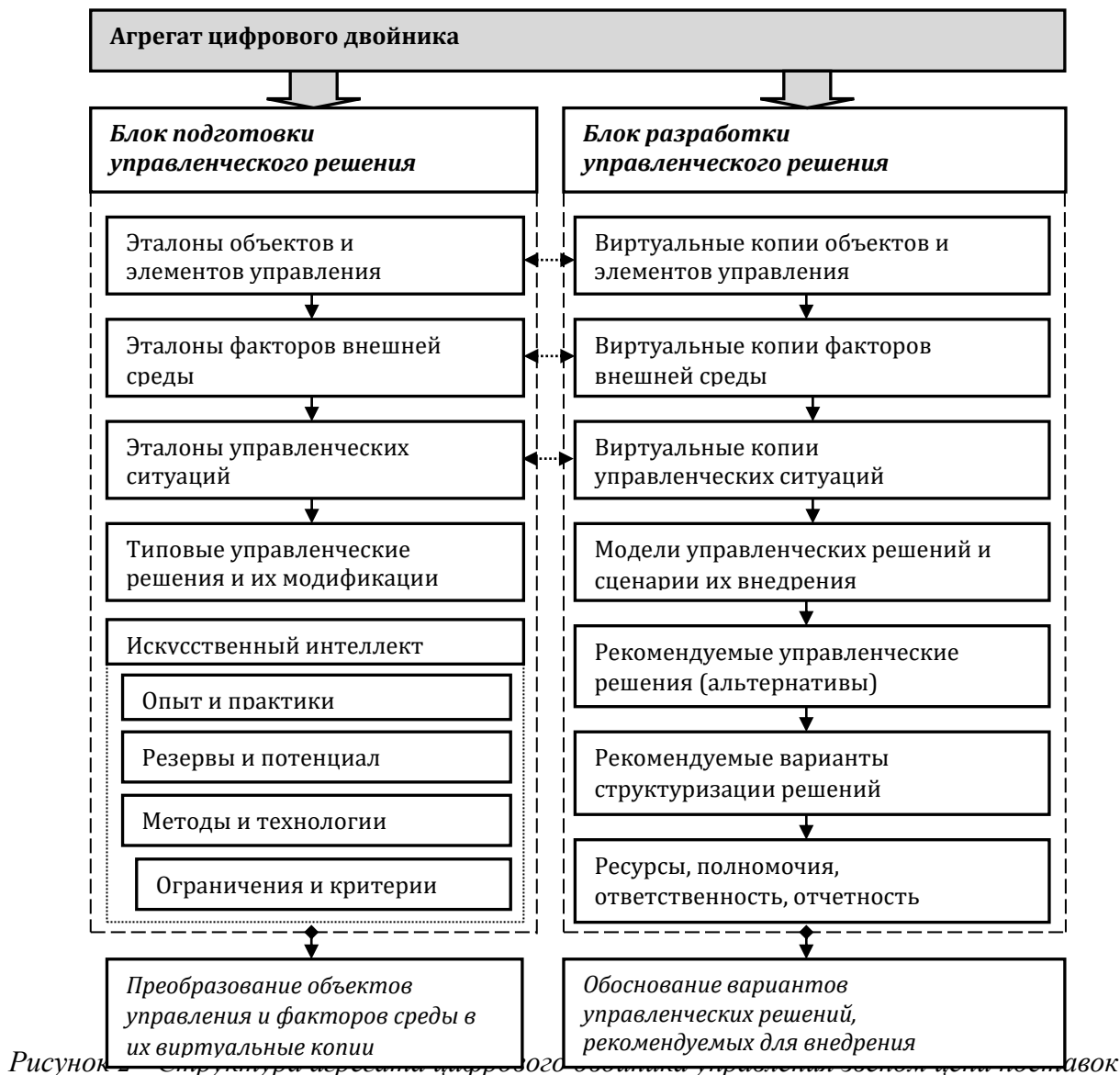
Компонент подготовки цифрового управленческого решения включает

а) совокупность эталонов (виртуальных копий): объектов управления, факторов внешней среды, управленческих ситуаций и типовых управленческих решений,

б) пока еще не созданный искусственный интеллект, предусматривающий опыт и практики, резервы и потенциал, ограничения и критерии, а также методы и технологии.

В результате использования данного компонента становится возможным преобразование реальных объектов управления и факторов внешней среды в их

эталоны и далее в виртуальные копии. Компонент разработки цифрового управленческого решения позволяет с помощью данных копий моделировать и обосновывать управленческие решения и их возможные варианты. Кроме того, представляется целесообразным структурировать данные решения, оформляя их в эшелоны в соответствии с организационной структурой управления предприятием.



Непременным атрибутом данного эшелона являются методы распределения ресурсов, полномочий, ответственности и отчетности. Использование данного компонента агрегата цифрового двойника позволяет получить цифровое управленческое решение, которое с помощью модуля руководителя может быть доработано с учетом его компетенций, опыта и интуиции.

Таким образом, изложенные в данной статье результаты позволяют перейти к конкретизации структуры и разработке проекта цифрового двойника управления предприятием и далее к оформлению технического задания на

проектирование программного продукта – агрегата данного двойника, целью которого является минимизация упущенной выгоды предприятия как главного критерия эффективности управленческих решений.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Breque, M., De Nul, L., Petridis, A. *Industry 5.0 Towards a sustainable, human centric and resilient European industry: policy brief*. Brussels: European Commission. 2021. URL: <https://op.europa.eu/flexpaper/common/view.jsp?doc=468a892a-5097-11eb-b59f-01aa75ed71a1.en.PDF.pdf> (дата обращения: 23.11.2024).
2. Tyapukhin, A.P. Matrix approach to digitalization of management objects // *Journal of Modelling in Management*. 2024. Vol. 19 No 1 P. 119-144. <https://doi.org/10.1108/JM2-02-2022-0057>
3. Porter, M.E. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, NY: The Free Press. 1985. 432 p.
4. Cammarano, A., Michelino, F., Caputo, M. Extracting firms' R&D processes from patent data to study inbound and coupled open innovation // *Creativity and Innovation Management*. 2022. Vol. 31. No. 2, P. 322-339. <https://doi.org/10.1111/caim.12495>
5. Grieves, M., Vickers, J. *Digital Twin: Mitigating Unpredictable, Undesirable Emergent Behavior in Complex Systems* // *Transdisciplinary Perspectives on Complex Systems: New Findings and Approaches*. Springer: Cham. 2017. P. 85–113. https://doi.org/10.1007/978-3-319-38756-7_4

Современные тенденции развития образования

УДК 378.4

Лингвистический ценз: дефицит ИТ-специалистов со знанием иностранных языков

*М.Ю. Варава, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Автором акцентировано внимание на формировании важных навыков владения иностранными языками у специалистов, занятых в цифровых-и нейротехнологических сферах экономики. Отмечено, что низкий лингвоуровень выступает одним из серьезных факторов торможения на пути создания в России высокотехнологичной экономической среды. Недостаточный уровень языковых компетенций, слабое владение и низкие практические умения становятся нормой даже в среде высококвалифицированных специалистов. Делается вывод о том, что Россия серьезно отстает от большинства стран в знании английского, китайского, восточных языков, которые широко распространены в мировой деловой практике.

Ключевые слова: цифровизация, лингвистический ценз, лингвоуровень цифровых работников, иностранные языки.

Abstract. The author focuses on the formation of important foreign language skills among specialists working in the digital and neurotechnological fields of the economy. It is noted that the low linguistic level is one of the serious factors hindering the creation of a high-tech economic environment in Russia. Insufficient level of language skills, poor command and low practical skills are becoming the norm even among highly qualified specialists. It is concluded that Russia is seriously lagging behind most countries in knowledge of English, Chinese, and Oriental languages, which are widely used in global business practice.

Keywords: digitalization, linguistic censorship, linguistic level of digital workers, foreign languages

Открытость стран мира для сотрудничества, высокая мобильность планетарных трудовых ресурсов, нарастающие тренды Индустрии 5.0, сотрудничество в области высоких технологий международного мегасайнс уровня, необходимость передачи и перенятия опыта и активного взаимодействия между сотрудниками разных стран, усиление трансграничного сотрудничества, усложнение языков программирования – эти и многие другие

факторы обуславливают необходимость к мультикультурному и мультиязычному общению.

Обозначенные факторы характеризуют актуальность рассматриваемой проблемы в данной статье.

Основными задачами заявленной темы выступает ряд моментов:

- представить авторскую трактовку понятия «лингвистический ценз»;
- обозначить важность для РФ достижения приемлемого лингвистического ценза ИТ-специалистов новых индустриальных и цифровых сфер экономики, деловой активности, общественной жизни;
- определить факторы, препятствующие и тормозящие освоение иностранных языков в университетской и профессиональной среде.

В качестве принципиальной новизны рассмотренной проблемы, следует отметить включение лингвистического ценза в систему факторов, усиливающих дефицит нужных специалистов для инновационно-цифровых сфер РФ.

Лингвистический ценз в настоящее время выступает сильным конкурентным преимуществом соискателя на привлекательную вакансию на рынке профессий. Под лингвистическим цензом (не является тождественным категории «языковой ценз») понимается достаточный (или приемлемый) уровень владения иностранными языками для эффективной деятельности в рамках определенной специальности, и являющийся основанием для работодателя принять на вакансию кандидата – носителя коммуникативно-языковых навыков и компетенций, соответствующих профессиональным требованиям.

Сегодня в РФ кадровый голод в сфере информационных и нейро-цифровых технологий усиливается дефицитом работников, владеющих на приемлемом уровне иностранными языками. Рекрутинговые компании, отмечают, что около 46% российских компаний заявили о значительных трудностях найма уникальных и ключевых профессионалов по кибербезопасности, «этичных хакеров», «девопс»-профи, ИТ-разработчиков, тестировщиков, специалистов по обновлению, технической эксплуатации, обслуживанию ПО и интеграции рабочих процессов друг с другом. Профессиональные компетенции названных работников требуют знания иностранного языка на уровне не ниже Intermediate. Без исключения все сотрудники ИТ-компаний должны владеть английским языком как минимум на уровне B1 (выше среднего), для управленческого персонала высшего и среднего звена, руководителей проектов, которые по роду деятельности взаимодействуют с зарубежными партнерами, знание иностранного должны быть уровня B2-C1.

В период 2022-2024 гг. из РФ вместе с ушедшими брендами и зарубежными компаниями релоцировала (либо остались в стране, но продолжили работать на иностранные компании удаленно) основная масса высококлассных информационных специалистов: разработчиков,

программистов, тестировщиков, сциентистов. Они составляют слой уникальных работников, которые свободно применяют не только языки программирования, но и языки деловой коммуникации с зарубежными партнерами. Так, свободное владение английским языком, чаще всего играет ключевую роль в принятии решения об отъезде представителей именно этой специальности: отличное образование, владение высокими новейшими цифровыми технологиями, отсутствие языкового барьера, привлекательные условия и достойная оплата труда.

Если английский язык стал самым востребованным для ИТ-специалистов, то вторым по популярности является китайский, далее - испанский, немецкий и арабский языки [1].

Данные приоритеты объясняются изменением геополитической факторов, переключением импортно-экспортных потоков траектории, значительным интересом российских ИТ-компаний к Южной Америки, активная экспансия интерес к рынкам Ближнего Востока.

Современные реалии, связанные с внешними барьерами, санкциями и ограничениями заставляют Россию внедрять модель импортовытеснения и замещения, и многие вещи производить внутри страны в условиях автаркии. Так, отечественным разработчикам софта требуется дополнительно почти 12 тыс. ИТ-специалистов и менеджеров для экспорта ПО, разработчиков программного обеспечения и менеджеров по продвижению софта (более 9 тыс.), знающих иностранные языки (2,7 тыс. человек).

При этом, 8,8 тыс. сотрудников должны говорить свободно на английском языке – это 78% от общего числа всех специалистов по разработке ПО [2].

Слабый и невысокий личностный лингвистический ценз у квалифицированных специалистов является следствием низкого порога знаний выпускников школ на «входе» (при поступлении в вуз и овладении профессией) и у выпускников вузов, которые так же демонстрируют более чем скромные навыки владения иностранными языками. Слабое владение языками наблюдается у большинства выпускников технических вузов, которые составляют основу ИТ-кадров. Только порядка 15 % выпускников российских вузов знают английский на более-менее свободном уровне.

В рейтингах владения английским языком EF Education First, Россия в 2023 году занимала 41-е из 113 стран и регионов; 2022 - 40 из 111, 2021- 51[3]; 2020 - 41 из 112; в 2018 - 38 месте из 80 стран[4]. По индексу EPI (English Proficiency Index, индекс владения английским языком) наша страна оказалась на 48-м месте из 100 возможных, что помещает ее в группу стран с низким уровнем владения языком, таких как Афганистан, Вьетнам, Пакистан и Боливия.

Рейтинг, проводимый Skyeng Education System for University, показал, что первокурсники неязыковых направлений поступают в вуз со средним уровнем английского A1–A2 (начальный), а выпускаются с уровнем A2–B1 (средний и выше среднего). Очевидно, что для специалиста, профессионала

этого крайне недостаточно, поскольку ему необходимо владеть специальными навыками деловой коммуникации, специфической терминологией, читать технические и технологические карты, адаптировать заимствованные новации, понимать контекст диалога и уметь его поддерживать.

Российские студенты не могут похвастаться глубокими знаниями иностранных языков. Платформенный карьерный агрегатор «Работа.ру» и рекрутинговый сервис SuperJob, в проведенном исследовании более 2 тыс. российских студентов из 140 российских вузов, пришли к выводу: порядка 15% опрошенных говорят на английском языке на уровне Upper Intermediate и Advanced (промежуточный); 23% владеет языком на среднем уровне (Intermediate – это уровень, требуемый большинством работодателей), 16% студентов и выпускников знают язык на базовом уровне (Pre-Intermediate); около 20% знают английский язык на начальном уровне; 22% магистрантов и 14% бакалавров – 14% владеют английским на продвинутом уровне. Причем, изучают язык 90% – большинство обучающихся [5]. Необходимо отметить, что имеет место неравномерное распределение овладения иностранными языками между мегаполисами и регионами РФ: в целом по стране уровень знания английского языка оказывается ниже среднего, Москва и Санкт-Петербург показывают средний уровень.

По мнению экспертов, уровень подготовки существенно зависит от целей получения лингвонавыков: кто планирует связать свою профессиональную деятельность с РФ, – продвинутым английским владеет 17%, те, кто намерен релоцировать и в перспективе работать в другой стране, – более 33%.

Позитивной тенденцией настоящего момента является то, что растет число пользователей, обращающихся к учебным программам по деловой лексике, связанной со спецификой деятельности в сфере IT и Digital. Это означает, что базовые навыки иностранного языка уже освоены и необходимо сфокусироваться на изучении профессионально-деловой коммуникации.

В качестве обобщения, отметим, что национальные сектора, осваивающие новый техноуклад Индустрии 5.0 испытывают острую нехватку не просто нужных кадров, но работников, обладающих требуемым лингвистическим цензом: текущий уровень языковых навыков у IT-и ИИ-специалистов можно назвать критически низким.

Перекрыть существующий дефицит в IT-специалистах, говорящих на иностранном языке, можно за счет кардинальных изменений в методиках интерактивного обучения иностранным языкам в системе школьного, СПО и высшего образования. Крупные и средние IT-компании в стремлении удержать высокоподготовленных профессионалов, за свой счет организуют интенсивы и программы обучения иностранным языкам. Необходимо отметить, что знание иностранных языков сегодня необходимо не только в Digital-среде, а практически в каждой сфере: промышленных отраслях экономики, медицине, фармацевтике, судостроении, авиаперевозках, консалтинге, юриспруденции, военном деле, представительствах международных компаний и пр.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Без английского не обойтись в IT. Режим доступа: <https://blog.skillfactory.ru/> (дата обращения: 27.02.2025).
2. Экспорт российского ПО требует 12 тысяч программистов со знанием иностранных языков. Режим доступа: <https://www.cnews.ru/news> (дата обращения: 17.03.2025).
3. EF English Proficiency Index. Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/%> (дата обращения: 11.03.2025).
4. Габдулина Э. Английский умеет ждать // Газета «Коммерсантъ», 13.11.2023. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6336106> (дата обращения: 11.03.2025).
5. РФ проигрывает в лингвистической схватке за конкурентоспособность. Режим доступа: <https://www.ng.ru> (дата обращения: 15.03.2025).

УДК 372

Отношение студентов неязыкового вуза к изучению иностранного языка

*Ю.Л.Загумёнов, к.п.н., доцент
Минского филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Беларусь*

Аннотация. В условиях региональной и международной экономической интеграции владение специалистом иностранным языком все больше ценится и востребовано на рынке труда. В статье представлены результаты исследования отношения студентов к изучению иностранного языка и его влияние на эффективность обучения в вузе.

Ключевые слова: иностранный язык, отношение, экономический вуз, компетенции, «перевернутый класс».

Abstract. In the context of regional and international economic integration, a specialist's knowledge of a foreign language is increasingly valued and in demand in the labor market. The article presents the results of a study of students' attitudes toward learning a foreign language and its impact on the effectiveness of studying at a university.

Keywords: foreign language, attitude, economic university, competencies, "flipped classroom".

Владение иностранным языком занимает важное место в современной динамике международного бизнеса и интернационализации образования. Навыки, связанные с этой дисциплиной, очень востребованы во всем мире, как в государственном, так и в частном секторе [1].

Однако не все студенты имеют положительного отношения к учебной дисциплине «Иностранный язык», изучаемой на первом и втором курсах экономического вуза.

Это может стать проблемой для изучения содержания и приобретения соответствующих знаний и навыков, поскольку отношение имеет решающее значение для процесса обучения.

Опыт Минского филиала Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова свидетельствует о том, что менее трети абитуриентов при поступлении в вуз, предпочитают сдавать вступительный экзамен по иностранному языку. И затем либо из-за отсутствия личного интереса, либо из-за отсутствия необходимой до вузовской подготовки, овладение компетенциями, предусмотренными программой изучения иностранного языка, является сложной задачей для многих из этих студентов.

Проблема проявляется уже в среднем образовании. Так в Республике Беларусь в 2024 году в общеобразовательных школах было уменьшено количество часов для изучения иностранного языка, что противоречит экономическим прогнозам о высокой потребности в специалистах, владеющих иностранными языками особенно в условиях развития международных и региональных экономических союзов, и объединений, таких, например, как БРИКС и Шанхайская группа.

Полагаем, что распространенное мнение о том, что вуз — это не школа, и здесь никого убеждать и тем более заставлять изучать иностранный язык не надо, ошибочно, так как такой подход принижает роль преподавателя в учебном процессе.

Столкнувшись с негативным сценарием, необходимо осуществить учебные мероприятия и использовать современные педагогические технологии, чтобы сделать обучение студентов «более комфортным», так как негативное отношение студентов к предмету отрицательно влияет на процесс обучения.

В этом смысле первым шагом будет создание инструментов для выяснения того, как на самом деле относятся студенты к изучению иностранного языка.

Это необходимо для того, чтобы обучающие действия преподавателя были направлены не только на приобретение студентами языковых компетенций, но и на развитие позитивного отношения к дисциплине. Преподаватели должны посредством обучения передать студентам интерес к содержанию, полезности учебной дисциплины для их будущей работы и способствовать развитию их интереса к углублению своих знаний по предмету.

В этом контексте использование инструментов для оценки отношения студентов к дисциплине станет необходимым для проверки того, была ли достигнута цель развития позитивного отношения к изучаемой дисциплине у студентов.

Когда преподаватель применяет шкалу измерения отношения студентов к учебной дисциплине, его/ее усилия и действия по обучению должны быть направлены на улучшение тех аспектов отношения, которые студенты оценили негативно. На формирование отношения студентов к изучению иностранного языка будет, с одной стороны, влиять предшествующие результаты обучения и

установки студентов, которые можно сделать более или менее предрасположенными к изучаемой дисциплине, а с другой стороны, методика обучения и работа преподавателя, которые могут модулировать начальные отношения студентов.

Целью данного исследования является более глубокое понимание и анализ отношения студентов к изучению иностранного языка после того, как они завершили обучение иностранному языку в первом семестре на первом курсе неязыкового вуза.

Для этого был использован инструмент, который легко применять, анализировать и интерпретировать в своих курсах. Преподаватели могут оценить отношение студентов к предмету в конце курса, чтобы определить, была ли достигнута цель развития позитивного отношения у студентов. Если результаты показывают, что отношение студентов не хорошее, необходимо будет изменить содержание и методику преподавания курса, чтобы способствовать развитию позитивного отношения.

Также важно проанализировать связь между отношением студентов к дисциплине и их демографическими и академическими характеристиками, а также их достижениями. Поскольку негативное отношение может привести к трудностям в приобретении языковых компетенций и правильном их использовании в профессиональном будущем, для тех студентов, которые имеют более негативное отношение, эти трудности будут больше.

Это вызывает интерес к анализу различий в отношении по характеристикам студентов, таким как пол, возраст, предыдущие достижения по иностранному языку, ожидаемая оценка и успеваемость, поскольку это может помочь выявить тех студентов, которые с большей вероятностью будут иметь негативное отношение и, следовательно, испытывать больше трудностей в изучении иностранного языка.

В следующем разделе представлен инструмент опроса, применяемый для сбора отзывов студентов, и методы, используемые для анализа данных. Затем представлены результаты и, наконец, обсуждаются основные выводы.

Участниками исследования в Минском филиале РЭУ им. Г.В.Плеханова были студенты первого курса бакалавриата направлений подготовки «Экономика», «Менеджмент», «Бизнес-информатика», всего 66 студентов, зачисленных в университет в 2024 году.

В методическом плане курс «Иностранный язык» следует в основном стандартным рекомендациям и состоит исключительно из практических занятий. В целом, дисциплина «Иностранный язык» является прикладной и включает современные формы и методы работы, связанные с изучением иностранного языка.

Целевой группой проведенного исследования являются студенты, которые изучали иностранный язык в течении первого семестра на первом курсе. Была использована адаптация шкалы измерения установок SATS©. Эта шкала представляет собой простой в применении и интерпретации инструмент

для преподавателей, позволяющий оценить отношение студентов к учебным дисциплинам, а в нашем исследовании оценить, была ли достигнута цель развития позитивного отношения к изучению иностранного языка у студентов в этом конкретном курсе. Таким образом, изучаемая популяция состоит из студентов, зачисленных на первый курс экономического вуза.

Инструмент опроса. Была разработана анкета для самостоятельного заполнения, включающая адаптацию SATS© вместе с вопросами о социально-демографических и академических характеристиках студентов.

Было включено 6 пунктов для оценки следующих измерений: компетентность, уверенность в себе, ценность, сложность, интерес и усилие. Эти пункты оценивались с использованием семибалльной шкалы Лайкерта в диапазоне от 1 (совсем не согласен) до 7 (полностью согласен).

Затем студентам было задано два вопроса о курсе: «Ваш уровень интереса к предмету до начала этого курса был...», измеренный с помощью пяти возможных ответов (Очень низкий, Низкий, Средний, Высокий, Очень высокий), и «Оценка, которую вы ожидаете получить по этому курсу, составляет...», со следующими возможными ответами: ниже 50, между 50 и 70, между 70 и 85, выше 85. Наконец, были включены шесть социально-демографических и классификационных вопросов, в которых студентов спрашивали о группе, поле, возрасте, о том, изучал ли студент этот иностранный язык до поступления в университет и на каком уровне.

Опрос проводился в последний день курса, в течение которого студенты должны были выполнить обязательное контрольное задание. После завершения задания и перед тем, как покинуть класс, им предлагалось ответить на вопросы анкеты. Студенты были предупреждены, что участие в опросе добровольное и о том, что процедура будет полностью анонимной. Всего было получено 66 анкет.

Характеристики выборки. Большинство респондентов были мужчинами, 63,6%, а средний возраст составил 17,15 лет. 57,8% оценили свой предыдущий интерес к предмету как средний и 34,4% как высокий или очень высокий. Что касается ожидаемой оценки курса, 13,6% респондентов ответили, что ожидают набрать баллы (из 100) от пятидесяти до семидесяти, 74,1 - от семидесяти до восьмидесяти пяти, и 12,1% - выше восьмидесяти пяти. Что касается их предыдущих достижений по иностранному языку, 53,1 % респондентов указали, что они были хорошими и отличными, 42,4% - удовлетворительными, 4,5% в школе изучали другой иностранный язык.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что студенты признают ценность владения иностранным языком для своей будущей карьеры, готовы вкладывать усилия в обучение и приобретение языковых компетенций и считают себя способными овладеть этими компетенциями. Однако они полагают, что иностранный язык — сложная дисциплина.

Из полученных результатов следует, что отношение к иностранному языку опрошенных студентов не является отрицательным. За исключением

параметра сложности, остальные параметры получают нейтральные или слегка положительные оценки.

Существенные различия присутствуют в средних баллах по аффекту, когнитивной компетентности и сложности в зависимости от оценки, которую студент ожидает получить за курс. Чем выше ожидаемая оценка, тем более позитивное отношение студентов представлено этими измерениями. Предыдущие работы также подтверждают, что отношение влияет на ожидания [2]. Студенты с более позитивным отношением демонстрируют лучшие ожидания относительно своей успеваемости на курсе.

Что касается пола, существенные различия между мужчинами и женщинами существуют по сложности и усилиям. Женщины демонстрируют более позитивное отношение, чем мужчины, по обоим измерениям, что также соответствует предыдущим исследованиям. Женщины имеют более позитивное отношение с точки зрения усилий и сложности. Это приводит к лучшей успеваемости, поскольку в выборке средний балл женщин выше, чем у мужчин.

Связь между отношением студентов к изучению иностранного языка и успеваемостью студентов в конце курса была исследована путем расчета их корреляций. Мера успеваемости была рассчитана как среднее значение оценок всех работ и аттестации в конце семестра по шкале от 1 до 10. Существенная положительная корреляция существует между окончательным достижением студентов по курсу и всеми измерениями отношения студентов к изучению иностранного языка, за исключением усилия.

Результаты, полученные в настоящем исследовании, подтверждают существование значимой связи между установками студентов и их достижениями в изучении иностранного языка. Установочное измерение с самой высокой корреляцией с достижениями — это когнитивная компетентность, за которой следует аффект. Студенты, которые считают себя более способными к изучению предмета и которым нравится иностранный язык, получают более высокие оценки по курсу.

Владение иностранным языком все больше ценится и востребовано на рынке труда. Однако студенты могут испытывать неуверенность в своих способностях овладеть иностранным языком, что, в свою очередь ведет к негативному отношению к этому предмету. Это представляет собой потенциальную проблему, поскольку негативное отношение препятствует эффективному обучению, приобретению навыков и способности правильно применять в будущем то, что было изучено в университете. Поэтому важно, чтобы преподаватели рассматривали развитие позитивного отношения к предмету как результат, которого следует добиваться в своих курсах. Для этого необходимо оценить отношение студентов в конце курса, чтобы выяснить, была ли достигнута эта цель, и, в противном случае, принять необходимые меры по улучшению.

Настоящая работа может рассматриваться как предварительное или пилотное исследование. Будущие исследования должны расширить анализ на

большее количество семестров и исследование возможностей различных педагогических моделей и подходов. На наш взгляд, наиболее эффективной и перспективной в этом плане является информационно-педагогическая модель смешанного обучения «перевернутый класс», опытно-экспериментальная работа по внедрению которой осуществляется в Минском филиале РЭУ им. Г.В.Плеханова [3; 4].

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аленичева, Д. А., Загуменнов Ю.Л. Формирование человеческого капитала межгосударственных экономических объединений // *Экономическое развитие в XXI веке: тенденции, вызовы и перспективы: сборник научных трудов XII Международной научно-практической конференции (Москва, 25 апреля 2024 года)*. Москва, 2024. С. 401-404.
2. Михельсон, С. В. Исследование отношения студентов к изучению английского языка как иностранного / С. В. Михельсон // *Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития: Материалы международной научно-практической конференции, Красноярск, 16–18 апреля 2024 года*. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2024. – С. 150-153.
3. Загуменнов, Ю. Л. Использование информационных технологий в развитии иноязычной научной коммуникативной компетенции студентов неязыкового вуза // *Открытое образование*. 2022. Т. 26, № 1. С. 13-23. – DOI 10.21686/1818-4243-2022-1-13-23.
4. Загуменнов, Ю. Л. Цифровизация в преподавании иностранных языков в вузе // *Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития в условиях цифровой экономики: сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции (Минск, 14–15 июня 2024 года)*. Минск. 2024. С. 110-113.

УДК 004.942

Облачные технологии в системе образования

А.А. Снатенков, к.э.н., доцент

М.А. Вытнова, студент

Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. Осуществлен анализ облачных технологий в современной системе образования. Изучены разные виды и преимущества облачных хранилищ в образовательных учреждениях. Дана классификация видов масштабируемости, а также возможность использования облачных технологий в просветительской системе.

Ключевые слова: облачные технологии, облачные вычисления, системы управления обучением, электронные ресурсы в образовании.

Annotation. The analysis of cloud technologies in the modern education system is carried out. Different types and advantages of cloud storage in educational institutions have been studied. A classification of types of scalability is given, as well as the possibility of using cloud technologies in an educational system.

Keywords: cloud technologies, cloud computing, learning management systems, electronic resources in education.

Современная система образования стремительно развивается. Новые изменения затрагивают не только содержательную сторону, инновации в области методики преподавания тех или иных предметов, подходов в воспитании, но и систему менеджмента, устройства образования как институциональной структуры. Информатизация и компьютеризация стали основными отправными точками к масштабным переменам всей образовательной системы. Именно благодаря этим явлениям в настоящее время мы можем говорить об облачных технологиях, которые открывают новые возможности в системе менеджмента в образовании и позволяют оптимизировать многие процессы.

Одним из наиболее значительных новшеств для российского образования является внедрение и расширение работы в режиме онлайн. Виртуальное образовательное пространство стало реальностью и так плотно вошло в режим работы системы, что уже невозможно представить утрату такой среды. Методов и способов организации образовательной среды, в том числе осуществления виртуального образовательного пространства, на сегодняшний день достаточно много, тем не менее, наиболее перспективным и эффективным с позиции потраченного времени и ресурсов являются облачные технологии.

Облачные технологии постепенно внедряются в образование и приобретают все более значимую роль, трансформируя традиционные методы преподавания и обучения, делая их более гибкими, доступными и эффективными. Они обеспечивают инструменты и ресурсы, которые могут значительно улучшить как образовательный процесс, так и его результаты.

Под понятием «облачные технологии» или «облачные вычисления» подразумевается предоставление доступа к различным ресурсам посредством «облака», которое представляет собой сеть даты данных и набора серверов. Ресурсы, к которым предоставлен доступ, находятся непосредственно на удаленном интернет-сервере. При этом вносимые данные, все изменения хранятся у клиента на тех или иных гаджетах: ноутбук, смартфон, персональный компьютер, планшет и другие [1, с. 86].

Облачные технологии представляют собой модель предоставления вычислительных ресурсов через Интернет. Они позволяют пользователям получать доступ к данным и приложениям, размещённым на удалённых серверах, вместо того, чтобы хранить их на локальных устройствах или собственных серверах. Облачные технологии также можно рассматривать как рабочую информационную среду для обмена данными, их редактирования и хранения, осуществляемого всеми пользователями, имеющие доступ к такой среде. Облачные технологи включают в себя аппаратные средства, лицензионное ПО, каналы связи, а также обеспечивает пользователей технической поддержкой [2, с. 97].

Основной особенностью облачных технологий является возможность осуществления взаимодействия между членами системы независимо от их местоположения. Существует несколько видов облак: - публичное облако: ресурсы предоставляются общедоступными провайдерами (например, Software as a Service (SaaS)). - частное облако: ресурсы используются только одной организацией и управляются ею или третьей стороной; - гибридное облако: сочетает публичные и частные облака, позволяя перемещать данные и приложения между ними. Одним из главных преимуществ облачных технологий в системе образования является возможность создания виртуальных классов и дистанционного обучения. Виртуальные классы позволяют обучающимся и преподавателям взаимодействовать в реальном времени, используя видеоконференции, онлайн-чаты и другие сервисы, позволяющие взаимодействовать на расстоянии, что особо актуально в условиях пандемий или других ситуаций, требующих дистанционного обучения. Облачные офисные приложения, такие как Google Workspace и Microsoft Office 365, позволяют осуществлять работу над документами, таблицами и презентациями совместно и в одно время [2, с. 97].

С использованием технологии серверной виртуализации могут решаться следующие учебные задачи:

- обеспечение доступа учащихся к компьютерным ресурсам во внеурочное время;
- обеспечение доступа студентов к одному или нескольким виртуальным компьютерам с правами администратора;
- возможность остановки и сохранения состояния виртуальных машин студентов позволяет более гибко проводить учебный процесс;
- для студентов, изучающих компьютерные дисциплины, в настоящее время учебными заведениями предлагается обширная программа, включающая в себя изучение различных операционных систем и прикладного программного обеспечения, которое может быть достаточно ресурсоемким [3, с. 459].

Образовательные учреждения представляют из себя сложную систему, включающую в себя отлаженный механизм управления его сотрудников, обучающихся и их законных представителей. В связи с этим «следует рассматривать облачные вычисления как средство консолидации различных внутренних подсистем и создания виртуальной среды» [4, с. 68].

Благодаря облачным технологиям открываются большие возможности для проведения аналитических исследований. Облачные технологии позволяют аккумулировать большие объемы данных об учебном процессе, что позволяет в рамках учебного процесса преподавателям определять потребности обучающихся, и на основе облачных технологий можно определять уровень успеваемости и тем самым планировать работу в рамках учебного процесса с учетом анализа данных.

При наличии преимуществ в работе облачных технологий имеются риски такие как безопасность данных. Образовательные учреждения могут

сталкиваться с киберугрозами и иметь инструменты для их предотвращения и устранения последствий, но при этом облачные технологии имеют большое количество средств безопасности, что позволяет обеспечить безопасное хранение и обработку данных.

Стоит также упомянуть о таком явлении как масштабируемость за счет облачных технологий. Облачные технологии предоставляют организациям возможность быстро и эффективно масштабировать свои ИТ-ресурсы в зависимости от текущих потребностей. Облачный объем можно легко нарастить без дополнительных вложений в физическую инфраструктуру. Такая гибкость позволяет минимизировать риски, связанные с эксплуатацией и обслуживанием внутренних систем, предлагая высокопроизводительные ресурсы без больших вложений.

Существует два вида масштабируемости: вертикальная и горизонтальная. При вертикальной масштабируемости (Scale-Up) происходит увеличение базы данных или вычислительной мощности. Например, за счет увеличения объёма оперативной памяти, добавление процессоров или увеличение хранилища данных. При горизонтальной масштабируемости (Scale-Out) происходит добавление дополнительных баз данных либо создания большой базы данных, которая разделяется на небольшие узлы с использованием сегментирования, что обеспечивает более быстрое и простое управление на разных серверах. Это позволяет системе обрабатывать больше запросов и данных. Масштабируемость прежде всего касается рабочей нагрузки на облачную систему. За счет масштабируемости облачные технологии могут выдерживать большое количество запросов, обеспечивать работу с большими объемами данных [5, с. 42].

Облачные технологии обеспечивают доступ к корпоративным данным с мобильных устройств, таких как смартфоны и планшеты. Это особенно полезно для сотрудников с плотным графиком или тех, кто работает удалённо. Учитывая загруженность учителей, облачные технологии облегчают работу за счет возможности ее выполнения не строго на рабочем месте, а, например, из дома, по пути и т.д. Теперь учитель может выложить домашнее задание, посмотреть данные об обучающемся, отследить его успеваемость в несколько нетрудных операций на смартфоне или персональном компьютере.

Утрата данных представляет серьёзную угрозу для любой организации, наряду с вопросами безопасности. Хранение данных в облаке гарантирует их доступность в любой ситуации. Облачные сервисы обеспечивают быстрое восстановление данных в случае чрезвычайных ситуаций, будь то стихийное бедствие или сбой электроснабжения. В отличие от традиционного локального хранения, где данные хранятся на офисных компьютерах и подвержены рискам, как от вредоносных вирусов, так и пользовательской некомпетентностью, облачная инфраструктура предоставляет надёжную защиту от потерь.

Существует множество преимуществ облачных технологий в образовании. Они обеспечивают глобальный доступ к образовательным

ресурсам, позволяют обучающимся проходить образовательную программу независимо от непосредственного нахождения в школе или в институте. Облачные технологии позволяют оптимизировать использование учебных материалов и ресурсов, упрощая управление.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гаврилов А.В. Будущее «облачных» технологий // *Международный журнал прикладных наук и технологий Integral*. 2019. № 3. С. 86.
2. Ларионова О.Б., Васин А. О., Семенова М.В. Особенности облачных технологий // *Глобус*. 2019. №6. С. 96-101.
3. Багаева А. П. Облачные технологии в образовании // *Решетневские чтения*. 2015. №19. С. 459-60.
4. Дуккардт, А.Н., Саенко Д.С., Слепцова Е.А. Облачные технологии в образовании // *Открытое образование*. 2014. № 3(104). С. 68-74.
5. Митин А.Н. Облачные технологии в образовании // *Вестник НГИЭИ*. 2016. № 8(63). С. 41-47.

УДК 378.1

Киберугрозы, когнитивные риски и цифровая грамотность: новая реальность образования

*Ходжаева М. Я., к.э.н., проф.
Ташкентский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Узбекистан*

Аннотация: современный этап цифровизации сопровождается расширением спектра угроз и рисков, что приводит к консолидации ресурсов по обеспечению безопасности на государственном, отраслевом, региональном и международном уровнях. Активизируются процессы обмена опытом и технологиями в сфере защиты данных, обучения специалистов по кибербезопасности, создания структур по борьбе с киберпреступностью и т.д. Статья посвящена обзору актуальных рисков и аспектов по обеспечению цифровой безопасности в сфере образования.

Ключевые слова: образование, цифровизация, цифровая безопасность, цифровые технологии, риски.

Abstract: the current stage of digitalization is accompanied by an expansion of the range of threats and risks, which leads to the consolidation of resources to ensure security at the state, industry, regional and international levels. The processes of exchanging experience and technologies in the field of data protection, training cybersecurity specialists, creating structures to combat cybercrime, etc. are being intensified. The article is devoted to an overview of current risks and aspects of ensuring digital security in the field of education.

Key words: education, digitalization, digital security, digital technologies, risks.

Обеспечение безопасности в различных областях жизни общества зависит от комплекса условий, складывающихся на уровне макроэкономической политики. Механизмы и принципы регулирования рынков распространяются на новые экономические сектора. Основопологающим фактором безусловно является цифровизация – процесс, охватывающий создание и применение технологий и программного обеспечения, цифровое форматирование аналоговых данных и рабочих процессов, повышение комфортности выполнения большого количества операций в сферах производства, услуг, коммерции, а также в повседневной жизни каждого человека, имеющего доступ к цифровым ресурсам. Темпы роста производства и внедрения цифровых технологий постоянно растут, однако их неравномерная диффузия приводит к появлению новых рисков и угроз.

Параллельно с цифровизацией развивается сфера обеспечения безопасности. Чем выше уровень обеспеченности общества и экономики цифровыми технологиями, тем выше потребность в технологиях и знаниях снижающих уровень рисков и угроз, формирующихся в цифровой экономике.

Цифровые технологии крайне важны для обеспечения национальной и экономической безопасности. В современном мире цифровые технологии покрывают все аспекты жизни, поэтому защита в цифровом пространстве является ключевой составляющей системы защиты государства, включая социальную сферу, охватывающую широкий спектр областей деятельности по обеспечению благосостояния населения. Так, задача цифровизации образования – обеспечение качественными и доступными образовательными услугами всех обучающихся начиная с дошкольного уровня и выше. Для здравоохранения цифровые технологии открывают новые сегменты оказания медицинской помощи как, например, онлайн консультирование жителей далеких орт центра районов, куда сложно добраться на транспорте или запись на прием к врачу. В сфере культуры не только расширяются возможности посещения культурных мероприятий в любое время, но и самореализации талантов населения. Социальное обеспечение с внедрением цифровых технологий повысило охват населения различными программами по оказанию помощи нуждающимся в ней. Благодаря цифровизации, общество объединилось в таких движениях как волонтерство, продвижение здорового образа жизни, поддержка здоровой гражданской позиции и многое другое.

Продвижение в интернет-пространстве многих видов деятельности связано с большим количеством рисков и угроз, которые необходимо выявлять, анализировать и гасить. Рассмотрим известные на сегодняшний день риски, характерные для цифровизации системы образования.

Университеты сегодня становятся центрами, где складывается будущее общества, происходит активный обмен идеями и представляются достижения в области знаний. [4, с.65]

Развитие образовательной системы в эпоху цифровизации основывается на качественном содержании, стремлении к новым открытиям и осознании значимости обучения для современных людей.

Цифровизация образования расширяет поле учебной деятельности. Перед студентами встает трудная задача переработать огромный массив данных. Зачастую молодые люди, владея несколькими языками имеют возможность пользоваться англоязычными образовательными ресурсами и платформами. В связи с этим необходимо пересмотреть инструменты и методики обучения критическому мышлению. Умение анализировать, сравнивать и очищать информацию от ненужных и сомнительных включений – важное качество не только для студента и преподавателя, но и для каждого современного человека, пользующегося интернетом. [1, с.219]

Кроме дисбаланса между переизбытком информации и сложностью ранжирования источников информации по качеству и достоверности источников данных для пользователя возникает ещё один вид риска, напрямую несущего угрозу снижения когнитивных способностей человека. Это доступность в любое время необходимой информации, снижение потребности в запоминании и, соответственно, повышение зависимости от цифровых устройств, что приводит к девальвации памяти. В целом перенасыщение информацией, девальвация памяти и снижение критического мышления составляют комплекс когнитивных рисков цифровизации.

Цифровизация переводит процесс учебной деятельности на платформы, где хранятся личные данные обучающихся и преподавателей. В связи с этим возникают угрозы конфиденциальности – утечки данных по разным причинам, которые могут нанести весомый урон как интеллектуальной собственности, так и в реальной жизни.

Важным аспектом, требующим внимания со стороны организации безопасной цифровой среды обучения, является борьба с так называемыми этическими рисками, представляющими угрозу личным данным и интеллектуальной собственности. С развитием технологии искусственного интеллекта появились и связанные с его несовершенством риски принятия неправильных, ошибочных решений по вопросам, непосредственно связанным с жизнедеятельностью и безопасностью конкретных людей. [2, с. 164] Примерами таких рисков могут стать ошибки машинного обучения, когда несовершенные знания, субъективные оценки и предубеждения переносятся в алгоритмы и влияют на поведение и даже судьбы людей.

Отсутствие стандартов использования искусственного интеллекта, инструментария оценки результатов его применения и ответственности за них является причиной рассматриваемых этических рисков. Необходимо подчеркнуть, что формирование этической составляющей системы цифровой безопасности образования должно основываться на комплексном подходе к обучению цифровой грамотности населения, начиная с дошкольного уровня. Повышение эффективности обучения цифровой грамотности определяется

уровнем качества информации и подходами в обучении. Ведь, по сути, ошибки в работе искусственного интеллекта закладываются недоученными специалистами, которые не получили полноценных навыков критического мышления будучи студентами, что неизбежно отражается на качестве датасетов. Не менее значимым риском, связанным с использованием искусственного интеллекта, является компиляция текстов и плагиат, как примеры недобросовестного использования современных цифровых технологий.

Развитие цифровых инструментов, применяемых в системе образования, также, как и в других сферах деятельности подвержено различным внешним угрозам, к которым в первую очередь, относятся различные кибератаки. В результате недостаточной защищённости данных возникает угроза их утечки. Кроме названных, нельзя не учитывать риски неравномерного доступа к цифровым технологиям. Сегодня университеты инициируют возможности свободного доступа к компьютерам и интернет-ресурсам для всех студентов.

Исследование потенциальных рисков, связанных с цифровизацией образования, представляет собой многообещающее направление и открывает невероятные перспективы интеграции разнообразных технологий и методик для создания различных обучающих платформ. Однако в то же время он влечет за собой появление новых рисков. Эти риски должны быть приняты во внимание при разработке антикризисных мер в сфере образования. [3, с.558]

Можно выделить два базовых направления – техническая безопасность и социальная безопасность.

В части технической безопасности – также два направления. Первое включает разработку и применение соответствующего оборудования и программного обеспечения. Здесь необходимо развивать такие практики как тестирование программ на устойчивость ко взлому, изучение вирусов и разработка антивирусного программного обеспечения, отслеживание хакерских атак, их изучение и противодействие им, разработка алгоритмов шифрования данных. Второе – создание аппаратных средств, например, построение локальных компьютерных сетей и средств безопасности (например, фаерволлов).

Социальная или социально-гуманитарная цифровая безопасность включает в себя обучение грамотному использованию программного обеспечения, поиску информации в интернете, а также изучению методов манипуляции и мошеннических схем, с помощью которых преступники убеждают пользователей, например, установить вредное программное обеспечение. К части социально-гуманитарной безопасности относится установление внутрикорпоративных стандартов и правил использования цифровых технологий и информации в процессе работы с ними.

Резюмируя проведенный обзор, можно выделить направления развития государственного регулирования цифровой безопасности в системе образования. Во-первых, защита информации и кибербезопасности в образовательных организациях является обязательным элементом стратегии и

политики кибербезопасности государственных органов управления. Во-вторых, тенденция роста киберпреступности требует активных действий со стороны органов правопорядка, а также стимулирует развитие государственно-частного партнерства и международного сотрудничества в борьбе с киберугрозами. В-третьих, высокий дефицит кадров в сфере кибербезопасности должен получить отклик в росте предложения соответствующих образовательных программ, а также развитии обучающих инструментов и технологий. В-четвертых, фактором ускорения решения существующих проблем в обеспечении цифровой безопасности образования может стать развитие международного сотрудничества по обмену знаниями, опытом и технологиями.

Цифровизация образования даёт огромные преимущества в индивидуализации образовательного процесса, развитии самостоятельности и ответственности по отношению к личным ресурсам, повышении мотивации к учебе и упрощении контроля, доступности учебного контента и передовых зарубежных моделей построения учебного процесса. Сегодня существует множество эффективных подходов и практик в области цифровизации образования. Так, например, получили широкое распространение модели цифровых компетенций, по которым оценивают эффективность педагогической деятельности. Развиваются интернет-сообщества педагогов и практиков, где происходит свободный обмен опытом. Эффективный опыт повышения цифровой грамотности и обучения профессиональной работе сданными предлагают такие платформы как Университет 20.35., Университет Иннополис, Яндекс.Практикум и многие другие аналогичные ресурсы.

Рассматривая опыт стран Центральной Азии необходимо выделить такие интересные направления цифровизации образования как интеграция университетских цифровых платформ с государственными электронными ресурсами в рамках национальных стратегий цифровизации (Казахстан, Узбекистан, Киргизстан), разработка национального плана готовности и реагирования образовательной системы на чрезвычайные ситуации и перевода системы образования на дистанционный формат (Таджикистан), открытие программ магистратуры по цифровому управлению при содействии международного сообщества (Туркменистан).

Цифровизация образования сегодня рассматривается как фактор прогресса страны. В то же время существуют проблемы, которые сдерживают развитие и вызывают рассмотренные выше риски. Так, необходимо создание эффективной законодательной базы, которая стимулирует гармоничное развитие национальных систем образования и их эффективную интеграцию в международное цифровое пространство. Включение программ цифровизации образования на региональном уровне в национальные стратегии и реализация адресных инвестиционных проектов создают условия свободного доступа населения к интернету даже в самых отдаленных районах. Ускорение роста доли цифрового сектора экономики в ВВП должно обеспечиваться созданием благоприятной инвестиционной среды, развитием государственно-частного

партнерства и частного сектора в система образования. При этом, фактором, стимулирующим цифровизацию образования, является эффективное использование государственных информационных систем.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абдурахманов, К. Х. Управление человеческим капиталом в условиях цифровизации экономики Республики Узбекистан / К. Х. Абдурахманов, Н. К. Зокирова, З. Г. Шакаров // *Лидерство и менеджмент*. – 2022. – Т. 9, № 1. – С. 219-232. – DOI 10.18334/lim.9.1.114285. – EDN ZQJVVG.
2. Зокирова, Н. К. Внедрение искусственного интеллекта в процесс управления человеческим капиталом / Н. К. Зокирова, З. Г. Шакаров // *Новые фронтиры устойчивого развития экономики : Сборник статей по материалам III Международной межфилиальной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Иваново, 19–20 октября 2023 года / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Ивановский филиал. – Иваново: АО «Информатика», 2023. – С. 164-170. – EDN ILSZVW.*
3. Ходжаева, М. Я. Актуальные аспекты цифровизации образовательной среды / М. Я. Ходжаева // *Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект: Материалы IX Международной науч-практической конференции, Санкт-Петербург, 15 мая 2020 года / Под общей редакцией В.Л. Василёнка. – Санкт-Петербург: Национальный исследовательский университет ИТМО, Общество с ограниченной ответственностью "Научно-производственное объединение пожарной безопасности автоматизированные системы", 2021. – С. 558-561. – EDN WUTALC.*
4. Ходжаева, М. Я. Современные тенденции цифровизации сферы образования / М. Я. Ходжаева // *Цифровая реальность: экономические, правовые и IT-аспекты : материалы Всероссийской с международным участием научно-практической конференции, Пятигорск, 19–21 ноября 2020 года / Филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова в г. Пятигорске. – Ставрополь: Дизайн-студия Б, 2020. – С. 65-71. – EDN IMTHQS.*

УДК 378

Формирование Soft skills - инновационный подход в образовании

Н.В. Шахназарова, доктор философии PhD, и.о. доцента
Ташкентский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация: Формирование у студентов Soft skills представляет собой важную задачу для образовательных учреждений. Эффективное обучение включает в себя практические задания, тренинги, ролевые игры, дебаты и другие методы, которые позволяют студентам развивать мягкие навыки в реальных ситуациях. Что поможет им в свою очередь быть успешными как на рынке труда, так и быть более гибким в профессиональной и личной жизни.

Ключевые слова: мягкие навыки, тренинг, игра, адаптация, задания, экономика, эффективность, коммуникация, формирование.

Abstract: The formation of Soft skills among students is an important task for educational institutions. Effective learning includes practical tasks, trainings, role-playing games, debates and other methods that allow students to develop soft skills in real-world situations. This will help them, in turn, to be successful both in the labor market and to be more flexible in their professional and personal lives.

Keywords: soft skills, training, game, adaptation, tasks, economics, efficiency, communication, formation.

Инновационные подходы в образовании охватывают широкий спектр методов и технологий, направленных на улучшение процесса обучения и вовлеченности студентов. В рамках интерактивных методов студенты работают над проектами, что помогает развивать критическое мышление и командные навыки. Преподаватель использует игровые элементы в образовательном процессе, что повышает мотивацию и вовлеченность студентов. Работа в группах, способствует развитию социальных навыков и умению работать в команде. Все это походы Soft skills, которые помогают не только улучшить качество образования, но и сделать его более доступным и привлекательным.

Многие лидеры государств в своих выступлениях говорят о значимости развития гибких навыков в образовательном процессе.

Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев не раз заявлял о необходимости реформирования системы образования и современных методов обучения. В рамках этой инициативы проводятся масштабные изменения, включающие пересмотр учебных программ, повышение квалификации педагогических кадров, внедрение современных технологий в учебный процесс и улучшение условий обучения.

Одной из основных целей реформирования данной сферы в Узбекистане является развитие критического мышления, творческого потенциала и практических навыков у студентов. Также акцент делается на преобразовании системы профессионального образования и подготовке специалистов, отвечающих потребностям современной экономики [1].

О важности soft skills отмечает президент Путин В.В., который принял участие в сессии «Молодежь 2030. Образ будущего», прошедшей в рамках XIX Всемирного фестиваля молодежи и студентов [7]. Он считает, что «конкурентные преимущества получают те люди, которые не просто обладают набором интересных и важных знаний, а обладают тем, что сегодня называют soft skills, обладают и креативным, и плановым, и другими мышлениями» [2].

В быстро меняющемся мире необходимо обновлять подходы к обучению, чтобы подготовить студентов к современным вызовам. Цифровизация и изменения в обществе требуют от образовательных учреждений постоянного обновления методик обучения. Введение инновационных подходов в обучении позволяет студентам более эффективно адаптироваться к современным требованиям, и полученные знания с легкостью использовать в

профессиональной среде. Новые технологии способствуют интеграции знаний из различных областей, что особенно важно в современном мире, где многие проблемы требуют комплексного подхода.

К педагогическим технологиям, способствующим формированию мягких навыков (soft skills), относятся различные интерактивные методы, такие как:

- Дискуссии и дебаты, они развивают критическое мышление, аргументацию и навыки публичных выступлений;

- Ролевые игры, которые помогают студентам развивать эмпатию, коммуникацию и способность работать в команде, ставя их в ситуации, требующие принятия решений;

- Групповые проекты, содействуют сотрудничеству, распределению задач и улучшению навыков работы в команде;

- Разбор кейс-стадии, предоставляют возможность анализировать реальные ситуации и разрабатывать решения, что способствует развитию аналитического мышления и креативности;

- Игры симуляции, которые позволяют учащимся испытать ситуации из реальной жизни, развивая навыки принятия решений и стрессоустойчивость;

- Мозговые штурмы, стимулирует креативное мышление и командное взаимодействие при генерации идей студентами;

- Очень важная составляющая обратная связь, помогают развивать навыки конструктивной критики и саморефлексии;

- Воркшопы, проводятся для практического освоения навыков, таких как управление временем, разрешение конфликтов и эффективная коммуникация.

Все перечисленные методы не только активизируют процесс обучения, но и помогают студентам развивать важные для будущей карьеры навыки.

Студентами первого курса ТФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, формируются необходимые мягкие навыки через упражнения и тренинги, используемые по темам предмета «Социально-психологическая адаптация и коммуникация». Темы занятий помогают построить педагогический процесс таким образом, что способствует закреплению пройденного лекционного материала через тренинг.

Занятия, организованные с применением технологий актуализации ценностных ориентаций студентов, их обучение навыкам общения и ведения диалога помогает развитию гибких навыков.

Свое практическое выражение данные теоретические предпосылки нашли в следующих принципах организации образовательной среды для обучающихся: формирование доверительных отношений между преподавателем и обучающимся, открытость к сотрудничеству и взаимной поддержке; создание эмоционального настроя на коммуникацию в позитивном ключе; наличие толерантной компетентности у педагога, которая проявляется в отсутствии предвзятого отношения к обучающемуся, его принятии такими, какой он есть; уважительное отношение и признание права на плюрализм мнений и мировоззрений; умение слышать собеседника, быть открытым к диалогу, а также навык признания ошибочности собственных суждений; логика

выражения мыслей в ходе высказывания, аргументированные дебаты, эмпатия; навык рефлексии и самоанализа.

Любые педагогические методики, направленные на формирование у студентов навыков общения и коммуникации, могут оцениваться как приемы социального взаимодействия.

В рамках изучения любой гуманитарной дисциплины ВУЗа существует огромный потенциал для использования данных приемов. Особенно важно включать в работу студентов деятельность в малых группах. Такое взаимодействие положительно влияет на формирование коммуникативных навыков студентов, их умения договариваться.

Работая со студентами в течение всего периода обучения в интерактивной форме формируются не только профессиональные, но и общие компетенции; благодаря которым студенты получают как профессиональные знания, умения и навыки, так и гибкие навыки делового общения, умение работать в команде, нести ответственность за свои поступки и действия, организовать собственную деятельность и т.д.

Следовательно, чем раньше уделять внимание формированию общих компетенций у студентов, тем лучше.

Во-первых, нужно менять подход к обучению (перейти от объяснительно-иллюстративного обучения к развивающему, к практико-ориентированному).

Во-вторых, необходимо использование на практических занятиях активные формы и методы обучения, которое содействуют овладению знаниями, критическому мышлению, развитию творческой инициативы и умению использовать знание в нестандартных ситуациях.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что игровые и дискуссионные методы являются наиболее эффективными в формировании мягких навыков среди молодых людей.

Таким образом, применение в учебном процессе методов интерактивного обучения, помогает интенсифицировать процесс приобретения знаний, умений и практических навыков студентами, обеспечить быстрое проявление у них самостоятельности, креативности, самоорганизованности, критичности мышления и формирования мягких навыков (Soft Skills).

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Постановление Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева № ПП-2909 «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования» от 20 апреля 2017 г.*
2. *Сессия «Молодежь-2030. Образ будущего». Президент России. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/55890>.*
3. *Брекалова, А. М. Культура социально-экономической сферы: основные элементы и их воздействие на общественные процессы / А. М. Брекалова // Вызовы и решения для устойчивого развития и ответственного ведения бизнеса : Сборник научных трудов V национальной (всероссийской) научно-практической конференции преподавателей и студентов, Краснодар, 29 ноября 2023 года. – Краснодар: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 42-49. – EDN ECLAHV.*

4. Таджиева, Д. Р. Ключевые тенденции, влияющие на уровень жизни в эпоху цифровой экономики / Д. Р. Таджиева // Социально-экономическое и экологическое развитие приграничного региона: возможности и вызовы : Материалы IV Международной научно-практической конференции, Смоленск, 12 февраля 2024 года. – Смоленск: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, 2024. – С. 167-171. – EDN OVVAOH
5. Шахназарова, Н. В. Педагогические интерактивные технологии, развивающие у студентов навыки коммуникации и адаптации / Н. В. Шахназарова // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях: сборник XVIII Международной научно-практической конференции, Оренбург, 12 апреля 2023 года / Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. – Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью "Сфера", 2023. – С. 177-182. – EDN DDJTGF.
6. Шахназарова, Н. В. Значение интерактивных педагогических технологии в формировании гармонично развитой личности / Н. В. Шахназарова // Система наставничества как инструмент кадрового обеспечения экономики : Сборник материалов Международной научной конференции, Брянск, 01–30 апреля 2023 года / Редакционный совет: Г.И. Авдеенко, О.Е. Никонец, С.Г. Дмитриев. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2023. – С. 157-160. – EDN GONHDJ.
7. Шахназарова, Н. В. Технологии развития социально-психологической адаптации студентов в процессе образования / Н. В. Шахназарова // Проблемы и перспективы развития экономики и образования в Монголии и России : сборник материалов Международной научно-практической конференции, Улан-Батор, 14 апреля 2023 года / Улан-Баторский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2023. – С. 192-198. – EDN FYQHXD.

УДК 378.147.227

Патриотическое воспитание студенческой молодежи на примерах подвигов героев-спортсменов

Шумилина Н. С., к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье рассмотрен подвиг героев-спортсменов как важный аспект в патриотическом воспитании студенческой молодежи. Их подвиги – это яркое свидетельство того, что любовь к Родине и готовность отдать за нее жизнь является высшей ценностью. Воля к победе, умение работать в команде и стойкость перед лицом трудностей помогут будущим специалистам в профессиональной деятельности.

Ключевые слова: патриотизм, воспитание, молодежь, подвиг, спортсмены.

Abstract. The article considers the feat of hero-athletes as an important aspect in the patriotic education of young people. Their exploits are vivid evidence that love for the Motherland and willingness to give their lives for it is the highest value. The

will to win, the ability to work in a team and perseverance in the face of difficulties will help future specialists in their professional activities.

Keywords: patriotism, education, youth, feat, athletes.

На протяжении веков история человечества неразрывно связана с испытаниями, войнами и подвигами, которые определяли судьбу народов. XX век стал временем великих достижений, но вместе с тем принес и тяжелейшие потрясения.

Главная цель современного воспитания молодежи - сохранение исторической памяти о героизме и патриотизме спортсменов, воевавших на фронте и поддерживавших дух народа в тылу, а также передать их опыт мужества, стойкости и патриотизма современному поколению, чтобы вдохновить молодежь на новые свершения во имя Родины.

Основными задачами данной статьи являются:

1. Сохранение исторической памяти и увековечивание подвигов спортсменов.
2. Сбор и систематизация информации.
3. Анализ исторических и современных примеров патриотизма в спорте.
4. Популяризация подвигов спортсменов.

В 1941 году, когда фашистская Германия вероломна напала на Советский Союз, миллионы людей оказались перед выбором – сражаться или погибнуть. На защиту Родины вставали не только военные, но и простые рабочие, инженеры, учителя, студенты и спортсмены. Те, кто ещё вчера добивался рекордов на беговых дорожках, футбольных полях и боксёрских рингах, теперь использовали свою выносливость и силу в бою. Советские спортсмены доказали, что их подготовка была важна не только для спортивных побед, но и для фронта. Их мужество, стойкость и негибаемая воля стали символом негибаемого духа народа, сумевшего отстоять свою страну и приблизить долгожданную Победу.

Когда война пришла на советскую землю, многие спортсмены узнали о её начале во время тренировок на спортивных базах, где они готовились ко Всесоюзному параду физкультурников. Весть о нападении Германии не оставила равнодушным ни одного из них – уже в тот же день сотни атлетов добровольно записались в армию. Именно из них в первые дни войны были созданы 13 отрядов численностью 265 человек. Действовало более 600 коллективов физкультуры, спортивно-военные организации насчитывали около 35 тысяч спортсменов [2]

Футболисты, боксеры, борцы, лыжники, легкоатлеты использовали свои физические способности в боевых действиях. На фронтах Великой Отечественной войны они были разведчиками, танкистами, летчиками, снайперами, саперами и т.д. Один из лучших советских вратарей, признанный «Лучшим спортсменом СССР» 1939 года, Владимир Жмельков, выступавший за «Спартак», добровольно ушёл на фронт в первые дни войны. Во время

освобождения Киева бывший вратарь пробрался к центральному стадиону и закрепил там советский флаг [3]. В 1945 году оставил свою подпись на стенах рейхстага – не только за себя, но и за товарищей-футболистов чемпионата 1941 года, которым не суждено было вернуться.

Спортсмены играли важную роль в партизанском движении и разведке. Лыжники могли преодолевать большие расстояния по заснеженной местности, доставляя разведданные, совершать внезапные атаки и скрытно передвигаться в тылу врага. Только за 1941 год они уничтожили 84 железнодорожных моста [2].

В тылу вся спортивная работа была подчинена фронту — для бойцов Советской Армии изготавливался лыжный инвентарь, который использовался в партизанских отрядах и отрядах особого назначения. Так, советский лыжник и чемпион страны Владимир Мягков ещё до Великой Отечественной войны вступил в армию и принимал участие в советско-финской кампании 1940 года. Командуя взводом в Особой лыжной разведывательной бригаде, он оказался в окружении, но, будучи раненым, сумел прикрыть отступление своих товарищей. Он был первым известным советским спортсменом, которому присвоено звание Героя Советского Союза [1].

Среди тех, кто от спорта шагнул в пламя войны, был и Леонид Мешков, который по праву считался одним из лучших пловцов СССР и олицетворял собой силу духа и физическую мощь советского человека. В 1936 году спортсмен стал победителем первенства профсоюзов, а спустя два года покориł ещё одну вершину, став чемпионом страны сразу на четырёх дистанциях. Но война, как и для многих, перечеркнула его спортивные планы. Во время боев на Ленинградском фронте, Мешкову было поручено доставить разведданные с вражеского берега реки Луги. Успешно выполнив задание, на обратном пути он совершил подвиг, достойный легенд: под шквальным огнем противника, с раненой рукой, он вынес на себе потерявшего сознание товарища через реку, тем самым спас ему жизнь и обеспечил командованию ценную информацию [3]. За этот подвиг он был награжден Орденом Славы, а его имя навсегда вписано в историю войны как пример бесстрашия, товарищества и силы духа советского спортсмена.

Однако, говоря о героизме спортсменов, нельзя забывать и о тех, кто, несмотря на все тяготы войны, оставался верен своему призванию и своим примером вдохновлял на борьбу. Женщины-спортсменки сыграли огромную роль в годы Великой Отечественной войны, проявляя мужество и стойкость наравне с мужчинами. В годы Великой Отечественной войны они становились медсестрами, связистками, разведчицами, снайперами, и, конечно же, поддерживали моральный дух бойцов своими спортивными достижениями и самоотверженностью.

Выдающаяся лыжница Любовь Кулакова, оставив свою спортивную карьеру и получив прозвище «Снежная королева», совершала с бойцами марш-броски по 30-40 километров, закаляя их тела и дух. Кулакова была отправлена под Смоленск, где возглавила разведывательную операцию по уничтожению

немецкой школы диверсантов. Смелость и находчивость помогли ей выполнить задание, но во время передислокации отряд попал в засаду. В неравном бою Любовь Кулакова погибла, проявив героизм и самопожертвование. Любви посмертно присвоили орден Отечественной войны, а, одновременно еще и звание заслуженного мастера спорта СССР. Такое случилось впервые в истории [4].

Героизм спортсменов проявлялся не только на передовой, но и в тылу, где они поддерживали моральный дух народа. В осажденном Ленинграде, несмотря на невыносимые условия, проводились спортивные соревнования. Яркий пример – «Блокадный матч» 31 мая 1942 года, в котором принимали участие команды «Динамо» (Ленинград) и Ленинградского металлического завода – предшественница будущего «Зенита». Футболисты, невзирая на голод и холод, вышли на поле, показывая всему миру, что город жив, что дух его жителей не сломлен. Этот матч стал актом сопротивления, доказательством того, что даже в самых сложных условиях люди могут сохранять мужество и веру в победу.

Разделенные линией фронта, но объединенные общей болью и ненавистью к врагу, Ленинград и Киев стали символами несокрушимой воли советского народа. Если Ленинград, окруженный смертью, отчаянно цеплялся за жизнь, то в оккупированном Киеве смерть сама вышла на футбольное поле, где смелость советских футболистов превратила обычный матч в легендарный «Матч Смерти». 9 августа 1942 года команда «Старт», состоящая из советских звезд «Динамо», вышла на поединок против «Флакельф» – немецкой команды, которая была уверена в своем превосходстве. Результат матча оказался неожиданным для оккупантов. «Старт» одержал убедительную победу со счетом 5:3, что стало не только спортивным триумфом, но и моральной победой для советского народа. Однако, за победой последовала трагедия. Вскоре после матча несколько игроков «Старта» были арестованы и впоследствии расстреляны или отправлены в концлагеря. Победа была важна не только советским спортсменам, но и немцам, желавшим сломить дух русского человека. Это событие показало дух, силу воли и непоколебимость советского народа [4].

После окончания войны многие спортсмены вернулись к спортивной карьере, вновь прославляя свою страну на международных соревнованиях. Но в их сердцах навсегда осталась память о тех страшных годах, о друзьях, погибших на фронте, и о подвиге советского народа, отстаивавшего свободу и независимость своей Родины.

Спортсмены в Великой Отечественной войне – это не просто атлеты, а герои, патриоты и защитники. Их подвиги – это яркое свидетельство того, что любовь к Родине и готовность отдать за нее жизнь является высшей ценностью.

Подобно героям спорта времен Великой Отечественной войны, чьи имена стали символом мужества и стойкости, сегодня и Владимир Минеев, оставив ринг, встал в строй защитников Родины. Это не просто смена профессии, это –

эстафета патриотизма, передаваемая от поколения к поколению, где сила духа, закаленная в спорте, становится оружием в борьбе за будущее страны.

Спорт всегда был больше, чем просто соревнования. Он воспитывает волю к победе, умение работать в команде и стойкость перед лицом трудностей – качества, необходимые не только на спортивной арене, но и в жизни, в профессиональной деятельности, особенно в сложные исторические периоды.

Сегодня, как и в годы Великой Отечественной войны, спортсмены, закаленные тренировками и соревнованиями, демонстрируют пример истинного патриотизма. Владимир Минеев, прославленный боец ММА, оставил ринг и отправился в зону специальной военной операции, встал в строй защитников Родины. Это не просто смена профессии, это – эстафета патриотизма, передаваемая от поколения к поколению, где сила духа, закаленная в спорте, становится оружием в борьбе за будущее страны.

Для более глубокого погружения в тему можно ознакомиться с художественными и документальными фильмами, посвященными подвигу спортсменов в годы войны:

- «Анатолий Зимин. Учитель бега» рассказывает о выдающемся тренере, подготовившем множество чемпионов;

- «Король ринга. Николай Королев» повествует о судьбе великого боксера, прошедшего войну;

- «Блокадный футбол» раскрывает тему спортивной жизни в осажденном Ленинграде;

- «С мячом в Британию» и «Одиннадцать молчаливых мужчин» посвящены легендарным футбольным матчам военного времени;

- «Тактика бега на длинную дистанцию» и «Третий тайм» показывают стойкость спортсменов, бросивших вызов оккупантам [7].

Эти фильмы ярко передают атмосферу того времени и помогают понять, как спортивные достижения становились символом надежды.

Сквозь годы и расстояния нас связывает невидимая нить с героями Великой Отечественной войны – нить памяти, благодарности и преданности Родине. Пока эта связь жива, пока мы чтим их подвиг и равняемся на их пример, Россия будет оставаться сильной, независимой и непобедимой. Ведь ценности, за которые они сражались, – свобода, справедливость и любовь к Отечеству – вечны и незыблемы.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гилазиева С.Р., Шумилина Н.С. Проблема формирования здоровья человека / Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры // материалы Всероссийской научно-методической конференции. Министерство образования и науки РФ, ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет». 2018. С. 3984-3989.

2. Бондарева А.В. Спортсмены-герои великой Отечественной войны // Вестник науки и образования. 2015. №2 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sportsmeny-geroi-velikoy-otechestvennoy-voyny> (дата обращения: 11.03.2025).

3. Советский лыжный спорт в годы Великой Отечественной войны: [Электронный ресурс] // 38451.ru, 2012. URL: <https://www.38451.ru/articles.php?artid=222> (дата обращения: 10.03.2025).
4. Фоменко М.В., Мармазова Т.И., Хижная А.В., Угрюмова М.В. Роль женщин-спортсменок в развитии советского спорта в предвоенный период и в годы войны // Современная научная мысль. 2022. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-zhenschin-sportsmenok-v-razvitii-sovetskogo-sporta-v-predvoennyi-period-i-v-gody-voyny> (дата обращения: 12.03.2025).
5. Moiseeva I.Yu., Remizova V. Emotive verbalisation of the concept school: school students' view point // Proceedings of the Philological Readings (PhR 2019). Orenburg State University. London, United Kingdom, 2020. С. 413-418.
6. Nesterova T.G., Remizova V.F. Aspects of ecological education in foreign language classes // Сборник материалов международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию Улан-Баторского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова и 80-летию победы битвы на Халхин-Голе. Под редакцией Н.В. Антиповой. 2019. С. 30-33
7. Шумилина Н.С., Гилязиева С.Р., Симоненков В.С. Трансляция этических ценностей физической культуры и спорта средствами кинематографии // Современный ученый. 2019. № 6. С. 131-138
8. Шумилина Н.С. Непрерывное этическое и физическое развитие как важный фактор в становлении профессионала // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Материалы Всероссийской научно-методической конференции. 2019. С. 4685-4688.
9. Шалабаева А.Б., Шумилина Н.С. Роль физических упражнений в формировании ЗОЖ студенческой молодежи / Актуальные проблемы и перспективы развития экономики и образования в современных условиях // Сборник XVI Международной студенческой научно-практической конференции. Волгоград, 2024. С. 130-135.

Научное издание

***АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОБРАЗОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ***

***XX Международная научно-практическая
конференция***

Сборник научных трудов

Электронное издание сетевого распространения

Доступ к сборнику – постоянный, свободный и бесплатный.
Сборник содержится в едином файле PDF.

<http://sphere-publishing.ru/images/banners/or2025.pdf>

Максимальный объем: 15 МБ.

Издательство ООО «Сфера»
119602 Москва, ул. Академика Анохина, д. 12к3
sphere-vlg@mail.ru

Дата издания: 14.05.2025